

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model*

(Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta)

The Factors Influencing the Costumer Interest Using Internet Banking Applying the Framework of *Technology Acceptance Model*

(A Case Study of the Costumers of BNI Sharia Bank Branch Surakarta)

Adi Setiawan dan Satria Utama

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Ring Road Barat, Tamantirto, Kasihan, Banktul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184

adisetiawannn62@gmail.com

satriautama681@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Objek dalam penelitian ini yaitu nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan responden yang mempunyai kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu nasabah yang mengadopsi internet banking. Pengumpulan data menggunakan metode survey menggunakan kuisisioner. Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square* (PLS) diperoleh hasil bahwa variabel kegunaan, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. Sedangkan variabel keamanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking..

Kata kunci : minat menggunakan internet banking, kegunaan, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan.

Abstract

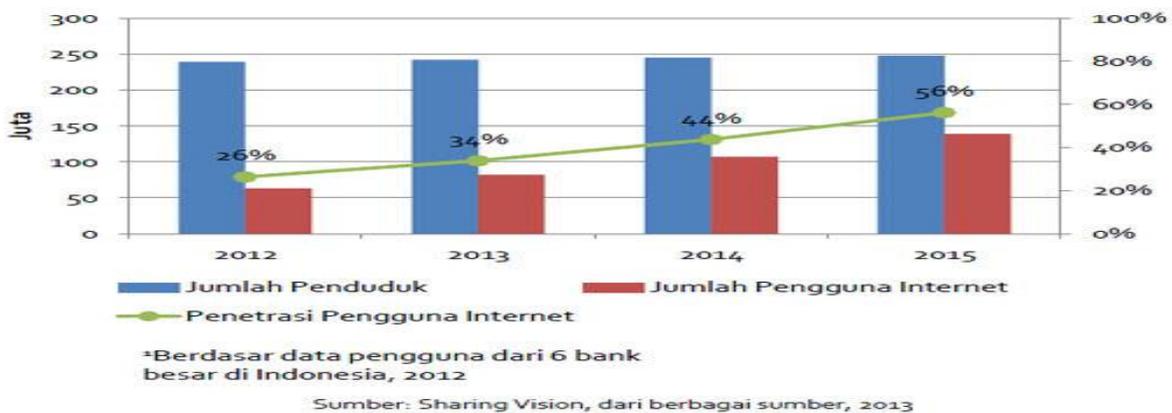
This research was conducted aiming to find out and analyze the influence of the use, ease, safety, and trust toward the customer interest using internet banking. The objects in this research were the customers of BNI Sharia Bank Branch Office Surakarta. The sample collection technique in this research used *purposive sampling* technique with 100 respondents. The respondents chosen in this research were the respondents having criteria set by the researcher that is the customers adopting internet banking. The data collection applied survey method using questionnaire. Based on the *Partial Least Square* (PLS) analysis result, it is found that the variables of use, ease, and trust have positive and significant influence toward the interest using internet banking. meanwhile the security variable has negative and significant influence on the interest in using internet banking.

Keywords: Interest in using internet banking, use, ease, safety, and trust

PENDAHULUAN

Teknologi informasi pada saat ini sudah meningkat ke arah yang lebih baik dengan sangat pesatnya. Industri keuangan seperti perbankan merupakan salah satu contoh industri yang tidak pernah absen mengikuti gencarnya perkembangan dari teknologi informasi. . Salah satu manfaat teknologi informasi yang digunakan industri perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabahnya adalah memberi kemudahan yang berbasis teknologi informasi yang saat ini sangat bervariasi bentuknya salah satunya adalah internet banking.

Data Pengguna Internet Banking Di Indonesia



Sumber: Sharing Vision

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwasannya jumlah nasabah yang menggunakan internet banking terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari survey yang telah dilakukan oleh sharing vision pada enam perbankan yang ada di indonesia, tercatat bahwa setidaknya terdapat 9 persen pemakai internet di negara indonesia merupakan nasabah yang menggunakan internet untuk mengakses layanan internet banking.

Dikutip dari Kompas.com, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) melaporkan jumlah rekening dan nominal simpanan yang dijamin pada bank umum per januari 2018. Total rekening simpanan per januari mencapai 246.293.377 rekening. Angka tersebut naik 1,61 persen dibandingkan posisi jumlah rekening pada bulan desember 2017. Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa jumlah pengguna e-banking (*SMS banking* kemudian *phone banking*, *mobile banking* dan *internet banking*) meningkat tajam 270 persen dari tahun 2012 sampai tahun 2016. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa masih banyak nasabah

perbankan yang kurang berminat menggunakan layanan internet banking. Tercatat masih ada sekitar 192 juta nasabah perbankan belum menggunakan internet banking.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) yang pertama kali di kenalkan oleh Davis di tahun 1989. Pendekatan ini digunakan untuk menjabarkan dan memprediksi suatu penerimaan (*Acceptance*) pengguna (*user*) teknologi dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi . pendekatan ini meyakini terdapat dua variabel yang dianggap paling kuat dalam mempengaruhi seseorang dalam penerimaan sebuah teknologi, yang pertama yaitu persepsi manfaat dan yang ke dua yaitu persepsi kemudahan.

Persepsi manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan ineternet banking merupakan salah satu faktor yang nantinya dapat mempengaruhi minat seorang responden atau nasabah apakah seorang nasabah mau atau tidak menggunakan layanan tersebut. Pada dasarnya manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan internet banking akan berbeda-beda pada setiap orang namun untuk dapat menghindari sebuah penolakan dari user sistem tersebut, maka sebuah sistem harus dapat memberikan sebuah manfaat untuk penggunanya.

Selain persepsi manfaat yang diperoleh nasabah, persepsi kemudahan penggunaan juga adalah salah satu dari banyak faktor yang nantinya dapat mempengaruhi minat seorang nasabah dalam penggunaan layanan internet banking yang telah disediakan oleh pihak bank. Persepsi kemudahan disini didefinisikan bahwa jika nasabah percaya bahwa nantinya layanan internet banking dapat digunakan dengan mudah dan juga mudah untuk dipahami maka nasabah tersebut akan mau menggunakannya.

Faktor keamanan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam mendorong minat seorang nasabah dalam mengadopsi internet banking. Menurut Lallmamood (2007) faktor keamanan atau privasi merupakan sebuah kepercayaan seorang nasabah bahwasannya segala transaksi perbankan yang dilakuka nasabah tersebut akan aman dari orang-orang yang dapat merugikannya, data pribadi dari nasabah tersebut juga sudah terjamin keamanannya.

Persepsi kepercayaan menjadi faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nasabah dalam penggunaan internet banking . Pavlou (2012) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan

merupakan sebuah rasa percaya dari seorang nasabah atas pihak bank selaku penyedia layanan dalam menjalankan proses transaksi perbankan di dalam sebuah sistem yang penuh dengan ketidakpastian atau berubah-ubah.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat internet banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya adalah Larasati (2014), Farizi dan Syaefullah (2014), Ana Fitriana (2015). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan internet banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) serta menambah dua variabel yaitu keamanan dan kepercayaan sebagai variabel dependen.

LANDASAN TEORI

Minat

Minat merupakan sebuah gejala psikologis yang menunjuk pada konsentrasi ketertarikan kepada sebuah objek karena ada perasaan bahagia (Tidjan, 2010). Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa minat dapat dipengaruhi oleh perasaan-perasaan senang dalam menggunakan sebuah objek. Sedangkan minat menurut KBBI adalah ketertarikan atau kecocokan hati terhadap sesuatu maupun sebuah keinginan terhadap suatu objek (KBBI).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan kumpulan kegiatan seseorang yang secara nyata terlibat dalam menggunakan sebuah barang maupun jasa dan juga proses mendapatkan dan pengambilan sebuah keputusan maupun penentuan dalam memilih barang ataupun jasa (Swasta DH.B dan Handoko. T, 2000).

Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Perbankan

Dalam dunia perbankan, hampir semua instansi perbankan baik nasional maupun swasta sudah menggunakan teknologi dalam melakukan berbagai aktivitas operasionalnya. Dengan adanya teknologi informasi yang semakin maju membuat perbankan syariah dapat menciptakan layanan-layanan baru yang dapat memudahkan setiap nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi perbankan menggunakan teknologi tersebut. Contoh teknologi tersebut adalah dengan

lahirnya layanan internet banking yang dapat membantu menjawab setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang dapat membantu menjabarkan penerimaan seseorang atau individu atas penggunaan sistem teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) lahir dan diperkenalkan oleh Davis F.D ditahun 1989. Teori ini adalah salah satu model yang paling sering diadopsi didalam sebuah penelitian tentang penerimaan teknologi informasi. Hal ini disebabkan karena pendekatan menggunakan *Technology Acceptance Model* dianggap lebih sederhana dan juga mudah untuk diaplikasikan.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dapat di artikan sebagai tingkatan sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi informasi akan mempermudah pekerjaannya. Jika seorang individu percaya bahwasannya dengan menggunakan suatu teknologi dapat membantu mempermudah pekerjaannya maka besar kemungkinan individu tersebut akan mau menggunakan teknologi tersebut.

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan dapat didefinisikan bahwasannya menggunakan teknologi akan dapat membantu pekerjaannya dilakukan dengan lebih baik (Jahangir dan begum, 2008), sedangkan Kusumaningrum (2015) mendefinisikan kegunaan atau persepsi kebermanfaatan sebagai tingkatan dimana seseorang yakin jika menggunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.

Keamanan

keamanan atau privasi adalah salah satu dari banyak faktor yang dianggap penting yang nantinya dapat mendorong minat seorang nasabah dalam menggunakan internet banking. Keamanan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan yang dapat melindungi informasi didalam layanan internet banking dari berbagai ancaman maupun penyalahgunaan data rekening nasabah (Mahardika dan Basuki, 2011). Keamanan dalam layanan internet banking diharapkan dapat mencegah kejahatan seperti penipuan ataupun mendeteksi adanya kejahatan lain disebuah

sistem yang berbasis teknologi informasi, dimana informasi itu sendiri tidak mempunyai arti fisik (Budhi Rahardjo, 2005).

Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sebagai penilaian atas hubungan individu dengan individu yang lain dan selanjutnya melakukan berbagai macam transaksi dengan sesuai harapan pemberi kepercayaan di dalam lingkungan yang penuh dengan spekulasi atau ketidakpastian (Ba dan Pavlou, 2002). Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah sebuah bank, pihak penyedia layanan diharuskan mampu memberi kepuasan pelanggan, hal ini dilakukan untuk bertahan dalam era sistem teknologi informasi yang semakin maju. Sebuah kepercayaan dari nasabah akan lahir ketika nasabah yakin jika dengan menggunakan layanan internet banking dari perbankan yang dipilihnya akan dapat menjamin kerahasiaan data selanjutnya kemampuan melakukan transaksi perbankan dan lain-lain dengan baik tanpa merugikan pihak nasabah.

HIPOTESIS

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsari didapatkan hasil bahwa faktor persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan internet banking di kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat atau kegunaan yang bisa didapatkan jika menggunakan layanan internet banking, maka nasabah akan berminat untuk menggunakan layanan internet banking, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Menurut penelitian Faramita Dwitama persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwasannya seorang nasabah akan mau menggunakan teknologi jika teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan hasil penelitian Mislah Hayati Nasution dan Sutisna keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan jika suatu layanan yang diberikan kepada nasabah terjamin keamanannya, maka nasabah akan menggunakannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 :keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking

PengaruhKepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan penelitian Hafid Nur Yudha kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan atau kepercayaan terhadap sebuah sistem akan dapat membuat nasabah menjadi berminat untuk menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif adalah untuk mengelola data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian merupakan data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangka. Pendekatan kuantitatif yaitu pencarian data atau informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep atau teori yang digunakan.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari lalu selanjutnya diambil kesimpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah BNI Syariah Cabang Surakarta. Metode pengambilan sampel atau *sampling* adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi (Sekaran, 2006). Penelitian ini akan menggunakan teknik *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu

pengambilan sampel yang terbatas pada orang yang memiliki kriteria sesuai dengan yang ditentukan oleh peneliti.

Jenis Data

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal yang bertujuan mengetahui hubungan sebab akibat variabel persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4) dan persepsi resiko (X5) terhadap minat nasabah menggunakan internet banking (Y). Data yang digunakan adalah jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data dengan cara survey menggunakan lembar kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden yang sebelumnya telah dirumuskan terlebih dahulu dan menggunakan bahasa yang jelas sehingga responden dapat dengan tepat mengartikan maksud pertanyaan dan dapat menjawab sesuai dengan pertanyaan (Sekaran, 2006).

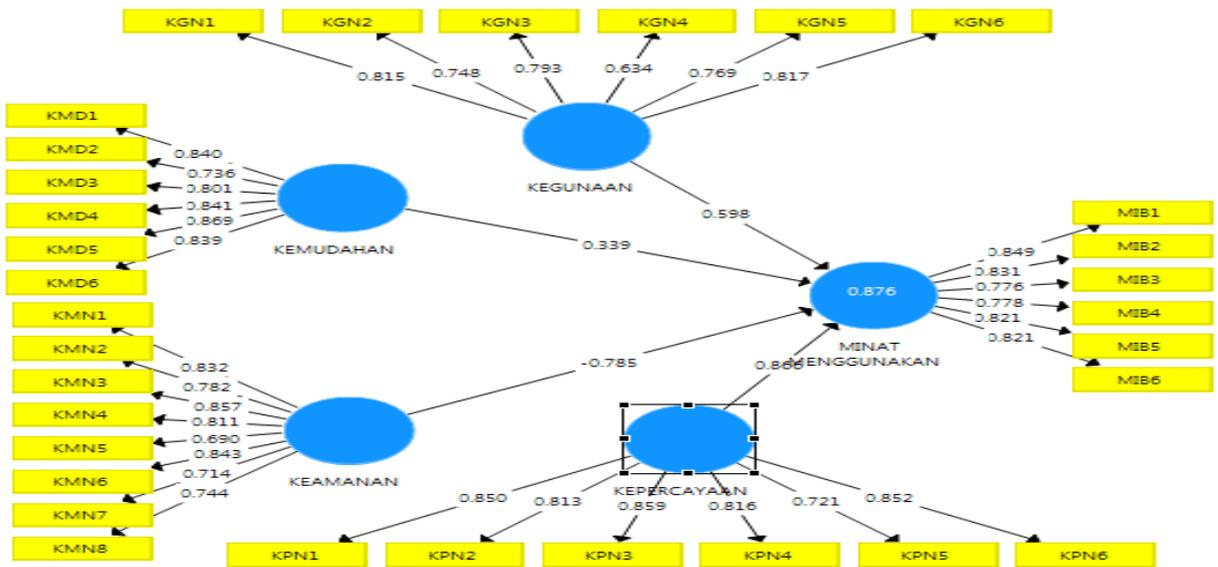
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Instrument bisa dikatakan valid jika instrument tersebut bisa mengukur yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan metode *convergent validity* dan *discriminant validity* dengan bantuan SmartPLS 3.0.

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Adapun model pengukuran untuk uji validitas dapat dilihat pada gambar 1.



Sumber: Data Primer, 2018

Gambar 1
Model Pengukuran Uji Validitas

Berdasarkan hasil dari pengujian model pengukuran yang dapat dilihat pada gambar, semua indikator mempunyai nilai diatas 0.05 yang artinya semua indikator dinyatakan valid dan layak sebagai alat ukur yang baik. Selain itu, yang di gunakan peneliti untuk melihat convergent validity adalah dengan melihat nilai average *Variance Extracted* (AVE) yang di syaratkan bahwa model penelitian yang baik adalah bila nilai AVE masing-masing konstruk nilainya $> 0,5$. Pada table di bawah ini dapat di lihat bahwa nilai rata rata ave pada seluruh variable adalah di $>0,5$. Hal ini berarti bahwa seluruh kelima varibel telah memnuhi syarat untuk menjadi model penelitian yang baik.

Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	AVE
Keamanan (X3)	0.618
Kegunaan (X1)	0.585
Kemudahan (X2)	0.676

Kepercayaan (X4)	0.672
Minat Menggunakan (Y)	0.661

Sumber: Data Primer, 2018

Validitas Diskriminan (*Discriminan validity*)

Discriminan validity merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai atau tidak.

Tabel 4. 1
Dicriminant Validity

Discriminant Validity					
	Keamanan	Kegunaan	Kemudahan	Kepercayaan	Minat Menggunakan
	(X3)	(X1)	(X2)	(X4)	(Y)
Keamanan (X3)	0.786				
Kegunaan (X1)	0.860	0.765			
Kemudahan (X2)	0.906	0.811	0.822		
Kepercayaan (X4)	0.981	0.781	0.891	0.820	
Minat Menggunakan (Y)	0.886	0.874	0.884	0.865	0.813

Sumber: Data Primer, 2018

Dari tabel disajikan yang diatas maka bisa dilihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE yaitu 0,786, 0,765, 0,822, 0,820 dan 0,813 lebih besar dari masing-masing konstruk atau nilai akar AVE lebih besar dari 0,5.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan(Rahmawati, dkk, 2015). Pengukuran reliabilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien(Rahmawati, dkk, 2015). Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan *Composite Reliability*. Menurut Hair *et al.* (2006) nilai *composite reliability*

harus lebih besar dari 0.7 meskipun nilai 0.6 masih dapat diterima. Maka suatu indikator dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika nilai composite reliability lebih besar atau sama dengan 0,7.

Berikut tabel di bawah ini merupakan data hasil analisis dari pengujian composite reliability maupun cronbach alpha

Tabel 4. 2
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability		
	<i>Cronbach's Alpha</i>	Composite Reliability
Keamanan (X3)	0.911	0.928
Kegunaan (X1)	0.857	0.894
Kemudahan (X2)	0.904	0.926
Kepercayaan (X4)	0.902	0.925
Minat Menggunakan (Y)	0.897	0.821

Sumber: Data Primer, 2018

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian model struktural (iner model)

Model struktural pada PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 yang bisa dilihat pada Tabel di bawah ini. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat *variance* perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 3
Nilai R-square (R^2)

	R^2	Pengaruh Dari Luar
Minat Menggunakan	0,876 ATAU 87,6%	0,124 ATAU 12,4%

Sumber: Data Primer, 2018

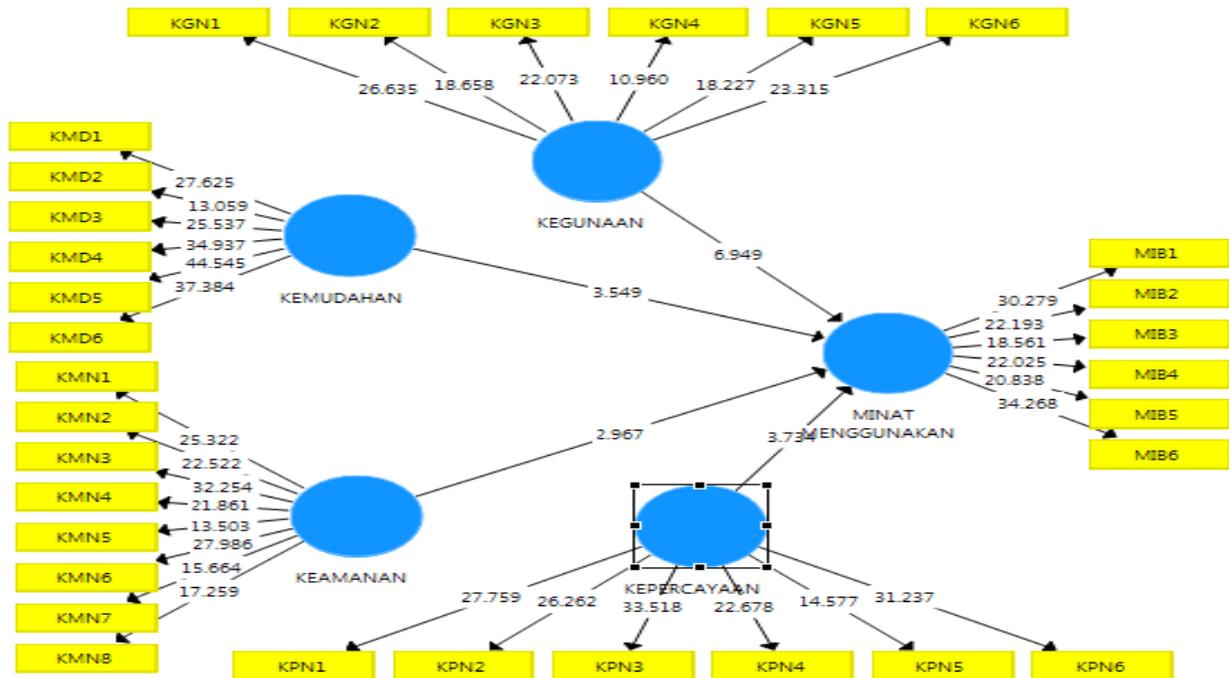
Adapun model struktural dan nilai koefisien jalur dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4. 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Path Coefficients			
	β	T	P
Keamanan (X3)-> Minat Menggunakan (Y)	0.785	2,967	0,003
Kegunaan (X1)-> Minat Menggunakan (Y)	0.598	6.949	0.000
Kemudahan (X2)->Minat Menggunakan (Y)	0.339	3,549	0.000
Kepercayaan(X4)->Minat Menggunakan (Y)	0.866	3,734	0.000

Sumber: Data Primer, 2018

*P \leq 0,10 **P \leq 0,05 ***P \leq 0,001



Gambar 2

Tampilan Output Inner Model

Standar dari di dukungnya hipotesis penelitian yaitu: jika koefisien atau arah hubungan variabel (dilihat dari nilai original sample) sejalan dengan hipotesisnya, dan jika nilai t-statistic >

1,96 dan $p\text{-value} < 0,05$. Berdasarkan dengan nilai Beta Koefisien dan nilai $t\text{-statistic}$ yang disajikan diatas, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1 menyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai koefisien beta sebesar 0,598 dan $T\text{-value}$ 6,949. Maka dari itu hipotesis pertama pada penelitian ini didukung.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai koefisien beta sebesar 0,339 dan $T\text{-value}$ 3,549 . Maka dari itu hipotesis kedua pada penelitian ini didukung.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa *keamanan* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa *keamanan* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai koefisien beta sebesar -0,785 dan $T\text{-value}$ sebesar 2,967. Maka dari itu, hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak di dukung.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai koefisien beta sebesar 0,866 dan $T\text{-value}$ 3,734. Maka dari itu hipotesis keempat pada penelitian ini didukung.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara varibel independen dan variabel

dependen, yakni kegunaan, kemudahan, keamanan dan kepercayaan sebagai variabel independen dan minat menggunakan internet banking sebagai variabel dependen.

Pengaruh kegunaan terhadap minat menggunakan internet banking

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 6.949 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten kegunaan adalah sub indicator internet banking dirasa cepat untuk digunakan (KGN1) sebesar 0.815, sub indicator layanan internet banking dapat memudahkan pekerjaan (KGN6) sebesar 0.817.

Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan internet banking

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 3.549 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *kemudahan* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten kemudahan adalah sub indicator layanan internet banking jelas dan dapat dipahami dengan mudah (KMD4) sebesar 0.841, sub indicator mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan internet banking (KMD5) sebesar 0.869.

Pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan internet banking

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan

menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,003 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 2,967 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan tidak terdapat dukungan pada hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *keamanan* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Terdapat 3 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten keamanan, adalah sub indicator keamanan dalam menggunakan layanan internet banking (KMN1) sebesar 0.840, sub indicator tingkat gangguan penyusup dari pihak lain (KMN3) sebesar 0.857, sub indicator kerahasiaan nasabah (KMN6) sebesar 0,843.

Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan internet banking

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 3.734 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *kepercayaan* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten kepercayaan adalah sub indicator kepercayaan terhadap kredibilitas bank (KPN1) sebesar 0.850 dan sub indicator kepercayaan terhadap layanan internet banking (KPN3) sebesar 0.859.

KESIMPULAN

1. Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan internet banking dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah yakin bahwa dengan menggunakan layanan internet banking akan meningkatkan kinerjanya dan percaya bahwa layanan internet banking berguna dan mempunyai manfaat sehingga nasabah cenderung berminat untuk menggunakannya.

2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan internet banking dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah merasa puas dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh layanan tersebut dengan ditandai nya perasaan mudah untuk menjadi terampil dalam penggunaan layanan internet banking dan juga mudah untuk mempelajari sub menu yang terdapat dalam layanan internet banking.
3. Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan internet banking dengan *p-value* sebesar 0,003 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa responden atau nasabah merasa keamanan yang telah ditanamkan dalam layanan internet banking yang disediakan oleh pihak bank belum mampu untuk mencegah kejahatan yang dapat merugikan responden atau nasabah itu sendiri.
4. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai *p-value* 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa bahwa transaksi perbankan yang dilakukan dengan layanan internet banking dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini variabel kegunaan memiliki kontribusi paling besar di banding dengan ketiga variabel lainnya yaitu variabel kemudahan, variabel keamanan, variabel kepercayaan terhadap variabel (y) minat menggunakan internet banking dengan nilai *t-statistic* sebesar 6.949 yang artinya lebih besar dari 1,96.

Keterbatasan Penelitian

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yaitu kegunaan, kemudahan, keamanan dan variabel kepercayaan. Dalam penelitian ini juga tidak menggunakan variabel modderasi atau variabel mediasi. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin

melakukan penelitian dengan objek sejenis disarankan supaya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel atau meneliti variabel-variabel lainnya serta di tambahkan menggunakan variabel moderasi atau variabel mediasi yang berhubungan dengan minat menggunakan layanan internet banking.

2. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan sampel nasabah bank bni syariah sebagai sampel data yang di gunakan. Untuk penelitian selanjutnya di harapkan untuk mengambil sampel penelirtian lebih dari satu bank.

Saran

1. Perbankan syariah

Meskipun mempunyai segudang manfaat yang dapat di dapatkan oleh para nasabah, namun pada kenyataan nya masih saja ada nasabah yang enggan menggunakan layanan *Internet banking* yang di tawarkan oleh pihak bank karena alasan-alasan tertentu. Nasabah lebih senang menggunakan cara lama atau konvensional dalam melakukan transaksi perbankan salah satu nya adalah dengan datang langsung ke kantor bank dan mengantri dengan nasabah lainnya hanya untuk transfer antar dana atau mencari ATM (*Authomatic Teller Machine*) terdekat hanya untuk mengecek saldo yang ada di rekening nasabah tersebut. Dengan begitu pihak bank selaku penyedia layanan internet banking hendaknya dapat lebih meyakinkan nasabah nya bahwa dengan menggunakan layanan internet banking nantinya akan membuat nasabah lebih mudah untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan dimanapun dan kapanpun.

2. Penelitian selanjutnya

Untuk penelitian yang selanjutnya di harapkan untuk menambah sampel nasabah bank tidak hanya dari satu nasabah perbankan saja, menambah metode penelitian dengan menggunakan variabel moderasai atau variabel mediasi di antara variabel Y dan variabel

X, mencantumkan kembali indicator indicator yang memiliki kontribusi terbesar kepada variabel latennya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budi Rahardjo. 2015. "*Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*". Bandung: PT. Insan Infonesia.
- Ghozali, Imam. (2011). "*Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS*" 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, g. (2006). "*Structural Equation Modelling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H.M.2007. "*Sistem Informasi Keperilakuan*". Yogyakarta: Andy
- Rahmawati, SE., MM., A., Fajarwati, SE., M.Si., & Fauziyah, SE., M.Si. (2015). *Statistika Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salema Empat.
- Slameto. 1995. "*Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*". Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Bandung: Alfabeta
- Walgito, Bimo. 2013. "*Pengantar Psikologi Umum*". Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Witherington. 1985. "*Psikologi Pendidikan*". Jakarta: Aksara Baru

Jurnal

- Ba,S.&P.A.Pavlou.2002. "*Evidience of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*". *Managing Information System Quaterly*, Vol 26, No 3, Page 243-268.
- Chan. S.C. and Lu, M., 2004. "*Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective*". *Journal of Global Information Management (Online Journal From Proquest)*, Volume 12, Iss. 3, pg. 21.
- Fitriana Ana. 2015. "*Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking BCA*". *CSRID Journal*, Vol.7 No.3
- Hayati Mislah Nasution. 2015. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*". *Jurnal Nisbah*, Vol.1 , No.1.

- Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rachmat. 2011." *Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation*". Journal of Economics, Business and Accounting Ventura Volume 14, No. 2. Pp 161-174.
- Maharsri Sri.2007." *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*". Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol 9, No.1.
- Nur Hafid Yudha. 2015." *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption*". Diponegoro Journal of Accounting, Vol 4, No.4.
- Pavlou. (2002). " *Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model*". Journal of Logistics Information Management.
- Sugih Imam Rahayu. 2015." *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Accpetance Model (TAM)*".Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol 5, No.2.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J.G., dan Foxall, G.R. 2003." *A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking*". Journal of Marketing. Pp. 847-860

Website

- <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/03/125837526/januari-2018-jumlah-rekening-tabungan-naik> diakses pada tanggal 8 Agustus 2018 pukul 21:00 wib
- <https://sharingvision.com/pertumbuhan-internet-banking-di-indonesia/> diakses pada tanggal 9 Agustus 2018 pukul 20:00 wib
- https://www.bi.go.id>syariah>SPS_0415 diakses pada tanggal 20 Juli 2018 pukul 21:00 wib
- <https://ibank.bni.co.id/MBAWeb/FMB> diakses pada tanggal 20 Juli 2018 pukul 00:00 wib