

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING**

(Studi pada Nasabah Bank di Kota Yogyakarta)

Oleh :

Fadhil Firmansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email :

Fdhilfirmansyah96@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of perceptions of trust, perceived ease, perceived risk and security perceptions of interest in using internet banking for bank customers in the city of Yogyakarta. The population used is the sample customer used is a bank customer in the city of Yogyakarta who uses internet banking. The sample in this study amounted to 75 respondents who were selected by purposive sampling method. Processing data using multiple analysis regression with SPSS 15.0.

Based on the analysis that has been carried out from the four hypotheses proposed, three hypotheses are accepted and one hypothesis is rejected. The hypothesis on the variables of trust perception, perceived ease, perceived risk is accepted while security perceptions are rejected.

Keywords: *Perception of trust, perceived ease, risk perception, security perception, Interest in Using Internet Banking*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan dunia teknologi sekarang ini semakin bertambah pesat dan telah memengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung (Putri, 2015). Perilaku kehidupan masyarakat saat ini ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikuasai oleh masyarakat yang bersangkutan. Melalui berbagai perkembangannya tersebut maka berbagai macam kegiatan atau pekerjaan manusia pun sudah dapat digantikan dengan mesin-mesin otomatis.

Hal tersebut dapat langsung terjawab seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi khususnya teknologi internet, sehingga dapat memunculkan berbagai aplikasi baru termasuk dalam bidang perbankan (Hadjimujiarto, 2012) Seperti halnya di dunia perbankan, Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana masyarakat sebagai nasabah sudah mengetahui bagaimana sistem pelayanan bank pada umumnya. Pola transaksinya yang tidak efisien membuat bagi sebagian nasabah merasa kurang nyaman karena bagi mereka waktu merupakan hal yang sangat berharga dan banyak dari mereka menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana namun praktis. (Nurseno, 2017)

Pihak bank akhirnya menggunakan kelebihan dari kemajuan teknologi dengan membuat aplikasi yang bernama *internet banking*. *Internet Banking* yaitu bentuk layanan perbankan secara elektronik yang pada dasarnya

merupakan suatu transaksi antara pihak bank dan nasabah yang memberikan manfaat berganda dengan melalui media internet (Silvia,2014) Kegiatan dari aplikasi ini harus terhubung dengan jaringan internet yang mempunyai koneksi stabil. Bentuk transaksi yang dilakukan hanya menggunakan *gadget* tanpa melalui proses tatap muka antara pihak bank dan nasabah. Dengan adanya layanan ini nasabah tidak perlu khawatir akan menghabiskan waktu antri di bank yang tentunya akan membutuhkan tenaga ekstra pula (Istiarni, 2014)

Layanan *internet banking* dapat memberikan manfaat untuk nasabah dan bank. Adanya *internet banking* bagi nasabah memberikan keuntungan karena dapat melakukan transaksi dalam satu waktu dan satu tempat, misalnya transfer uang, cek saldo, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher prabayar dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan (Setiyani, 2016). Selain memberikan keuntungan bagi pihak nasabah, *internet banking* juga memberikan keuntungan bagi pihak perbankan, yaitu *internet banking* dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, produktivitas dan probabilitas (Kusumaningrum, 2015)

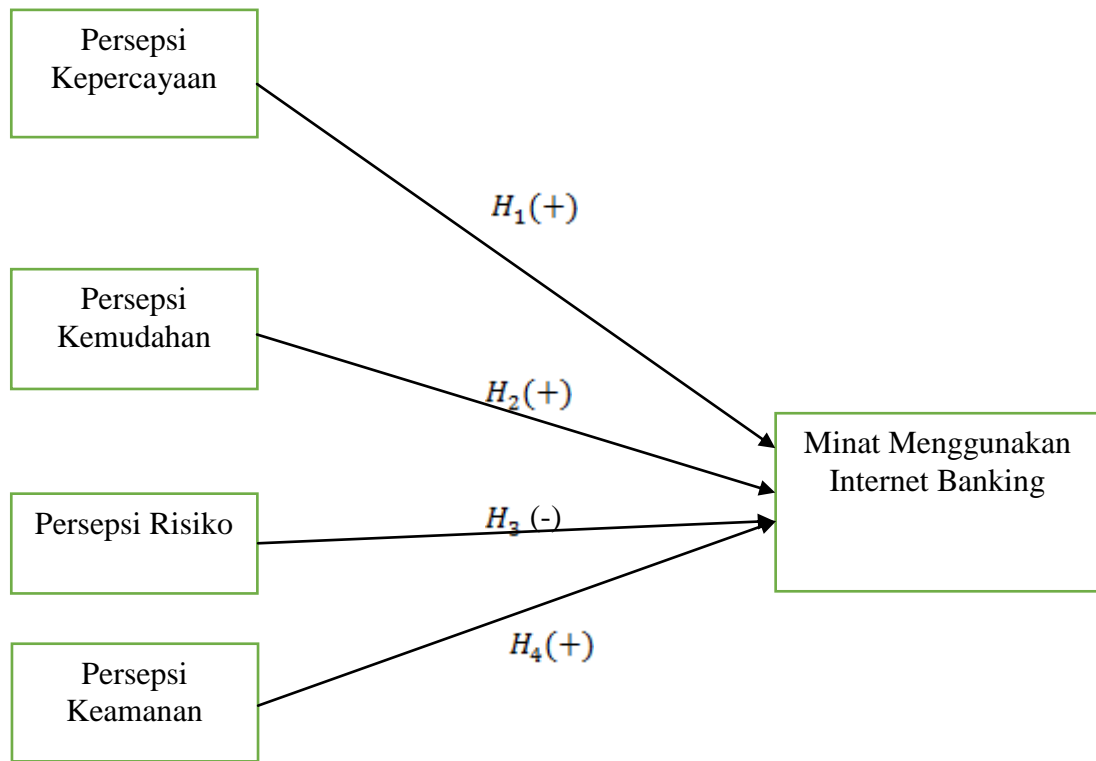
Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2017) menyatakan bahwa telah dilakukan survey oleh Sharingvision.com terhadap pada enam bank besar di Indonesia yakni jumlah pengguna *internet banking* pada tahun 2012 mencapai pada 5,7 juta orang. Berarti 9 persen dari pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *internet banking* dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet (Cahyo, 2014).

Akan tetapi menurut (Kusumaningrum, 2015) menyatakan bahwa sebagian besar nasabah lebih memilih mengantri di bank atau masih menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi karena nasabah beranggapan bahwa dengan menggunakan ATM tingkat keamanan dalam melakukan transaksi cenderung lebih aman dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *internet banking*. Hal ini terbukti dengan jumlah nasabah pengguna *Internet Banking* yang baru mencapai angka 27% dari keseluruhan nasabah bank yang menerapkan *internet banking* di Indonesia (Gunawan, 2014). Ini membuktikan bahwa cukup banyak nasabah yang masih belum berminat menggunakan *internet banking*.

RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
4. Apakah persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?

MODEL PENELITIAN



OBJEK/SUBJEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah perbankan yang terletak di kota Yogyakarta. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah nasabah bank konvensional maupun bank syariah yang menggunakan *internet banking*. Alasan peneliti memilih objek dan subjek penelitian tersebut karena peneliti menganggap nasabah dari kota Yogyakarta tersebut mempunyai pengguna *internet banking* yang cukup banyak sehingga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

JENIS DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa melalui orang

atau lembaga lain. Data tersebut diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang merupakan penggabungan dari peneliti-peneliti sebelumnya.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam pengumpulan data ini peneliti menggunakan metode teknik survey melalui penyebaran kuesioner. Survey adalah metode pengumpulan data secara primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden (Febryana, 2015). Sedangkan kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat (Setiyani, 2016) Kuesioner disebar dengan menggunakan dua cara yaitu disebar secara langsung dan disebar melalui *Google Form*.

Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala *likert*. Cara yang dilakukan pada skala ini yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian menjawab pertanyaan dengan pilihan : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Jawaban ini diberikan skor 1 sampai 5 dimulai dari skala 1 yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skala 5 yang menyatakan Sangat Setuju.

PENGUKURAN VARIABEL

Penelitian ini melibatkan variabel yang terdiri dari empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini meliputi persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi keamanan. Sedangkan variabel dependennya adalah minat

menggunakan *internet banking*. Kelima variabel yang diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat menggunakan *internet banking* yang disimbolkan dengan Y. Minat menggunakan *internet banking* dalam penelitian ini merupakan keinginan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Minat menggunakan *internet banking* sendiri diukur dengan menggunakan kuesioner yang di modifikasi pada kuesioner milik (Kusumaningrum,2015)

2. Variabel Independen

a. Persepsi Kepercayaan (X_1)

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai perkiraan subjektif dimana konsumen akan percaya kepada mereka untuk dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dengan sesuai harapan (Kusumaningrum, 2015). Persepsi kepercayaan dalam penelitian ini diartikan tingkat keyakinan nasabah kepada pihak bank dalam mengelola layanan *internet banking*. Persepsi kepercayaan diukur dengan kuesioner yang dimodifikasi pada kuesioner yang dimiliki oleh (Setiyani, 2016)

b. Persepsi Kemudahan (X_2)

Persepsi Kemudahan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami (Putri, 2015). Persepsi kemudahan

dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat keyakinan nasabah dengan menggunakan *internet banking* akan terbebas dari suatu usaha yang keras dan dapat mudah untuk dipahami dalam melakukan transaksi *internet banking*. Variabel persepsi kemudahan ini diukur dengan kuesioner yang dimodifikasi dan dimiliki oleh (Setiyani, 2016)

c. Persepsi Risiko (X_3)

Persepsi Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subjektif individu apakah akan merasa rugi atau untung dalam menerima hasil yang diinginkan (Amijaya, 2010). Persepsi risiko dalam penelitian ini adalah seberapa besar persepsi dari nasabah tentang pengaruh risiko yang ditimbulkan dari penggunaan transaksi *internet banking*. Variabel persepsi risiko ini diukur melalui kuesioner yang dimodifikasi dan dimiliki oleh (Setiyani, 2016)

d. Persepsi Keamanan (X_4)

Persepsi keamanan didefinisikan untuk menjelaskan bahwa keamanan merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi (Priyanto, 2015). Persepsi keamanan dalam penelitian ini diartikan sebagai seberapa jauh tingkat keamanan yang dirasakan oleh nasabah kepada bank terkait kerahasiaan data keamanan yang dimiliki nasabah dalam transaksi *internet banking*. Persepsi keamanan ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang telah dimodifikasi dan dimiliki oleh (Cahyo, 2014)

UJI KUALITAS DATA

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah teknik yang bertujuan untuk memberikan penjelasan atau informasi mengenai karakteristik dari suatu kelompok data atau lebih, sehingga pemahaman akan ciri-ciri yang khusus dari kelompok data tersebut dapat diketahui.. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang pengukurannya mencakup nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Nilai rata-rata (*mean*) digunakan untuk mengetahui rata-rata data yang bersangkutan. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar data yang bersangkutan bervariasi dari rata-rata. Maksimum digunakan untuk mengetahui jumlah terbesar data yang bersangkutan. Minimum digunakan untuk mengetahui jumlah data yang bersangkutan (Setiyani, 2014)

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Nazaruddin dan Basuki, 2015). Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai KMO. Suatu item dikatakan valid apabila nilai *KMO* > *alpha* 0,50 dan nilai faktor loading > 0,40

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda (Ramadhan, 2016). Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel tersebut maka dilakukan uji statistik dengan melihat

nilai *Cronbach Alpha Coeficient*. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,70 (Nazaruddin dan Basuki, 2015).

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode *one-sample kolmogorov*. Jika nilai $\text{sig} > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal sedangkan sebaliknya, jika nilai $\text{sig} < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi tidak normal (Nazaruddin dan Basuki, 2015).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ramadhan, 2016). Untuk menguji multikolinieritas suatu data dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Data regresi yang mengandung multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factors* (VIF). Jika nilai $\text{VIF} < 10$ atau nilai $\text{tolerance} > 0,10$, maka tidak terjadi multikolinieritas (Nazaruddin dan Basuki, 2015).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya.. Uji heterokedastisitas ini menggunakan uji *glejser* dengan ketentuan nilai sig harus lebih besar dari alpha 0,05 untuk

dapat memenuhi kriteria bebas heteroskedastisitas (Kusumawardani, 2017).

UJI HIPOTESIS DAN ANALISA DATA

Penelitian ini menggambarkan pengaruh antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Teknik yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah uji regresi linier berganda. Teknik ini dipilih karena variabel independen (bebas) lebih dari satu variabel. Pengujian ini didasarkan pada persamaan regresi linier berganda berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Minat menggunakan Internet Banking

α : Konstanta

β_i : Koefisien konstruk

X1 : Persepsi Kepercayaan

X2 : Persepsi Kemudahan

X3 : Persepsi Risiko

X4 : Persepsi Keamanan

e : Error

Persamaan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 15.0 dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika koefisien regresi searah dengan hipotesis maka hipotesis didukung.

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada regresi linier berganda diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil maka kemampuan variabel-variabel independent terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai yang mendekati satu (100%) maka variabel independent memberikan hampir

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011)

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menjelaskan apakah semua variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Nazaruddin dan Basuki, 2015). Uji koefisien regresi secara serentak ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh keempat variabel independen yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.. Apabila nilai sig F $< \alpha$ 0,05 berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statitik t)

Uji statistik t atau yang dikenal dengan uji parsial bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t ini dapat dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung dengan ketentuan $\alpha = 0,05$.

Kriteria pengujian berdasarkan probabilitas sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha $> 0,05$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha $< 0,05$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Jumlah kuesioner yang disebar pada penelitian ini berjumlah 75 lembar yang semuanya dibagikan kepada nasabah bank yang berada di Yogyakarta. Dari 75 lembar kuesioner tersebut jumlah kuesioner yang disebar secara langsung berjumlah 23, sedangkan kuesioner yang disebar menggunakan *google form* berjumlah 52, kuesioner yang tidak kembali berjumlah 0, kuesioner yang kembali berjumlah 75, kuesioner yang tidak lengkap berjumlah 0 dan kuesioner yang bisa diolah berjumlah 75.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada kuesioner ini terdapat beberapa analisis karakteristik responden berupa usia, jenis kelamin, pekerjaan, penggunaan *internet banking*, rekening yang dimiliki oleh nasabah serta pengalaman menggunakan *internet banking*. Analisis karakteristik responden tersebut digunakan untuk mengetahui apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda memiliki penilaian yang sama atau tidak.

Karakteristik responden berdasarkan Usia yang terdiri dari usia 18-24 tahun berjumlah 41 orang (54,7%), usia 25-34 tahun berjumlah 11 orang (14,7 %), usia 35-55 tahun berjumlah 20 orang (26,7 %) dan usia lebih dari 55 tahun berjumlah 3 orang (4 %). Hal tersebut dapat disimpulkan karakteristik responden berdasarkan usia di dominasi pada rentang usia 18-24 tahun yang berjumlah 54,7 %

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari 43 orang (57,3) adalah responden laki-laki sedangkan 32 orang (42,7%) adalah responden perempuan. Hal tersebut dapat disimpulkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dominan diisi oleh laki-laki sebesar 57,3%.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang terdiri dari Pelajar/Mahasiswa sebesar 41 orang (54,7%), Pegawai Swasta sebesar 8 orang (10,7%), PNS/BUMN/BUMD sebesar 23 orang (30,7%) dan Pensiunan sebesar 3 orang (4,0%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Pelajar/Mahasiswa lebih dominan pada penelitian ini dengan presentase 54,7 %

Karakteristik responden yang menggunakan *internet banking* adalah 100 % maka dapat disimpulkan bahwa seluruh responden pada penelitian ini adalah sudah menggunakan *internet banking*.

Karakteristik responden berdasarkan Rekening yang dimiliki oleh responden. Nasabah BCA di dalam penelitian ini sebesar 19 orang (25,3%), nasabah bank Mandiri 17 orang (22,7%), Nasabah BRI 15 orang (20%), Nasabah BNI 13 orang (17,3%), Nasabah Bank Mandiri Syariah 6 orang (8,0%), Nasabah BRI Syariah 3 orang (4,0%) dan Nasabah BNI Syariah 2 orang (2,7%). Dari karakteristik responden ini dapat disimpulkan bahwa nasabah dari BCA memiliki jumlah tertinggi dengan presentase 25,3% sedangkan nasabah BNI Syariah memiliki jumlah terendah dengan presentase 2,7%.

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman menggunakan *internet banking*. Pengalaman responden menggunakan *internet banking* dengan interval waktu kurang dari 1 tahun berjumlah 21 orang (28%), pada interval waktu 1-3 tahun berjumlah 36 orang (48%) dan pada interval waktu lebih dari 3 tahun berjumlah 18 orang (24%). Hal tersebut dapat disimpulkan karakteristik responden berdasarkan pengalaman menggunakan *internet banking* didominasi pada interval 1-3 tahun yang berjumlah 48%.

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai tiap variabel pada penelitian ini. Analisis statistik deskriptif ini dilakukan untuk mengukur jawaban responden mengenai indikator yang diukur dalam minat menggunakan *internet banking*. Dapat dilihat analisis statistik deskriptif yang menjelaskan nilai minimum, maximum, mean dan standar deviation. Pada kolom N menunjukkan jumlah responden peneliti yaitu berjumlah 75 responden. Kolom minimum menunjukkan jumlah seluruh total skor terendah pada setiap variabel. Kolom maximum menunjukkan jumlah seluruh total skor tertinggi pada setiap variabel. Kolom mean menunjukkan jumlah seluruh skor tiap variabel yang dibagi dengan jumlah data. Kolom standar deviation merupakan akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan jumlah data.

- a. Kisaran variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai angka maximum sebesar 20, nilai standar deviation sebesar 2,394 dan

nilai mean sebesar $15,60 > 12$ dari nilai mean pada kisaran teoritis maka persepsi kepercayaan tinggi

- b. Kisaran variabel persepsi kemudahan memiliki nilai minimum sebesar 10, nilai maximum sebesar 25, nilai standar deviation sebesar 3,017 dan nilai mean sebesar $19,85 > 15$ dari nilai mean pada kisaran teoritis maka persepsi kemudahan tinggi
- c. Kisaran variabel persepsi risiko memiliki nilai minimum sebesar 4 nilai maximum sebesar 16, nilai standar deviation sebesar 2,325 dan nilai mean sebesar $7,97 < 12$ dari nilai mean pada kisaran teoritis maka persepsi risiko rendah
- d. Kisaran variabel persepsi keamanan memiliki nilai minimum sebesar 8, nilai maximum sebesar 20, nilai standar deviation sebesar 2,670 dan nilai mean sebesar $15,71 > 12$ dari nilai mean kisaran teoritis maka perspesi keamanan tinggi
- e. Kisaran variabel minat menggunakan *internet banking* memiliki nilai minimum sebesar 6, nilai maximum sebesar 15, nilai standar deviation sebesar 1,584 dan nilai mean sebesar $11,61 > 9$ dari nilai mean kisaran teoritis maka minat menggunakan *internet banking* tinggi.

UJI VALIDITAS

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa tingkat signifikansi dari masing-masing variabel kurang dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masing-masing butiran pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Seluruh variabel persepsi memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,70 nilai sig sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel persepsi pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

UJI NORMALITAS

Uji normalitas dengan menggunakan metode *one-sample kolmogorov*. Nilai sig adalah 0,820 data diatas dapat dilihat nilai sig lebih besar dari α 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* tiap variabel independen pada penelitian ini > 0,10 dan semua nilai VIF tiap variabel independen pada penelitian ini < 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas dari penelitian ini memiliki nilai sig > dari α 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien Determinasi dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,781. Ini berarti 78,1% variasi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dapat dijelaskan oleh variasi dari empat variabel independen yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi keamanan. Sedangkan sisanya (100% - 78,1% = 21,9%) dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya di luar model regresi

Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ANOVA atau uji statistik F, dari data diatas dapat dilihat nilai Sig. < α 0,05 berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Atau dengan kata lain persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi keamanan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.376	1.797		2.992	.004
Total Kepercayaan	.161	.058	.243	2.782	.007
Total Kemudahan	.289	.069	.550	4.208	.000
Total Risiko	-.156	.077	-.229	-2.030	.046
Total Keamanan	-.049	.057	-.082	-.853	.397

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Internet Banking

Bentuk persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut,

$$Y = 5,376 + 0,161X_1 + 0,289X_2 - 0,156X_3 - 0,049X_4 + e$$

Berikut ini penjelasan mengenai pengujian hipotesis berdasarkan pada tabel 4.20 diatas

a. Hipotesis Satu

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat diperoleh probabilitas (sig) sebesar $0,007 < \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,161. Artinya, persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis satu diterima

b. Hipotesis dua

Variabel persepsi kemudahan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ atau dengan nilai koefisien regresi 0,289. Artinya bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* dan hipotesis dua diterima

c. Hipotesis tiga

Hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil untuk hipotesis tiga dengan nilai sig sebesar $0,046 < \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi negatif sebesar $-0,156$. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* sehingga dapat disimpulkan hipotesis tiga diterima.

d. Hipotesis empat

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dapat diperoleh probabilitas (sig) $0,397 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi $-0,049$. Artinya, persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah

dalam menggunakan *internet banking*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis empat ditolak.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*
3. Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*
4. Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis diatas maka peneliti memberikan saran bagi penelitian yang akan dilakukan dimasa mendatang ;

1. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya menambah variabel yang menjadi salah satu faktor yang mendorong minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*

2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat memperluas objek penelitian dengan menambah jumlah responden pada nasabah agar hasilnya menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991, The Theory of Planned Behaviour, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, 179-221
- Amijaya, Gilang., 2010, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Arizona, Yogastian., 2016, “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Theory of Planned Behavior*”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Aryani, Mufthagina., 2015, “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking Pendekatan Modified Technology Acceptance Model”, *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Cahyo, Yoso., H., W., 2014. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Davis, Fred., 1989, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 319-340
- Desmayanti, Esy., (2012). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filing Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online dan Realtime (Kajian Empiris di Wilayah Kota Semarang)”. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1-12

- Dewi, Lolita., 2017, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Perbankan Di Yogyakarta”, *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Farizi, Hadyan., 2014, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Febryana, Nury., 2015, “Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*”, *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fullah, Latif., dan Candra, Seventri., 2012. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI” (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta) *Journal School & Business Management*. Universitas Bina Nusantara.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commers. *Journal of the Association for Information Systems*. 3: 27-51.
- Ghozali, Imam. 2011. *Structural Equation Modelling*, Metode Alternatif Dengan *Partial Least Square*, Edisi Ketiga. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Andrew., 2014. “Aplikasi *Technology Acceptance Model* pada Minat Nasabah untuk Menggunakan Internet Banking”, *Journal Nominal/Volume III Nomor 2/2014*
- Hadimujiarto, Norman., 2012. “Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Terhadap Perilaku Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* Dengan Minat Berperilaku Sebagai Variabel Mediasi”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Harlan, Dwimastia., 2014. ”Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta”. *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iranto, Bondan., 2012., Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Terhadap Kinerja Individu pada PT PLN, *Skripsi*, Universitas Diponegoro
- Istiarni, Panggih., 2014, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet

Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2014.

Kusumaningrum, Ayu., 2015, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Perbankan Di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Kusumawardani, Melia., 2017, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pengguna Sistem Informasi Akuntansi”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Listyawati, 2018, “Pengaruh Persepsi Trust, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Internet Banking*”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Maharsi, Sri., dan Fenny. 2006, “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna *Internet Banking* di Surabaya”, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Volume 8, Nomor 1

Nazaruddin, Ietje., dan Basuki, Agus T., 2015. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Sleman: Dianisa Media.

Nurseno, Baskoro., 2017, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Penggunaan *Internet Banking* Pada Bank Syariah Bukopin Di Semarang”, *Tugas Akhir*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Pertiwi, Fita., & Adhivinna, Vidya, V., 2013. “Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* di Yogyakarta”. *Jurnal*, Universitas PGRI Yogyakarta

Prasetyo, Musadieg., 2014. “Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Website terhadap Kinerja”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.8 No.1*

Priyanto. 2015. ”Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis *Internet Banking*”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Volume 3. Nomor 1*, Universitas Brawijaya Malang

Putri, Dieshera., R., 2015, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan E-Banking”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Purnami, Ratna., 2016, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan, Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Layanan

E-Banking Bank Mandiri Di Surabaya”, *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Ramadhan, Feby., 2016, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemakai Sistem Informasi Akuntansi”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Saputro, Brian., 2013, ”Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”, *Jurnal Nominal*. Volume 2. Nomor 1.

Setiyani, Rina., 2016, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Pada Perbankan Di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Silvia, Maya., 2014, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar” *Skripsi*, Universitas Hassanuddin Makassar.

Suryandari, E. (2002). Faktor-Faktor Perbedaan Individual dalam Keahlian *End-User Computing*. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 3(1) 20-26