



PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA NASABAH BANK DI MADIUN

Misyella Fanny Christiani

misyellafannyc@gmail.com

Intan Immanuela

intan.immanuela@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-banking* pada nasabah bank di Madiun. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian yang digunakan adalah nasabah bank pengguna *E-banking* di Madiun yang pernah menggunakan dan bertransaksi melalui website *E-Banking*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan menggunakan metode survey yaitu dengan membagikan kuesioner. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media *Google Form*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 28. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-banking* pada nasabah bank di Madiun.

Kata Kunci : Persepsi kebermanfaatan; persepsi kemudahan; persepsi keamanan; minat menggunakan

ABSTRACT

This study aims to empirically prove the effect of perceived usefulness, perceived convenience, perceived security on interest in using E-banking on bank customers in Madiun. This type of research is quantitative research. The research sample used is bank customers who use E-banking in Madiun who have used and transacted through the E-banking website. The sampling technique used is convenience sampling using a survey method, namely by distributing questionnaires. Data was obtained by distributing questionnaires through Google Form media. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 28 program. The results of this study prove that the variables perceived usefulness, perceived convenience, and perceived security have a positive influence on interest in using E-banking on bank customers in Madiun.

Keywords : Perceived usefulness; perceived ease of use; perceived convenience; perceived security, interest in using

PENDAHULUAN

E-Banking merupakan suatu teknologi yang menggunakan internet untuk mengakses data-data pada rekening seperti cek saldo, transfer atau membayar tagihan listrik, telepon, pulsa, dan lain-lain. Teknologi *E-Banking* ini digunakan di era globalisasi yang sangat maju, dengan fasilitas dan layanan yang ada dapat membuat nasabah dimudahkan dalam hal transaksi atau pun cek saldo tanpa harus datang ke outlet atau kantor cabang milik nasabah. *E-Banking* dibuat untuk memudahkan bidang perbankan menciptakan inovasi dan kreatifitas untuk memajukan kinerja bank.

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam perekonomian suatu negara (Regar, Areros, & Rogahang, 2016). Perbankan menggunakan teknologi informasi dan selalu berinovasi untuk memudahkan setiap penggunaanya melalui media internet atau biasa disebut *E-Banking*. Layanan yang terdapat dalam *E-Banking* yaitu: ATM, *SMS banking*, *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. (www.bi.go.id).

E-Banking membantu nasabah untuk bertransaksi melalui media online sangat efisien dan efektif. Namun kenyataannya, *E-Banking* belum sepenuhnya dimengerti dan digunakan oleh nasabah, dapat dilihat dari banyaknya nasabah yang datang ke kantor cabang setempat untuk melakukan transaksi pengiriman uang atau bahkan membuka rekening tabungan baru. Pengetahuan nasabah akan adanya fasilitas *E-Banking* sangat minim, perlunya media informasi untuk memberitahukan kepada nasabah untuk menggunakan fasilitas *E-Banking* terlebih saat ini dimasa pandemi *Covid-19* yang mana harus meminimalkan untuk keluar rumah ataupun memegang uang.

Keunggulan dalam *E-banking* yang memberikan manfaat, kemudahan, dan keamanan kepada nasabah bank dalam melakukan transaksi, namun terdapat nasabah bank yang belum menggunakan *E-banking*. Nasabah bank yang tidak menggunakan *E-banking* memilih untuk datang ke kantor cabang atau ATM untuk melakukan transaksi, dikarenakan lebih terpercaya dan aman. Maka menimbulkan persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *E-banking* pada nasabah bank. Jika nasabah bank mengetahui layanan *E-banking* yang memberikan manfaat, kemudahan, dan keamanan dalam layanan pengoperasiannya, nasabah bank akan sering menggunakan *E-banking*. Namun sebaliknya layanan *E-banking* yang kurang memberikan manfaat, kemudahan, dan keamanan, maka nasabah bank enggan untuk menggunakannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *E-banking* pada nasabah bank di Madiun. Penelitian ini memiliki tujuan antara lain: untuk mengetahui bukti empiris pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-banking* pada nasabah bank di Madiun.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian Dewi, dkk., (2017) yang berjudul analisis pengaruh kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *E-banking* pada mahasiswa jurusan akuntansi program studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Penelitian ini menggunakan subyek, teknik penyempelan, dan lokasi penelitian yang berbeda dengan peneliti. Pada penelitian Dewi, dkk., (2017) menggunakan subyek mahasiswa jurusan akuntansi program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, sedangkan penelitian ini menggunakan nasabah bank yang berada di Madiun yang jangkauannya lebih luas. Penelitian Dewi, dkk., (2017) menggunakan teknik penyempelan *purposive sampling* dengan lokasi penelitian di Universitas Pendidikan Ganesha, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik penyempelan *convenience sampling* dengan lokasi penelitian di Madiun.

TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Telaah Teori

Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Model penerimaan teknologi (TAM) dikemukakan oleh Davis (1989) yang memberikan rancangan pemikiran yang dikembangkan dalam minat pemanfaatan teknologi informasi. Menurut Cahyo (2014) Model TAM bertujuan untuk menjelaskan pemakaian sistem *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pengguna atau pemakai. TAM bermanfaat untuk mengukur suatu sistem dapat diterima atau tidak oleh pengguna. Di dalam TAM terdapat 2 macam variabel utama yang dapat mempengaruhi pengguna (*user*) dalam menolak atau menerima sistem teknologi informasi yaitu persepsi kebermanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).

Sistem Teknologi Informasi

Menurut Irawan, Hasna, & Pahlevi (2016) sistem informasi adalah sistem yang teratur pada setiap jaringan-jaringan aliran informasi yang dapat menghubungkan setiap bagian dari suatu sistem, sehingga memungkinkan adanya komunikasi antar bagian atau satuan fungsional. Pada sistem teknologi informasi terdapat keamanan yang melindungi data-data yang diakses. Keamanan yang dirasakan berhubungan dengan keyakinan bahwa transaksi dapat disimpulkan aman serta, akan sangat mudah bagi pengguna untuk berfikir bahwa menggunakan layanan *e-banking* akan menguntungkan bagi pengguna (Husnayetti & Sestri, 2019).

E-Banking

Menurut Veitzal & Rifki (2013) *E-Banking* merupakan layanan yang memberikan nasabah bank manfaat yang banyak di antaranya: mendapatkan informasi, melakukan transaksi, komunikasi, dan mengelola perbankan melalui media elektronik (ATM), *phone banking*, *internet banking*, *mobile banking*, *electronic fund transfer* (EFT), dan *Electronic Data Capture* (EDC)/ *Point Of Sales* (POS).

Minat Menggunakan E-Banking

Minat merupakan kecenderungan jiwa yang memiliki pemikiran untuk memperhatikan dan mengingat suatu kegiatan atau aktivitas (Harlan, 2014). Sedangkan menurut Saraswati & Baridwan (2013) minat adalah kecenderungan hati pada suatu hal karena kebutuhan atau keinginan pada hal tertentu. Seseorang yang akan melakukan sesuatu karena didasari dengan keinginan mendorong minat untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-banking

Menurut Adamson & Shine (2003:441-455) dalam (Irmadhani & Nugroho, 2012) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai bentuk kepercayaan pada teknologi yang akan meningkatkan kinerja penggunaannya. Ketika pemikiran penggunaan *E-Banking* mempercayai bahwa teknologi mempunyai manfaat, maka pengguna *E-Banking* akan menggunakan layanan *E-Banking* dikarenakan memiliki minat akan layanan *E-Banking* yang bermanfaat di setiap saat. Dengan itu maka dapat dikatakan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-banking*.

H1 : Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-banking.

Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-banking

Menurut Harlan (2014) kemudahan penggunaan adalah suatu bentuk kepercayaan atau keyakinan untuk mengambil keputusan dan dapat digunakan untuk teknologi sehingga bebas dari usaha. Persepsi kemudahan akan penggunaan *E-Banking*, dapat menguntungkan nasabah dan perbankan. Kemudahan penggunaan *e-banking* yang semakin mudah dalam sistem teknologi informasi, maka semakin tinggi minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*. Hal

tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-banking*.

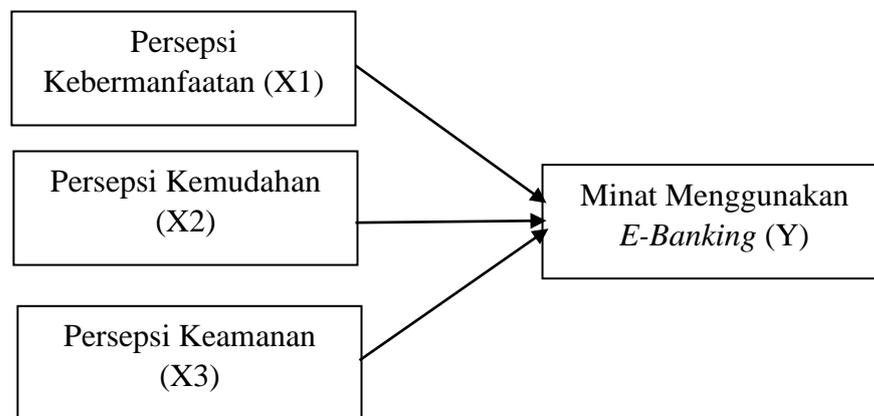
H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-banking.

Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-banking*

Menurut Afghani & Yulianti (2016) keamanan merupakan suatu usaha untuk mengamankan informasi, menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko-risiko atau ancaman yang mungkin akan timbul. Keamanan pada *E-banking* yang sudah terjaga dengan baik membuat nasabah bank pengguna *E-banking* merasa aman dan tenang, dengan keamanan yang semakin tinggi pada sistem *E-banking* maka semakin meningkat minat menggunakan *E-banking*. Dengan itu maka dapat dikatakan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-banking*.

H3 : Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-banking.

Rerangka Penelitian



Gambar 1. Rerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan cara pengukuran dan mengolahnya secara statistik dan berbentuk angka-angka. Unit analisis dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang menggunakan *E-Banking*. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan data kuesioner yang akan dibagikan kepada nasabah bank atau pengguna *E-Banking*. Penelitian ini menggunakan dimensi waktu yaitu *cross section*. Ruang lingkup penelitian ini adalah nasabah bank yang berada di Madiun.

Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu: variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi keamanan (X3). Sedangkan variabel dependen yaitu minat menggunakan *E-banking* (Y).

Menurut Jamidan, (2016) minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

Menurut Dewi, dkk., (2017) persepsi kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Menurut Jogiyanto (dalam Andriyanto, 2014) menyatakan persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Afghani & Yulianti, (2016) keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan informasi, menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko-risiko atau ancaman yang mungkin akan timbul.

Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert dimulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS) = 2, Kurang Setuju (KS) = 3, Setuju (S) = 4, Sangat Setuju (SS) = 5.

Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *E-Banking* pada Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI. Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI yang berada di Madiun.

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *E-Banking*, yaitu nasabah pengguna *E-Banking* pada Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA dan Bank BNI yang berada di Madiun. Sampel yang akan diambil ditentukan dalam penelitian Ferdinan (2006) dalam RJ & Ferdinand, (2012) dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= 25 \times \text{Jumlah Variabel Independen} \\ &= 25 \times 3 \\ &= 75 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas maka minimal sampel yang diambil yakni 75 responden. Pada penelitian ini mengambil sebanyak 120 responden.

Teknik penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah bank pengguna *e-banking* dalam melakukan transaksi keuangan di Madiun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, yang menjadi responden adalah pengguna *E-Banking* atau nasabah bank yang sudah menggunakan *E-Banking* di Madiun. Dari 120 kuesioner yang disebar, terdapat tingkat pengembalian (*response rate*) diperoleh sebesar 84,16% dan sisanya 15,84% (19 kuesioner) yang tidak dapat diolah. Kuesioner yang tidak dapat diolah penyebabnya karena tidak memenuhi kriteria sampel yaitu nasabah bank pengguna *E-banking* di Madiun. Maka data yang dapat diolah adalah 101 kuesioner. Berikut ini tabel tingkat pengembalian kuesioner (*response rate*) yang sudah diolah:

Tabel 1. *Response Rate*

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang didistribusikan	120
Kuesioner yang kembali	120
Kuesioner yang tidak dapat diolah	19
Kuesioner yang diolah	101
$Response Rate = \frac{101}{120} \times 100\%$	84,16%

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Jumlah Item	Mean Item
Persepsi Kebermanfaatan	101	16	60	39,65	11,805	12	3,30
Persepsi Kemudahan	101	10	25	16,97	4,406	5	3,39

Persepsi Keamanan	101	6	19	13,40	3,347	4	3,35
Minat Menggunakan	101	7	25	16,07	4,405	5	3,21
Valid N (listwise)	101						

Berdasarkan tabel 2 hasil uji statistik deskriptif dapat diketahui bahwa mean item pada persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan minat menggunakan tergolong cukup tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah bank memahami akan manfaat, kemudahan, keamanan serta minat menggunakan *E-banking* yang akan memberikan layanan praktis dan modern.

Uji Validitas

Hasil uji validitas pada penelitian ini dari keseluruhan variabel independen dan dependen pada setiap pertanyaan masing-masing diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel ($\alpha = 0,05 = 0,195$) sehingga dapat diartikan masing-masing item pertanyaan pada variabel dependen dan independen dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

	N (Item)	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan (X1)	12	0,945	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	5	0,830	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	4	0,803	Reliabel
Minat Menggunakan <i>E-Banking</i>	5	0,864	Reliabel

Hasil uji reabilitas dari variabel persepsi kebermanfaatan sebesar 0,945, variabel persepsi kemudahan sebesar 0,830, variabel persepsi keamanan sebesar 0,803, dan minat menggunakan *E-banking* sebesar 0,864. Pada tabel 3 dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,60 sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

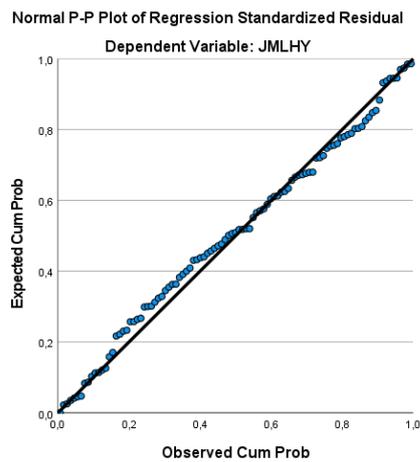
Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual	
N		101	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	3,36710273	
Most Extreme Differences	Absolute	,074	
	Positive	,056	
	Negative	-,074	
Test Statistic		,074	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,195	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,185	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,175
	Upper Bound	,195	

Uji normalitas pada tabel 4 menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* yang hasilnya dinyatakan berdistribusi normal karena adanya nilai signifikan $0,185 >$ *Sig.* 0,05.

Uji *P-Plot*



Gambar 2. Hasil Uji *P-Plot*

Uji normalitas pada gambar 2 menggunakan uji grafik normal *p-plot*. Berdasarkan gambar diatas data pada penelitian dinyatakan berdistribusi normal karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

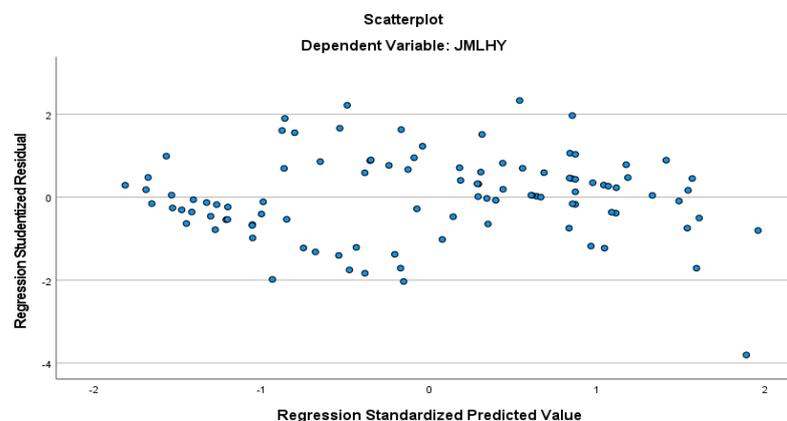
Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1 Persepsi Kebermanfaatan	0,526	1,901
	X2 Persepsi Kemudahan	0,499	2,004
	X3 Persepsi Keamanan	0,751	1,331

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 5 masing-masing variabel menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas, karena pada setiap variabel nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

Uji *Scatterplot*



Gambar 1. Hasil Uji *Scatterplot*

Uji heterokedastisitas pada gambar 2 menggunakan uji *scatterplot* yang menunjukkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas karena titik-titik pada gambar tersebut menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Glejser

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

	Model	Sig.	Alpha	Keterangan
1	(Constant)	,060		
	Persepsi Kebermanfaatan	,531	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
	Persepsi Kemudahan	,117	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
	Persepsi Keamanan	,085	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas pada tabel 6 menggunakan uji *glejser* diperoleh nilai signifikan pada masing-masing variabel $> 0,05$, maka dapat dikatakan masing-masing variabel independen tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,645 ^a	,416	,398	3,419	2,104

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 2,104 dengan nilai signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel (N) yaitu 101 dan jumlah variabel (K) 3 di dapat nilai tabel dL sebesar 1,6153, du 1,7364 diperoleh dari nilai sebesar $(4 - 1,7264 = 2,2636)$. Maka dapat disimpulkan bahwa $du < d < 4 - du$ atau $1,7364 < 2,104 < 2,2636$, yang berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif sehingga keputusannya tidak ditolak pada model regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,386	1,614			2,098	,038
	Persepsi Kebermanfaatan (X1)	,099	,040	,266		2,487	,015
	Persepsi Kemudahan (X2)	,288	,110	,288		2,620	,010
	Persepsi Keamanan (X3)	,288	,118	,219		2,445	,016

Pada tabel 8 didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,386 + 0,099X1 + 0,288X2 + 0,288X3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijabarkan yakni:

- Nilai koefisien regresi variabel persepsi kebermanfaatan (X1) sebesar 0,099, ini berarti persepsi kebermanfaatan mengalami kenaikan, satu satuan. Maka dapat menimbulkan minat menggunakan *E-Banking* mengalami kenaikan sebesar 0,099.
- Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X2) yaitu 0,288, ini berarti persepsi kemudahan mengalami kenaikan satuan. Sehingga dapat menimbulkan minat menggunakan *E-Banking* yang mengalami kenaikan sebesar, 0,288.

- Nilai koefisien regresi variabel persepsi keamanan (X3) sebesar 0,288, ini berarti persepsi keamanan mengalami kenaikan satuan. Maka dapat menimbulkan minat menggunakan *E-Banking* yang mengalami kenaikan sebesar, 0,288.

Uji Koefisien Determinasi R²

Berdasarkan hasil pada tabel 7 diketahui nilai diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,398 atau 39,8%. Sehingga dapat diketahui bahwa 39,8% variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi keamanan (X3). Sedangkan sisanya sebesar 60,2% (100% - 39,8%) dijelaskan melalui faktor lain di luar model regresi.

Uji Statistik T (uji parsial)

Pada tabel 8 dihasilkan uji t_{hitung} pada variabel persepsi kebermanfaatan sebesar 2,487 dan nilai signifikan yaitu 0,015 (Sig < 0,05), sehingga variabel persepsi kebermanfaatan dikatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking*.

Pada tabel 8 maka diperoleh uji t_{hitung} pada variabel persepsi kemudahan sebesar 2,620 dan nilai signifikan yaitu 0,010 (Sig < 0,05), sehingga variabel persepsi kemudahan dikatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking*.

Pada tabel 8 maka dihasilkan uji t_{hitung} pada variabel persepsi keamanan sebesar 2,445 dan nilai signifikan yaitu 0,016 (Sig < 0,05), sehingga variabel persepsi keamanan dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking*.

Uji Statistik F

**Tabel 9 Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	806,777	3	268,926	23,009	,001 ^b
	Residual	1133,738	97	11,688		
	Total	1940,515	100			

Pada tabel 9 diketahui nilai F hitung sebesar 23,009 dan nilai signifikan 0,001 (Sig. < 0,05), maka dinyatakan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking*.

Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-banking*, maka H1 diterima. Jika *E-banking* dinilai bermanfaat dalam transaksi, maka minat menggunakan *E-banking* akan semakin tinggi. Begitu sebaliknya, jika *E-banking* dinilai kurang bermanfaat maka minat menggunakan *E-Banking* semakin menurun.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-banking*, maka H2 diterima. Jika *E-Banking* dinilai mudah dalam transaksi, maka minat menggunakan *E-Banking* akan semakin meningkat penggunaannya, dikarenakan layanan *E-Banking* sangat berguna dan mudah dioperasikan. Begitu sebaliknya, jika *E-banking* dinilai kurang mudah digunakan maka minat menggunakan *E-banking* akan semakin menurun dan pengguna *E-banking* juga tidak akan menggunakan *E-banking* karena pengoperasian atau penggunaan layanannya sulit dan rumit.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-banking*, maka H3 diterima. Jika *E-banking* dinilai aman dalam transaksi, maka minat menggunakan *E-banking* semakin meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika *E-banking* dinilai tidak aman maka minat menggunakan *E-banking* akan menurun.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Dari hasil analisis data dan uji hipotesis serta pembahasan dapat disimpulkan bahwa: persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan diperoleh hasil uji t pada nilai signifikan $<0,05$ maka dapat dikatakan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-banking*.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan ada faktor-faktor keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian yaitu: minat menggunakan *E-banking* pada penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu, variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan dan juga sampel yang digunakan terbatas karena hanya menggunakan 101 orang, serta responden yang berpartisipasi hanya berada di Madiun.

Berdasarkan keterbatasan yang ada, peneliti memberikan masukan atau saran untuk penelitian selanjutnya antara lain: peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian yang lebih banyak untuk mengukur dan menilai permasalahan yang sama, seperti halnya dengan menambah variabel lain yaitu risiko, kepercayaan, penggunaan teknologi, dan lain sebagainya. Agar dapat memahami penggunaan atau kendala ketika menggunakan *e-banking*, serta peneliti berikutnya dapat menambahkan sampel yang lebih banyak, agar mempunyai gambaran yang lebih luas dan memahami seputar *E-banking*.

Daftar Pustaka

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi *E-Banking* di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 6(No. 1), Hal. 113-128.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11(No. 2).
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 8(No. 1).
- Andriyanto, Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita*, Vol. 4 No. 2.
- Azizi, M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *E-Banking* pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Bella, H. S. (2014). Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan *Computer Self Efficacy* terhadap Niatan Menggunakan *E-Banking* pada Mahasiswa. *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Cahyo, W. H. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Dewi, N. P., Sinarwati, N. K., & Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *e-journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi*, Vol. 7(No. 1).
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIEKA)*, Vol. 1(No. 2), Hal. 264-276.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hidayati. (2019). Perbandingan Minat Dosen dan Karyawan UIN Antasari Banjarmasin dalam Menggunakan *E-Banking* dan *Manual Banking*. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Antasari.
- Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husnayetti, & Sestri, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Online Banking* Generasi X, Y, dan Z. *Jurnal Liquidity*, Vol. 8(No. 2), Hal. 175-182.
- Ikatan, B. (2016). *Memahami Supervisi Audit Intern Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, A., Hasna, A., & Pahlevi, R. (2016). Sistem Informasi Perdagangan pada PT Yoltan Sari Menggunakan PHP Berbasis WEB. *Jurnal POSITIF*, Vol. 1(No. 2), Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan *Computer Self Efficacy*, terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. 1(No. 3).
- Jamidan, S. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Uji Menggunakan *Internet Banking*. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia.
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Khoirunnisa, E. (2017). Pengaruh Penggunaan *E-Banking*, Kepercayaan (Trust), dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Larasati, C. P. (2014). Minat Mahasiswa Universitas Brawijaya terhadap Penggunaan *Internet Banking* dalam Transaksi Pembayaran SPP: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 2(No. 2).
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi (Beserta Contoh Penerapan Aplikasi SIA Sederhana Dalam UKM)*. Sleman: CV Budi Utama.
- Marina, A., Wahjono, S. I., Syaban, M., & Suarni, A. (2017). *Buku Ajar Sistem Informasi Akuntansi Teori dan Praktikal*. Surabaya: UM Surabaya.
- Mauludiyah, A. L., & Diana, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi *E-Banking* di Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang. *E-JRA*, Vol. 07(No. 07).
- Muhsin, M., Santoso, B., & Setianingsih, W. E. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah Cabang Jember. *Tesis*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Naibaho, R. S. (2017). Peranan dan Perencanaan Teknologi Informasi dalam Perusahaan. *Jurnal Warta Edisi : 52*, Universitas Dharmawangsa.
- Nurseno, B. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Penggunaan *Internet Banking* Pada Bank Syariah Bukopin di Semarang. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- OJK. (2015). *Bijak BER-eBanking*. Jakarta.
- Oktabriantono, A. P., Sulindawati, N. G., & Dewi, P. D. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan *E-Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *e-Journal S1 AK Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 8(No. 2).
- Regar, R., Areros, W. A., & Rogahang, J. J. (2016). Analisis Pemberian Kredit Mikro terhadap Peningkatan Nasabah Studi pada PT. Bank Sulutgo Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Hal. 2.

- Rizky, N., Yasa, N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 9(No. 3).
- RJ, F. T., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–13.
- Saputri, L. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas *Electronic Banking* Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel *Intervening*. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Salatiga.
- Saputro, B. D. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Nominal*, Vol. 2(No. 1).
- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2013). Penerimaan E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 1(No. 2).
- Sari, R. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *E-Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sihotang, E. T. (2016). Faktor Penentu yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Internet Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13(No. 1).
- Sudiro, A., Rahadian, P., & Prima, N. (2011). *Sistem Informasi Manajemen*. Malang: Universitas Brawija Press (UB Press).
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Suryadharna, & Budyastuti, T. (2019). *Sistem Informasi Manajemen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Suyanto, M. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Yogyakarta.
- Syarif, A. (2010). *Riset Teknologi Informasi Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB*.
- Telang, A. E. (2016). Minat Mahasiswa Universitas Jember dalam Penggunaan *Internet Banking* Untuk Pembayaran SPP dengan Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model*. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Vallen, & Yudhita. (2012). Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan *Internet* Berbasis Teknologi *Wi-fi* dengan Pendekatan TAM. *Skripsi*, Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya.
- Veitzal, R., & Rifki, I. (2013). *Islamic Risk Management For Islamic Bank*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiji, N. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zulfiah, N. (2016). Pengaruh Persepsi Risiko, Keamanan, Informasi *Online Banking* terhadap Adopsi Layanan *Internet Banking* Di Surabaya. *Skripsi*, STIE PERBANAS SURABAYA.



Hak Kপি (*copy right*) atas Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi ada pada penerbit dengan demikian isinya tidak diperkenankan untuk dikopi atau di-*email* secara masal atau dipasang diberbagai situs tanpa ijin tertulis dari penerbit. Namun demikian dokumen ini dapat diprint diunduh, atau di-*email* untuk kepentingan atau secara individual.
