

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis data yang sudah dilakukan berdasarkan dengan metode penelitian yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya. Pembahasan dalam bab ini diawali dengan penjelasan terkait data demografi dari responden penelitian. Kemudian, selanjutnya pembahasan hasil pengolahan serta analisis data, dan diakhiri dengan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data yang sudah dilakukan.

#### A. Gambaran Umum Tentang Bank Bni Syariah Kantor Cabang Surakarta

##### 1. Sejarah Tentang BNI Syariah

Bank BNI mulai berdiri pada tanggal 5 juli 1946, Bank BNI merupakan Bank yang pertama dan secara resmi mulai dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. Seiring berjalannya waktu, bank BNI selalu menunjukkan kualitas nya dalam dunia perbankan, dampak nya masyarakat pun mulai tertarik dan menaruh kepercayaan nya kepada Bank BNI untuk menjadi pilihan instansi perbankan yang akan di pilihnya. Dengan berkembangnya Bank BNI ke arah yang lebih baik dan semakin maju membuat masyarakat mulai menginginkan Bank BNI untuk segera membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau perbankan islam yang dalam kegiatan operasional nya menjunjung nilai-nilai keislaman. Konsep yang diinginkan oleh masyarakat atau nasabah Bank BNI adalah membuka layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai islam dengan menganut konsep *dual system banking*, yang dapat diartikan sebagai perbankan yang dapat mennyuguhkan suatu layanan dalam perbankan secara umum dan juga syariah dalam satu waktu. Kebijakan

ini memang sesuai dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998 yang membuat instansi perbankan yang bersifat umum dapat membuka layanan yang berbasis syariah. Instansi perbankan memulai dengan membentuk Tim Bank Syariah pada tahun 1999, yang membuat BI (Bank Indonesia) selanjutnya mulai mengeluarkan izin dan usaha guna dapat beroperasinya unit usaha Syariah Bank Negara Indonesia. Sejak saat itu Bank BNI Syariah pun segera menerapkan strategi guna mengembangkan jaringan cabang, Syariah sebagai berikut ini:

- a. Bank BNI Syariah mulai membuka kantor-kantor yang berjumlah 5 kantor cabang syariah di dalam kota-kota yang dianggap berpotensi untuk usahanya yaitu: DIY.Yogyakarta, Banjarmasin, Malang, Jepara dan kota Pekalongan yang dilakukan pada tanggal 29 April tahun 2000.
- b. Bank BNI Syariah mulai membuka 5 cabang kembali yang berfokus pada kota-kota besar di Negara Indonesia pada tahun 2001. Kota-kota tersebut meliputi Jakarta yang dalam pembangunannya Bank BNI Syariah langsung membuka 2 cabang sekaligus, selanjutnya kota Bandung, Padang dan juga kota Makassar.
- c. Besarnya antusias masyarakat dalam menyambut layanan perbankan syariah yang menjunjung nilai-nilai Islam dan semakin berkembangnya bisnis membuat Bank BNI Syariah kembali membuka 2 kantor cabang di kota Medan dan Palembang, kegiatan ini dilakukan pada tahun 2002.
- d. Pada awal tahun 2003, dengan mempertimbangkan *load business* yang semakin hari semakin meningkat membuat pelayanan kepada pihak masyarakat semakin besar. Hal ini membuat Bank BNI Syariah melakukan

relokasi kantor cabang syariah dari kota Jepara ke kota Semarang. Untuk dapat melayani masyarakat yang berada di kota Jepara, Bank BNI Syariah mengatasi masalah ini dengan cara membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah di kota Jepara.

- e. Untuk melayani nasabah atau masyarakat yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dan dengan suasana yang lebih nyaman akhirnya Bank BNI Syariah membuka kantor layanan BNI Syariah Prima di kota Surabaya dan kota Jakarta. Kegiatan ini dilakukan pada bulan Agustus dan September tahun 2004.

Dari awal mula beroperasi hingga detik ini, Bank BNI Syariah

Selalu menunjukkan perkembangan ke arah positif . Peran pemerintah yang berkomitmen terhadap pengembangan instansi perbankan syariah yang semakin kuat dan juga tingkat kesadaran atas keunggulan produk-produk perbankan syariah juga semakin hari semakin meningkat(<http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>).

## 2.VISI dan MISI Bank BNI Syariah

### a. VISI

Visi dari Bank BNI Syariah adalah menjadi instansi perbankan pilihan masyarakat yang unggul dalam hal pelayanan dan juga kinerja.

### b. MISI

- 1) Memberikan kontribusi yang bersifat positif terhadap masyarakat dan juga peduli terhadap kelestarian lingkungan sekitar.
- 2) Memberikan berbagai solusi yang tepat kepada masyarakat luas untuk berbagai kebutuhan layanan dan jasa melalui perbankan syariah.

- 3) Membuat para investor mendapatkan nilai investasi yang optimal.
- 4) Membuat pegawai merasakan wahana terbaik sebagai tempat dan kebanggaan untuk dapat berkarya dan juga berprestasi dalam perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi referensi tata kelola sebagai perusahaan yang amanah.

## B. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan survey menggunakan lembar kuisisioner yang di bagikan langsung kepada nasabah bank bni syariah cabang surakarta yang sedang berada di bank tersebut. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner yang di buat sendiri oleh penulis dengan merumuskan dengan indicator-indicator yang ada dalam devinisi operasional yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya. Jumlah dari keseluruhan item pernyataan pada kuisisioner yaitu sebanyak 32 item pernyataan, yang diantaranya terdiri dari 6 item pernyataan mengenai kegunaan *internet banking*, 6 item pernyataan mengenai kemudahan *internet banking* , 8 item pernyataan mengenai keamanan *internet banking*, 6 item pernyataan mengenai kepercayaan dan 6 item pernyataan mengenai minat menggunakan *internet banking*.

Kuisisioner yang di sebarakan oleh peneliti sebanyak 100 kuisisioner yang di sebarakan langsung kepada nasabah bank bni syariah cabang Surakarta. Peneliti melakukan penelitian di bank bni syariah cabang Surakarta setelah mendapat izin dan persetujuan dari pihak bank. Penyebaran kuisisioner di lakukan oleh peneliti dengan cara memberikan kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian tersebut dan memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab semua pertanyaan yang di ajukan dalam kuisisioner tersebut tanpa ada tekanan dari pihak manapun. Penyebaraan di lakukan selama 3 hari yaitu pada tanggal 01 oktober 2018 hingga 03 oktober 2018.

### C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, alamat, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan. Penjelasan karakteristik responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut

#### 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa total jumlah nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang terdiri dari 58% berjenis kelamin laki laki dan sisanya 42% berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	58	58%
Perempuan	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

#### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Pada table di bawah ini menunjukkan alamat tinggal responden nasabah bank syariah yang ada di Surakarta. Sebagian besar berdomisili di Pasar Kliwon dan Serengan dengan jumlah 40 % berdomisili di Pasar Kliwon, 30% berdomisli di Serengan dan sisanya berdomisilisili di Banjarsaril, Jebres, Laweyan dengan jumlah presentase sebanyak 16% berdomisili di Banjarsari, 9% berdomisili di Jebres, dan 5% berdomisili di Laweyan.

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Berdasarkan Alamat Responden**

<b>Alamat</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Banjarsari</b>	16	16%
<b>Jebres</b>	9	9%
<b>Laweyan</b>	5	5%
<b>Pasar Kliwon</b>	40	40%
<b>Serengan</b>	30	30%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa terdapat 25% nasabah dengan umur 17 sampai dengan 26 tahun, 36% nasabah dengan umur 27 sampai dengan 36 tahun, 29 % responden dengan umur 37 sampai dengan 46 tahun dan 10% responden dengan umur lebih dari 46 tahun

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>1 - 26 Tahun</b>	25	25%
<b>27 - 36 Tahun</b>	36	36%
<b>37 - 46 Tahun</b>	29	29%
<b>&gt; 46 Tahun</b>	10	10%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa sebanyak 21% berpendidikan sma sederajat, 18% berpendidikan diploma, 44% berpendidikan s1 dan 17% berpendidikan s2.

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sma / Sederajat</b>	21	21%
<b>Diploma</b>	18	18%
<b>S1</b>	44	44%
<b>S2</b>	17	17%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa 22% responden adalah mahasiswa, 14 % responden adalah pegawai swasta, 10% adalah pensiunan, 26% adalah pns/militer, dan 28% adalah pengusaha.

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Pealajar / Mahasiswa</b>	12	12%
<b>Pegawai Swasta</b>	14	14%
<b>Pensiunan</b>	10	10%
<b>Pegawai Negri Sipil</b>	26	26%
<b>Pengusaha</b>	28	28%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

#### D. 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. Berdasarkan metode

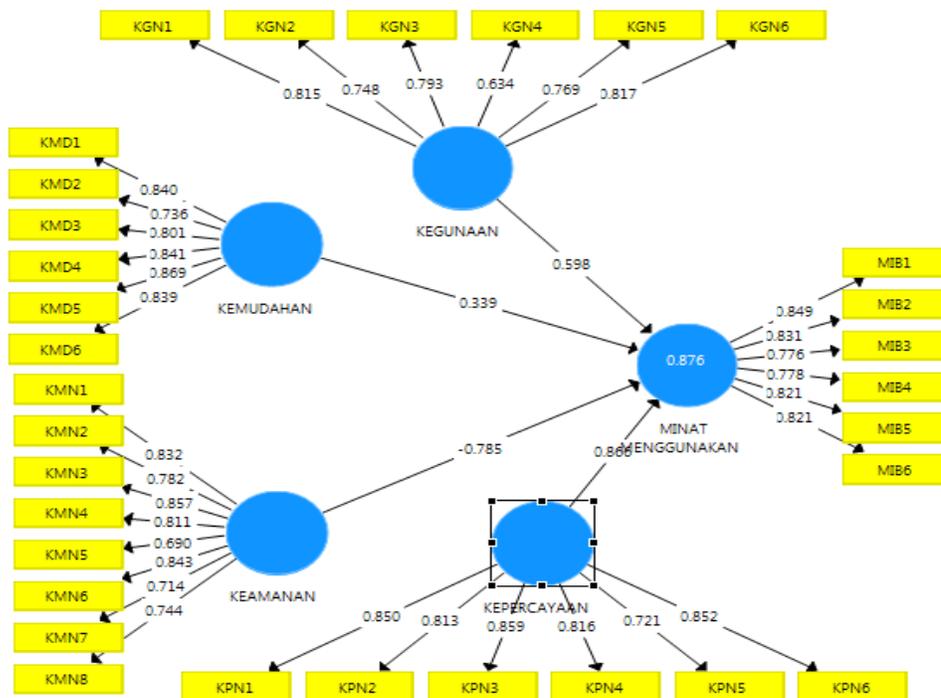
penelitian yang sudah dijelaskan pada Bab 3, sebelum selanjutnya melakukan analisis data, maka langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan uji kualitas instrument yakni uji validitas dan uji reliabilitas (Haryono, Siswoyo, 2017)

#### 1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* (model pengukuran) yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliable). Analisa Outer Model ini untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

Tiga kriteria pengukuran digunakan dalam teknik analisa data menggunakan SmartPLS untuk menilai model. Tiga pengukuran itu adalah Convergent validity, Composite reliability, dan Discriminant validity.

Adapun model pengukuran untuk uji validitas bisa dilihat pada gambar 4.1



Sumber: Data Primer, 2018

**Gambar 4.1**  
**Model Pengukuran Uji Validitas**

a. Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Nilai *convergent validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *convergent validity* digunakan untuk mengetahui validitas suatu kosntruk. Indikator dikatakan valid jika nilai Factor loading di atas 0,5 (nilai *Original Sample*), dan nilai probabilitas (*P values*) di bawah 0,05 (Haryono, Siswoyo, 2017). Pada penelitian ini, terdapat 5 variabel dengan total 16 indikator. Indikator tersebut diantaranya 3 indikator untuk minat nasabah, 3 indikator untuk kegunaan internet banking, 3 indikator untuk kemudahan internet banking, 4 indikator untuk keamanan, dan 3 indikator untuk kepercayaan. Berdasarkan keterangan gambar diatas, maka dapat peneliti jelaskan

sebagai berikut:

- 1) Konstruk atau varibel minat nasabah di ukur dengan indicator MIB 1-MIB 6 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, MIB1 0,849, MIB2 0,831, MIB3 0,776, MIB4 0,778, MIB5 0,821, MIB6 0,821
- 2) Konstruk atau varibel kemudahan di ukur dengan indicator KMD11 – KMD6 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KMD1 0,840, KMD2 0,736, KMD3 0,801, KMD4 0,841, KMD5 0,869, KMD6 0,839
- 3) Konstruk atau varibel kegunaan di ukur dengan indicator KGN1 – KGN6 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KGN1 0,815, KGN2 0,748, KGN3 0,793 KGN4 0,634, KGN5 0,769, KGN6 0,817
- 4) Konstruk atau varibel keamanan di ukur dengan indicator KMN1 – KMN8 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KMN1 0,832, KMN2 0,782, KMN3 0,857, KMN4 0,811, KMN5 0,690, KMN6 0,843, KMN7 0,714, KMN8 0,744
- 5) Konstruk atau varibel kepercayaan diukur dengan indicator KPN1 – KPN6 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KPN1 0,850, KPN2 0,813, KPN3 0,859, KPN4 0,816, KPN5 0,721, KPN6 0,852

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 keliama varibel telah memenuhi syarat untuk menjadi model penelitian yang baik. Pada tabel di bawah ini dapat di lihat bahwa b nilai AVE untuk seluruh variabel pada penelitian ini yakni  $> 0,5$ . kegunaan 0,585, kemudahan 0,676, keamanan 0,618, kepercayaan 0,672, dan minat menggunakan 0,661. Hal ini berarti bahwa kelima variabel tersebut telah memenuhi syarat dan dinyatakan sebagai model yang baik.

**Tabel 4. 6**  
**Average Variance Extracted (AVE)**

<b>Konstruk</b>	<b>AVE</b>
<b>Keamanan (X3)</b>	0.618
<b>Kegunaan (X1)</b>	0.585
<b>Kemudahan (X2)</b>	0.676
<b>Kepercayaan (X4)</b>	0.672
<b>Minat Menggunakan (Y)</b>	0.661

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada penelitian ini telah dinyatakan valid dan data pada penelitian ini dapat diolah secara lebih lanjut karena telah memenuhi *convergent validity*.

b. 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. 7**  
**Dicriminant Validity**

<b>Discriminant Validity</b>					
	Keamanan	Kegunaan	Kemudahan	Kepercayaan	Minat Menggunakan
	(X3)	(X1)	(X2)	(X4)	(Y)
<b>Keamanan (X3)</b>	0.786				
<b>Kegunaan (X1)</b>	0.860	0.765			
<b>Kemudahan (X2)</b>	0.906	0.811	0.822		
<b>Kepercayaan (X4)</b>	0.981	0.781	0.891	0.820	
<b>Minat Menggunakan (Y)</b>	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.

#### E. 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. 8**  
**Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

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

Sumber: Data Primer, 2018

F. Hasil Pengujian Hipotesis

1. 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. 9**  
**Nilai R-square ( $R^2$ )**

	$R^2$	Pengaruh Dari Luar
<b>Minat Menggunakan</b>	0,876 ATAU 87,6%	0,124 ATAU 12,4%

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai R-square variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 0,876. Nilai R-square sebesar 0,870 memiliki arti bahwa variabilitas konstruk kepuasan menjadi nasabah yang dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk

Knowledge management sebesar 87,6% sedangkan sisanya 12,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Semakin besar angka R-square menunjukkan semakin besar variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan strukturalnya.

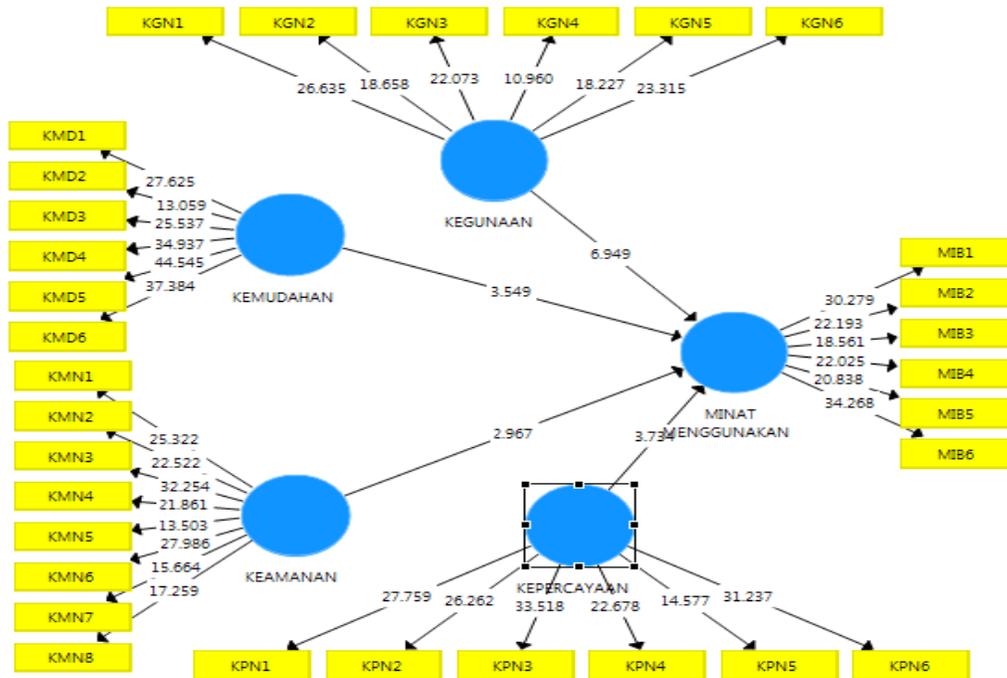
Adapun model struktural dan nilai koefisien jalur dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

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

Sumber: Data Primer, 2018

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



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-value* < 0,05. Berdasarkan dengan nilai Beta Koefisien dan nilai *t-statistic* yang disajikan diatas, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap *Minat Menggunakan Internet Banking*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* > 1,96 serta *p-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-value* 6,949. Maka dari itu hipotesis pertama pada penelitian ini didukung.

2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap *minat menggunakan internet banking*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic*  $> 1,96$  serta *p-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-value* 3,549 . Maka dari itu hipotesis kedua pada penelitian ini didukung.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa *keamanan* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic*  $> 1,96$  serta *p-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-value* sebesar 2,967. Maka dari itu, hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak di dukung.
4. Hipotesis 4 menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap *minat menggunakan internet banking*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic*  $> 1,96$  serta *p-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-value* 3,734. Maka dari itu hipotesis keempat pada penelitian ini didukung.

Berdasarkan hasil pengujian empat hipotesis pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis pada penelitian ini didukung yakni hipotesis 1,2,3 dan 4. Peneliti merangkum hasil uji hipotesis pada Tabel 4.11

**Tabel 4. 11**  
**Rangkuman Hasil Uji Hipotesis**

	<b>Pernyataan Hipotesis</b>	<b>Keterangan</b>
<b>H1</b>	Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking	Diterima
<b>H2</b>	Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking	Diterima
<b>H3</b>	Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking	Ditolak
<b>H4</b>	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking	Diterima

#### G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yakni kegunaan, kemudahan, keamanan dan kepercayaan sebagai variabel independen dan minat menggunakan internet banking sebagai variabel dependen.

##### 1. 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 indikator internet banking dirasa cepat untuk digunakan (KGN1) sebesar 0.815, sub indikator layanan internet banking dapat memudahkan pekerjaan (KGN6) sebesar 0.817.

Di dukungnya hipotesis pertama pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan alasan,

1. Kegunaan atau persepsi kebermanfaatan di sini dapat di definisikan tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Pada penelitian ini responden/nasabah bank bni syariah merasakan bahwa layanan internet banking yang disediakan oleh bank BNI Syariah telah mampu membantu nasabah dalam meningkatkan kinerjanya. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *internet banking dirasa cepat untuk digunakan* (KGN1) sebesar 0.849 ke arah positif, yang artinya responden telah merasa puas dengan kecepatan internet banking yang disediakan bank bni syariah.
2. Responden juga merasa puas dengan layanan internet banking yang disediakan oleh pihak bank bni syariah dalam menyediakan internet banking yang dapat memudahkan pekerjaan mereka . Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *layanan internet bankinng dapat memudahkan pekerjaan* (KGN6) sebesar 0.817 ke arah positif, yang artinya nasabah bank bni syariah

telah merasa puas dengan layanan internet banking dari bank bni syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, dalam penelitian ini menggunakan indikator yang di fokuskan pada kegunaan atau manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan internet banking itu sendiri. Sedangkan terdapat banyak indikator lain yang dapat digunakan untuk melihat seberapa banyak manfaat yang dapat diperoleh dari internet banking itu sendiri. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan indikator lain diluar dari manfaat yang dapat diperoleh dari internet banking.

Kusumaningrum (2015) mendefinisikan kegunaan atau persepsi kebermanfaatan sebagai tingkatan dimana seseorang yakin jika menggunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwasannya persepsi kebermanfaatan Teknologi Informasi adalah suatu sikap dan perilaku yang berhubungan dengan proses dalam pengambilan keputusan. Jika individu percaya jika sistem teknologi informasi dapat berguna dan mempunyai manfaat maka seseorang cenderung akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Fitriana Ana (2015) yang menyatakan bahwa secara parsial faktor kegunaan atau manfaat terbukti mempengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi layanan internet banking.

## 2. 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.

Di dukungnya hipotesi kedua pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan,

1. Layanan internet banking yang diberikan oleh pihak bank bni syariah dapat digunakan dengan mudah dan sub menu yang ditampilkan oleh layanan tersebut sudah sangat jelas dan mudah untuk dipahami . Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *layanan internet banking jelas dan dapat dipahami dengan mudah* (KMD4) sebesar 0.841 ke arah positif, yang artinya responden telah merasa puas dengan layanan internet banking yang di berikan bank syariah kepada nasabahnya.
2. Pada praktik penggunaan layanan internet banking yang telah disediakan oleh pihak bank bni syariah, nasabah merasa puas dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh layanan tersebut dengan ditandai nya perasaan mudah untuk menjadi terampil dalam penggunaan layanan internet banking. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan internet banking* (KMD5) sebesar 0.869 ke arah positif, yang artinya responden telah merasa puas dengan layanan internet banking yang telah disediakan oleh pihak bank karna mudah untuk

digunakan dan mudah untuk menjadi terampil dalam penggunaan layanan internet banking.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, pada penelitian ini kemudahan difokuskan pada cara penggunaan layanan yang telah disediakan oleh bank, disarankan untuk tidak hanya memfokuskan pada cara penggunaan saja dan menggunakan indikator diluar kemudahan penggunaan layanan internet banking.

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.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Maharani Sri (2007) dengan judul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model*" dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

### 3. 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.

Tidak di dukungnya hipotesis ke tiga dalam penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan alasan,

1. Keamanan dalam menggunakan layanan internet banking dalam hal ini dapat di definisikan sebagai bagaimana keamanan dalam layanan yang disediakan oleh pihak bank dapat mencegah penipuan atau paling tidak dapat mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak mempunyai arti fisik. Responden atau nasabah merasa standar keamanan yang ditanamkan dalam layanan internet banking yang disediakan oleh pihak bank belum mampu untuk mencegah kejahatan yang dapat merugikan responden atau nasabah itu sendiri, hal ini di dasari oleh maraknya kasus peretasan rekening yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang nantinya dapat merugikan nasabah pengguna layanan internet banking. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *keamanan dalam menggunakan layanan internet banking* (KMN1)

sebesar 0.832 ke arah negatif, yang artinya responden merasa keamanan yang ditanamkan pada layanan internet banking yang telah disediakan oleh bank belum mampu untuk mencegah tindak kejahatan yang dapat merugikan nasabah tersebut.

2. Alasan yang kedua adalah responden merasa bahwa tingkat gangguan penyusup dari luar yang dapat merugikan nasabah belum dapat diatasi dengan baik oleh sistem keamanan yang ada dilayanan internet banking yang disediakan oleh bank BNI syariah, hal ini di dukung dengan sub indikator *tingkat gangguan penyusup dari pihak lain* (KMN6) sebesar 0.843 ke arah negatif yang artinya nasabah merasa bahwa data-data penting yang bersifat pribadi belum sepenuhnya diamankan oleh pihak bank dari oknum yang tidak bertanggung jawab .

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, variabel keamanan merupakan variabel yang sangat krusial dalam sebuah pengambilan keputusan apakah nasabah akan berminat menggunakan internet banking tersebut atau tidak sama sekali. Namun dalam penelitian ini variabel keamanan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan internet banking, hal ini dikarenakan nasabah masih merasa tidak puas dengan standar keamanan yang diterapkan dalam layanan internet banking dikarenakan masih banyaknya berita tentang pembobolan rekening melalui jaringan internet.

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).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Hayati Mislal Nasution (2015) yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking.

#### 4. 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 adalah sub indicator kepercayaan terhadap kredibilitas bank (KPN1) sebesar 0.850 dan sub indicator kepercayaan terhadap layanan internet banking (KPN3) sebesar 0.859.

Di dukungnya hipotesis keempat pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan,

1. Responden dalam penelitian ini merasakan bahwa kemampuan ketersediaan sistem dalam layanan internet banking yang disediakan oleh pihak bank dapat berjalan dengan baik di layanan internet banking tersebut, hal ini di dukung dengan sub indikator kepercayaan terhadap kredibilitas bank (KPN1) sebesar 0.850 ke arah positif, yang artinya responden percaya bahwa sistem teknologi dalam layanan internet banking sudah baik.
2. Responden merasa bahwa transaksi perbankan yang dilakukan dengan layanan internet banking dapat dipercaya, hal ini di dukung dengan sub indikator kepercayaan terhadap layanan internet banking (KPN3) sebesar 0.859 ke arah yang positif, yang artinya responden memilih layanan internet banking bank bni syariah untuk melakukan transaksi perbankan mereka.

Kepercayaan dapat diartikan sebagai penilaian atas hubungan individu dengan individu yang lain dan selanjutnya melakukan berbagai macam kegiatan transaksi dengan sesuai harapan pemberi kepercayaan di dalam lingkungan yang penuh dengan spekulasi atau ketidakpastian (Ba dan Pavlou, 2002).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran yaitu dalam penelitian ini untuk variabel kepercayaan hanya menggunakan 4 indikator, sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat

menambahkan indikator lain diluar indikator dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Batista Maria dan Pratiwi Raisa (2017) yang berjudul “*Analisis Aktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking*” yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking.