

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMANFAATAN, KEPERCAYAAN
DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN
INTERNET BANKING**

(Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata S.1

Dalam Ilmu Ekonomi



Disusun Oleh:

ALWADI SABBIH DEGORA PULUNGAN

NIM. 1805036026

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7624691. Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdr. Alwadi Sabbih Degora Pulungan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini kami kirim naskah saudara :

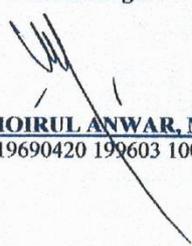
Nama : Alwadi Sabbih Degora Pulungan
NIM : 1805036026
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidimpuan)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasah kan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

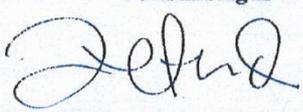
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 14 Desember 2022

Pembimbing I


H. KHOIRUL ANWAR, M.Ag
NIP : 19690420 199603 1002

Pembimbing II


ANA ZAHROTUN NIHAYAH, S.E., M.A
NIP: 19890708 201903 2018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7624691. Semarang, Kode Pos 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Alwadi Sabbih Degora Pulungan
NIM : 1805036026
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan,
dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet
Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidiempuan)

Telah diujikan dalam sidang munaqasah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 26 Desember 2022.

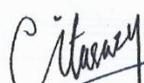
Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 26 Desember 2022

Ketua Sidang


Drs. Zaenuri, M.H.
NIP.196103151997031001

Penguji I

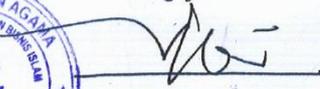

Cita Sary Dja'akum, A.Md., S.H.I., M.E.I.
NIP.198204222015032004
Pembimbing I

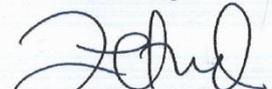

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP.196904201996031002

Sekretaris Sidang


Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP.196904201996031002

Penguji II


Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP.198607182019031007
Pembimbing II


Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A.
NIP.198907082019032018



MOTTO

لَيْسَ الْجَمَالُ بِأَثْوَابٍ تُرْتَبْنَا أَنْ لَجَمَالَ جَمَالٌ اِعْلَمِ وَالْأَدَبِ

“Bukannya keindahan itu dilihat dari apa yang dikenakan, tapi keindahan itu dilihat dari keindahan ilmu dan adab”

*“Jangan tuntutan Tuhan-Mu karena tertundanya keinginanmu,
tapi tuntutan dirimu karena menunda adabmu kepada Allah SWT”*

***Ibnu Atha'illah As-Sakandari**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan)” dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke kehidupan yang terang-benderang. Semoga kita diakui sebagai umatnya dan mendapat syafaatnya di hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat bimbingan, dorongan, serta arahan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, maka kekurangan tersebut bisa dilalui oleh penulis. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan juga selaku Wali Dosen saya yang selalu memberikan nasehat dan masukan selama perkuliahan
4. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan semangat serta saran dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan arahan serta saran terkait materi dan tata penulisan skripsi.

6. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah.
7. Kepada kedua orang tua saya yang senantiasa mendukung dan tidak henti-hentinya mendo'akan kelancaran penyelesaian tugas akhir ini.
8. Kepada saudara dan saudari saya yang senantiasa memberikan dukungan dan support
9. Kepada rekan-rekan IMA TABAGSEL UIN Walisongo Semarang yang telah menemani penulis selama penyelesaian tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung

Semarang,

Penulis



Alwadi Sabbih Degora Pulungan

1805036026

DEKLARASI KEASLIAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang telah diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan)”** benar-benar karya penulis dan sama sekali tidak berisi materi dari tulisan orang lain ataupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan yang dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang,

Penulis



Alwadi Sabbih Degora Pulungan

1805036026

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vocal

َ = a

ِ = i

ُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya *الطِبّ* *al-thibb*

E. Kata Sandang

Kata sandang (...) *ال* ditulis dengan *al-* ... misalnya = *الصنعة* *al-shina'ah*. *Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya = *المعيشة الطبيعية* *al-ma'isyah althabi'iyah*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem, terutama internet memiliki pengaruh pesat terhadap proses bisnis dalam peningkatan layanan kepada nasabah secara personal di era perbankan digital melalui strategi *Self Service Technology*. Contoh dari layanan *Self Service Technology* adalah adanya ATM, penggunaan *Mobile Banking*, *Online Banking*, *Online Shopping*, dan inovasi lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan berjumlah 97 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis dengan menggunakan software SPSS versi 25.

Hasil dari pembahasan dan analisis yang telah dilaksanakan oleh peneliti menunjukkan bahwa 1) Variabel kemudahan penggunaan terdeteksi valid terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan walaupun tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai $1.549 < 1,986$. 2) Variabel kemanfaatan terdeteksi valid terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan dan berpengaruh secara signifikan dengan nilai $2.406 > 1,986$. 3) Variabel kepercayaan terdeteksi valid terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan dan berpengaruh secara signifikan dengan nilai $2.402 > 1,986$. 4) Variabel kenyamanan terdeteksi valid terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan walaupun tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai $1.132 < 1,986$.

Kata Kunci : *Perkembangan teknologi, Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Kenyamanan, Minat, Layanan Internet Banking*

ABSTRACT

The development of system-based information technology, especially the internet, has had a rapid impact on business processes in improving services to customers in an essential way in the digital banking era through the Self Service Technology strategy. Examples of Self Service Technology services are ATMs, the use of Mobile Banking, Online Banking, Online Shopping, and other innovations. The purpose of this study was to determine the effect of ease of use, usefulness, trust, and convenience on the interest in using internet banking services.

This research is a type of research with a descriptive approach with quantitative methods. The objects in this study were the people of the Sihitang Village, Padangsidempuan City, totaling 97 people. Sampling using non-probability sampling technique. In this study, the authors analyzed the data by conducting validity tests, reliability tests, classic assumption tests and hypothesis testing using SPSS version 25 software.

The results of the discussion and analysis that have been carried out by the researchers show that 1) The ease of use variable is detected as valid for the interest in using internet banking services in the Sihitang Village, Padangsidempuan City, although it does not have a significant effect with a value of $1,549 < 1,986$. 2) The usefulness variable is detected as valid for the interest in using internet banking services in the Sihitang Village, Padangsidempuan City and has a significant effect with a value of $2,406 > 1,986$. 3) The variable of trust is detected as valid for the interest in using internet banking services in the Sihitang Village, Padangsidempuan City and has a significant effect with a value of $2,402 > 1,986$. 4) The convenience variable is detected as valid for the interest in using internet banking services in the Sihitang Village, Padangsidempuan City, although it does not have a significant effect with a value of $1.132 < 1.986$.

Keywords: *Technological Development, Convenience, Benefit, Trust, Convenience, Interest, Internet Banking Services*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berbagai macam nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis masih mempunyai kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan)”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan ke arwah Baginda junjungan alam, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan cahaya Iman dan Islam.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam program studi S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak kekurangan. Namun seluruh proses bisa dilewati berkat adanya bimbingan dan support yang penulis terima. Serta berbagai arahan yang penulis terima dari berbagai pihak. Penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Terutama kedua orang tua, dosen pembimbing, serta rekan-rekan yang senantiasa kebersamai seluruh proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari, bahwa dalam setiap proses penyusunan skripsi banyak mempunyai banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak akan diterima untuk kebaikan kedepannya. Dan semoga naskah skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak serta dapat dijadikan refrensi bagi penelitian selanjutnya. Aamiin.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI KEASLIAN	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kerangka Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	28
D. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Sumber Data.....	32
B. Populasi dan Sampel	32
C. Waktu dan Tempat Penelitian	34
D. Variabel Penelitian.....	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Jenis dan Sumber Data.....	37
G. Teknik Pengumpulan Data.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
B. Karakteristik Responden	45

C. Analisis Statistik Deskriptif Responden	49
D. Analisis Data	50
E. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68
A. Keusioner Penelitian	68
B. Identitas Penelitian	73
C. Data Jawaban Responden	77
D. Hasil Uji Penelitian	89
E. Rekapitulasi Data Kependudukan Kelurahan Sihitang.....	94
F. Dokumentasi Pencarian Data.....	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 data pengguna Layanan Self Service Technology (Ribu)	5
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3. 2 Skor Jawaban Responden	37
Tabel 3. 3 Skor Jawaban Responden	39
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama	44
Tabel 4. 2 Jumlah penduduk Kelurahan Sihitang berdasarkan pekerjaan	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik responden dari segi Umur	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden ditinjau dari Perangkat yang biasa digunakan dalam mengakses internet.....	48
Tabel 4. 7 Uji Validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel}	50
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 9 Uji Multikolinieritas	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Perbankan Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digitalisasi saat ini, teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat memaksimalkan kinerja suatu perusahaan atau lembaga tertentu khususnya dibidang perbankan. Dengan semakin berkembangnya teknologi akan memberikan berbagai dampak yang begitu mencolok dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem, terutama internet memiliki pengaruh pesat terhadap proses bisnis dalam industri perbankan. Sektor perbankan merupakan sektor industri yang memanfaatkan teknologi informasi. Karena dengan menerapkan teknologi informasi perbankan dapat memudahkan kegiatan operasional serta akan memudahkan pelayanan terhadap nasabah dan masyarakat.

Peran teknologi informasi adalah aspek yang sangat penting mengingat semakin tingginya penggunaan gawai (*mobile device*) dan komputer sebagai media dalam betransaksi. Dalam penyediaan jasa keuangan oleh pihak bank, yang menjadi salah satu prasyarat yang cukup penting yaitu penggunaan teknologi informasi. Peningkatan penggunaan teknologi informasi dalam peningkatan layanan kepada nasabah secara pesonal mengarahkan bank dalam suatu era baru yaitu era perbankan digital. Layanan secara personal kepada nasabah di era perbankan digital dapat diwujudkan sejak dimulainya hubungan usaha nasabah dengan bank sampai dengan berakhir. Prosedur untuk pembukaan rekening simpanan, pelaksanaan transaksi keuangan, hingga penutupan rekening simpanan dapat dijalankan dengan memanfaatkan teknologi informasi.¹

Digitalisasi perbankan menuntut adanya penyesuaian tidak hanya pada produk atau layanan perbankan baik yang baru maupun yang sudah ada, namun masyarakat sebagai pengguna jasa layanan perbankan harus merubah pola dan perilakunya. Selain itu, yang dinilai tidak kalah penting adalah adanya kesiapan dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada dalam industri perbankan. Dalam hal ini, revolusi digital membutuhkan SDM yang memiliki keahlian khusus secara mendalam, namun memiliki pemahaman yang luas dan kemampuan menyelesaikan masalah terhadap berbagai isu serta tenaga operasional terutama dalam bidang teknologi informasi. Maka dari itu, perbankan membutuhkan SDM

¹Penjelasan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018/Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum, h. 2.

dengan kompetensi dalam era digital. Kompetensi digital menggambarkan SDM dengan tingkat percaya diri yang baik serta kritis dalam bekerja, belajar, mengembangkan diri serta berpartisipasi dalam pekerjaan.²

Kompetensi digital merupakan kebutuhan SDM saat ini dimana SDM mampu bertanggung jawab secara fungsional, namun tidak mampu berkembang sendiri ketika adanya perubahan teknologi dengan cepat.³ Merangsang frekuensi kerja otak karyawan dapat menciptakan kompetensi, kesejahteraan, dan keseimbangan yang lebih baik serta dengan meningkatkan inovasi, kreativitas dan menjadi bagian kreator dalam dunia teknologi. Digitalisasi perbankan yang ditopang dengan baik tentunya akan membuat pelayanan perbankan semakin efektif dan efisien. Hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan teknologi yang dinilai mampu merubah kebiasaan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan serta memilih produk dan layanan keuangan yang diinginkan.⁴ Kebutuhan nasabah pada saat ini sudah bergeser pada pelayanan yang cepat, aplikatif dan dapat dikendalikan dengan mudah oleh nasabah untuk membantu sebagian besar aktivitas ekonomi masyarakat.⁵ Terkait hal tersebut perbankan harus memiliki layanan digital *end to end* yaitu antara layanan di *customer service* dan *back office* berjalan cepat dan sistem pengumpulan pembayaran dilakukan secara digital. Salah satu faktor yang mendorong dilaksanakannya digitalisasi bank ialah untuk mencapai kepuasan pelanggan, sebab kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi industri perbankan sebagai penyedia layanan dalam bidang jasa. Apabila nasabah tidak mendapatkan apa yang diharapkan maka dengan itu nasabah akan mudah beralih ke bank lain. Salah satu indeks kepuasan nasabah adalah layanan perbankan.

Self Service Technology (SST) adalah sebuah teknologi antarmuka yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan layanan independen tanpa membutuhkan keterlibatan langsung dari petugas.⁶ SST juga adalah strategi bisnis dengan unsur kebaruan yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dengan menyediakan layanan yang sudah disesuaikan. Contoh dari layanan SST adalah ATM, *Mobile Banking*, *Online Banking*, *Online Shopping*,

²Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, *Menyiapkan Kompetensi Bankir di Era Disrupsi Teknologi Finansial*. Seminar Nasional Vokasi Perbankan 2018. Yogyakarta, 18 Oktober 2018.

³Ferrari, A., Digital Competence in Practice. "7th European Conference on Technology Enhanced Learning," EC-TEL2012.

⁴ Siagian, Sondang. P., "Manajemen Sumber Daya Manusia," (Edisi Pertama). Jakarta: Binapura Aksara, 2007.

⁵ Nihayah, et al., "Analisis Ketahanan Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Diukur Dari Implementasi Literasi Keuangan Pada Masa Pandemi Covid 19", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 6 No. 2 (2022), h. 440.

⁶ Meuter, et al., *Self Service Technologies: Satisfaction with Technology-Based*. 64 July (2000), h. 50-64.

toko tiket dengan layanan *checkout* mandiri, inovasi dalam penggunaan ponsel, dan lain sebagainya.⁷ SST diadopsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kebutuhan pelanggan yang terpenuhi akan memberikan kepuasan dan sebaliknya. Secara umum, pelanggan akan merasa puas ketika SST mampu menyelesaikan masalah secara instan, memiliki layanan yang lebih baik daripada layanan interpersonal, dan mampu meminimalkan interaksi dengan petugas.⁸ Selain itu, pelanggan akan cenderung merasa kurang puas ketika SST gagal, memiliki desain yang kurang optimal, dan ketika mereka melakukan kesalahan tanpa mengetahui cara untuk memperbaikinya. Adopsi SST secara luas disebabkan oleh fakta bahwa teknologi menyediakan berbagai manfaat, baik bagi penyedia jasa maupun pelanggan. Contoh keuntungan yang ditawarkan adalah penghematan biaya bagi penyedia layanan dan kemampuan untuk menghemat waktu bagi pelanggan.⁹

Sebagai gambaran kepemilikan gawai (gadget) seperti mobile phone, smartphone, laptop, tablet, dan smartwatch menjadi salah satu indikator kesiapan masyarakat untuk beralih ke saluran digital. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite (2021), pengguna internet yang memiliki mobile phone di Indonesia telah mencapai 98,3%, adapun persentase pengguna internet yang memiliki gawai lainnya seperti laptop, tablet, dan smartwatch masing-masing sebesar 74,7%, 18,5%, dan 13,3%. OJK menjelaskan, digitalisasi perbankan di Indonesia juga didorong oleh peningkatan penetrasi internet dan penggunaan gawai di masyarakat yang memungkinkan semakin banyak masyarakat mengakses aplikasi daring dalam sehari-hari, seperti aplikasi bertukar pesan (chatting), media sosial, aplikasi belanja online (shopping apps), hingga aplikasi perbankan (banking apps). Mengacu pada data We Are Social dan Hootsuite (2021), sebagian besar pengguna internet berusia antara 16 hingga 64 tahun mengakses aplikasi chatting, media sosial, dan aplikasi belanja online dengan persentase di atas 90%. Sementara, penggunaan banking apps baru sebesar 39,2%. Kendati demikian, angka ini meningkat dari tahun 2020 yang hanya sebesar 33%. Dus, peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengguna internet yang

⁷ Shahid Iqbal, et al., “Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction.” *Cogent Business and Management*, Vol. 5, No. 1, 2018, h. 1–23.

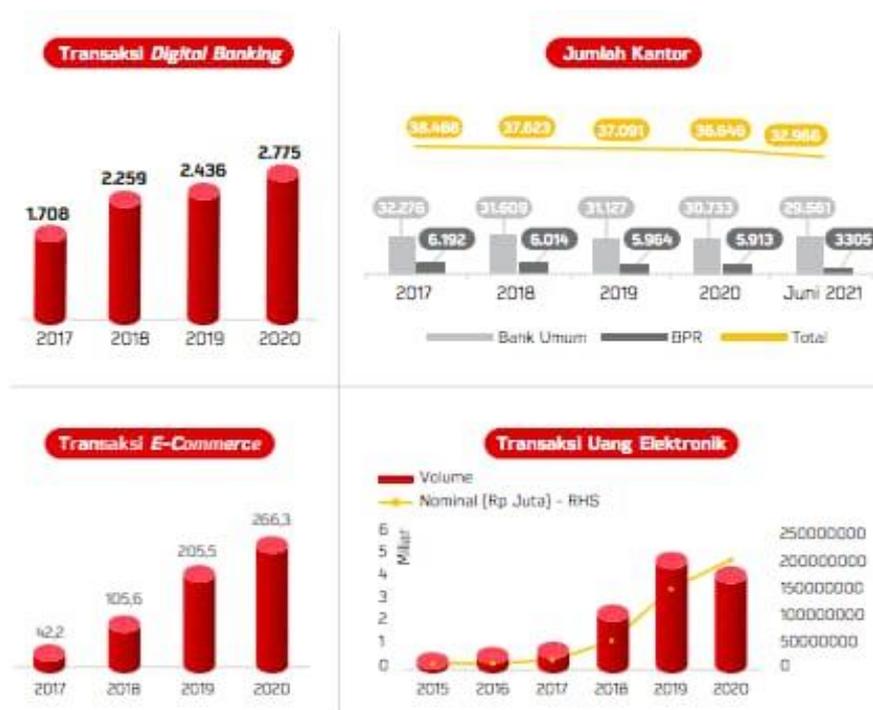
⁸ Bitner, et al., *Implementing successful self-service technologies*, *Academy of Management Executive*, Vol: 16, No. 4, 2002, h. 96–109.

Dabholkar, P. A., *Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality*, *International Journal of Research in Marketing*, Vol: 13, No. 1, 1996, h. 29–51.

⁹ Yoon, C., & Choi, B., *Role of situational dependence in the use of self-service technology*. *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 12, No. 11, h. 1–11.

mulai beralih menggunakan banking apps dalam bertransaksi keuangan. Berkaitan dengan itu, potensi digital perilaku digital masyarakat turut mendorong peningkatan tren yang tercermin dari tren kenaikan transaksi e-commerce (e-niaga), digital banking, dan uang elektronik dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir.¹⁰

Gambar 1.1 Statistik Perbankan Indonesia



Sumber: Bank Indonesia dan Statistik Perbankan Indonesia OJK (2020)

Dengan demikian, di zaman millennial seperti sekarang ini masyarakat sudah menggunakan teknologi untuk dijadikan sebagai gaya konsumsi dalam menggunakan layanan perbankan. Oleh karena itu, layanan perbankan saat ini sedang bersaing, persaingan mulai bertransformasi untuk menerapkan teknologi dalam layanannya kepada pelanggan. Layanan perbankan terus berupaya memberikan kemudahan dan pengalaman terbaik bagi pelanggannya. Tidak terkecuali bagi bank syariah yang merupakan pendorong ekonomi bagi umat

¹⁰ Aldo Fernando, "Semua Bakal Digital, Begini Masa Depan Perbankan RI," https://www.cnbcindonesia.com/market/20211103102154-17-288618/semua-bakal-digital-begini-masa-depan-perbankan-ri/2?_gl=1*1mmyzcv*_ga*LUhJM2xUNThLZDE2NXNvMHV4aU9sZziNckZqY0lhZmlrdTNpazY3U0FVWVFWZk51MzhGVmVYeUxqZGFTcW91ZA, diakses 10 April 2022.

Islam di Indonesia.¹¹ Karena itu, maka teknologi SST diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat sehingga dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi harian tanpa perlu langsung datang ke bank.

Tabel 1. 1 data pengguna Layanan Self Service Technology (Ribu)

	FY19	FY20	ΔYoY
ATM	2,322	2,020	-13,0%
Internet Banking	10,701	11,308	5,7%
Mobile Banking	2,089	2,693	28,9%

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan tabel diatas, jumlah transaksi nasabah pengguna internet banking dari Juni 2019 sampai Juni 2020 mengalami kenaikan 5,7% YoY (Year on Year). Jumlah pengguna ATM menurun sebesar -13,0% YoY. Sedangkan jumlah pengguna layanan mobile banking meningkat sebesar 28,9% YoY. Dari data diatas membuktikan bahwa penggunaan kanal digital untuk melakukan transaksi perbankan lebih banyak digunakan oleh nasabah dibanding mesin ATM atau langsung datang ke kantor cabang.¹²

Dari hasil pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai 17 orang masyarakat Sihitang, kemudian peneliti mendapatkan data bahwa dari 17 orang yang diwawancarai hanya 5 orang yang sudah menggunakan layanan internet banking karena masih banyak faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan internet banking seperti faktor kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan dan kenyamanan.¹³

Dari jumlah data yang diperoleh dalam penggunaan layanan *Self Service Technology*, layanan Internet Banking mengalami tingkat penggunaan paling tinggi dibandingkan dengan Internet banking dan ATM. Sementara di Sihitang

¹¹ Akfa Narulhak, "Dorong Ekonomi Umat, Bank Syariah Ini Buat Layanan Serba Digital," diakses dari <https://finance.detik.com/moneter/d-4537432/dorong-ekonomi-umat-bank-syariah-ini-buat-layanan-serba-digital>, diakses 14 Maret 2022.

¹² <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/6024eb09db45f/transaksi-digital-bank-melonjak-akan-bersaing-ketat-dengan-fintech>, diakses 20 juli 2022.

¹³ Hasil wawancara dengan Masyarakat Sihitang, pada 25 September 2022.

tingkat penggunaan layanan Internet Banking masih sangat rendah. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Sihitang untuk menggunakan layanan Internet Banking. Minat atau tidaknya calon pengguna Internet Banking sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap percaya, dan selera.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan, maka peneliti tertarik untuk mengambil minat menggunakan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, sehingga variabel independen yang dapat peneliti gunakan sesuai dengan penjelasan diatas yaitu berupa kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan.

Dari beberapa variabel yang akan peneliti gunakan, pada penelitian sebelumnya masih terdapat research gap antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel kemudahan pada penelitian Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin (2016) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.¹⁴ Sedangkan pada hasil penelitian Sherly Rakhmawati Isharijadi menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking.¹⁵

Berdasarkan latar belakang dan research gap diatas bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih perlu adanya pengkajian kembali dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang hasilnya masih inkonsisten, serta pada penelitian sebelumnya peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel independen oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMANFAATAN, KEPERCAYAAN DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN INTERNET BANKING (STUDI KASUS MASYARAKAT SIHITANG KOTA PADANGSIDIMPUAN)”**

¹⁴ Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin, “*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 (JIMEKA) Vol. 1 No. 2, 2016.

¹⁵ Sherly Rakhmawati Isharijadi, “*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun*”, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 2 No. 2, 2013.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking?
2. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking?
4. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Dari Rumusan masalah diatas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

- 1.) Untuk mengetahui Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.
- 2.) Untuk mengetahui Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.
- 3.) Untuk mengetahui Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.
- 4.) Untuk mengetahui Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.

2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya:

a. Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang perbankan syariah khususnya digitalisasi perbankan melalui self service technology (internet banking) terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital bank syariah.
2. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba menggali konsep teoritis mengenai digitalisasi perbankan melalui self service technology.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti: sebagai bahan informasi peneliti guna menambah serta memperluas pengetahuan dan wawasan tentang digitalisasi perbankan syariah, serta diharapkan mampu menjadi sumber pembelajaran dan informasi dalam penelitian dikemudian hari.
2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah: sebagai bahan evaluasi dan masukan kepada lembaga keuangan syariah dalam rangka meningkatkan kinerja lembaga dalam pelayanan kepada masyarakat dan kepatuhan terhadap prinsip syariah untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

D. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini dapat disusun sistematika pembahasan penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang uraian terkait dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menerangkan terkait teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian. Bab ini merupakan informasi tentang landasan teori bagi objek penelitian seperti yang terdapat pada judul skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi penjelasan tentang beberapa sub bab yaitu pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai analisis penulis terkait dengan data data yang telah dipaparkan bab sebelumnya. Berisi tentang analisis terhadap kajian pustaka yang ditemukan penulis dilapangan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan pembahasan akhir penulis yang akan memberikan beberapa kesimpulan terkait dengan penelitian penulis yang sudah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya dan juga memberikan kritik dan saran supaya hasil buah tangan penulis dapat disempurnakan oleh pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Internet Banking

Internet banking adalah suatu kegiatan atau aktivitas perbankan yang menggunakan internet sebagai sarana untuk melakukan transaksi antara nasabah dengan bank. Internet banking merupakan suatu layanan yang diberikan kepada nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dalam hal ini nasabah harus memiliki peralatan untuk membuka browser internet dan terhubung dengan jaringan internet itu sendiri. Untuk dapat menggunakan layanan ini, seorang nasabah akan dibekali dengan login dan kode akses ke situs web dimana terdapat fasilitas internet banking milik bank bersangkutan. Selanjutnya, nasabah dapat melakukan login dan melakukan aktivitas perbankan melalui website bank bersangkutan.¹⁶

Keuntungan Internet Banking bagi nasabah:

1. Mudah dalam penggunaannya.
2. Responnya real time, transaksi tercatat secara real time.
3. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan user id, password dan dinamic password.

Internet banking merupakan cara nasabah dalam melakukan transaksi keuangan mereka secara elektronik melalui jaringan internet, komputer pribadi ataupun laptop dengan waktu yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhannya, tanpa harus dibatasi. Aktivitas transfer dana antar rekening, atau antar bank, pengecekan saldo rekening, hingga pembayaran tagihan tagihan rutin bulanan, seperti: telepon, pulsa, listrik, dan kartu kredit merupakan beberapa aktifitas pelayanan internet banking. Terdapat banyak keuntungan yang akan diperoleh pengguna apabila menggunakan internet banking salah satunya dapat dilihat dari banyaknya tenaga dan waktu yang dapat dihemat, karena penggunaan internet banking yang dapat dilakukan di mana saja sepanjang penggunaannya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan internet banking tersebut. Para pengguna internet banking dari tahun ke tahun akan

¹⁶ Arga Satria, Antasari Kertahadi, Riyadi. " *pengaruh penggunaan internet banking terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bontang)*". (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 1(2 April 2013)). h. 4.

semakin meningkat, dengan berbagai manfaat yang diciptakan dari penggunaan internet banking.¹⁷

a. Internet Banking dan Kinerja Perbankan

Bank yang mengadaptasi internet banking akan lebih efektif dan efisien dalam melayani nasabah mereka. Internet banking adalah layanan yang bisa diakses oleh nasabah untuk melakukan kegiatan perbankan melalui jaringan internet. Internet banking melakukan segala kegiatan perbankan dengan menggunakan teknologi internet. Internet banking merupakan jasa perbankan dengan memanfaatkan internet untuk mendapatkan berita, berkomunikasi dan bertransaksi perbankan melalui jaringan internet, dan tidak hanya melakukan kegiatan melalui internet saja (Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/18/DPNP, 2004).

Internet banking yaitu penggunaan internet sebagai channel untuk transfer jarak jauh, dan juga masuk layanan konvensional, seperti menyediakan rekening mengirirm dana antar nasabah, termasuk layanan seperti electronic bill, yang bisa digunakan nasabah untuk menerima dan membayar tagihan pada situs bank. Berdasarkan defenisi internet banking yang disebutkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa internet banking adalah layanan yang disediakan perbankan untuk memfasilitasi nasabah mereka untuk mengakses layanan perbankan melalui jaringan internet. Selanjutnya maksud mengaplikasikan internet banking yaitu menyediakan servis yang lebih baik kepada nasabah.

Jika servis yang diberikan lebih baik maka maka akan berdampak pada kinerja perbankan itu sendiri. Jadi, dengan kata lain internet banking akan meningkatkan kinerja perbankan. Hal ini sejalan dengan mengemukakan bahwa internet banking mempengaruhi kinerja perbankan secara positif. Pembuktian sama juga yang menemukan 601 Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia bahwasanya internet banking memiliki dampak positif atas keuntungan bank yang mengadaptasi internet banking.¹⁸

¹⁷ Rajendra Prasada Bangkara, Ni Putu Sri Harta Mimba, "Pengaruh Perceived Usfulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening", E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.16, No.3. September (2016).

¹⁸ Muhammad Arif , Erni Masdupi, " Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan", Ejournal UNP Vol.3 No.4, 2020.

2. Minat

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. *“customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of a product”*. Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.¹⁹ Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sifat-sifat budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah motivasi, belajar, persepsi, kepercayaan dan sikap. Faktor persepsi, keyakinan dan sikap menjadi faktor yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan sehingga menimbulkan niat pada seseorang hingga akhirnya melakukan pembelian. Minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu. Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.²⁰

Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu, diantaranya adalah:

- a) Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berhubungan dengan jasmani dan rohani.
- b) Faktor motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan individu berada.
- c) Faktor emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.

Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, setiap individu memiliki minatnya masing-masing. Meskipun individu memiliki minat yang sama terhadap sesuatu namun dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya yaitu:

¹⁹ Kotler, et al., Manajemen Pemasaran. 12 ed. Jakarta : Indeks 2007.

²⁰ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi, 2007.

- a) Rasa ketertarikan ingin menggunakan.
- b) Perasaan selalu menggunakan.
- c) Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang.

3. Kemudahan

Menurut Jogiyanto Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.²¹ Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah pengoperasiannya.²² Menurut Davis mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.²³ Menurut Mathieson Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya.²⁴

Sedangkan menurut Goodwin dan Silver menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.²⁵

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Iqbaria kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.²⁶

Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.* h. 129.

²³ Amijaya, Zilang Rizki dan Rahardjo, Susilo Toto. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". E-Journal FE UNDIP, 2010, h. 14.

²⁴ Dwimastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta", E-Jurnal e-Prints@UNY. 2014, h. 39.

²⁵ Mahisa Bima Sakti, et al., "Pengaruh Persepsi Penggunaan Teknologi, Kemudahan, Resiko, Fitur Layanan Terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)". Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, Vol. 6 No. 1. 2013, h. 3.

²⁶ Amijaya, et al., "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA), h. 14.

yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya. Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:²⁷

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.
- b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Beberapa indikator kemudahan yaitu:²⁸

- a. Internet banking sangat mudah untuk dipelajari (easy to learn).
Internet banking diindikasikan tidak sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan internet banking, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian internet banking selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya. Internet banking yang mudah dipelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.

²⁷ Panggih R D Istiarni dan P. Basuki. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)." *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 3, No. 2, 2014. h. 19-20

²⁸ Ahmad, Bambang Setyo Pambudi. "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)." h. 4.

- b. Internet banking sangat mudah untuk dioperasikan (understandable).
Understandable maksudnya adalah bahwa internet banking sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya. Internet banking merupakan jenis layanan elektronik yang dalam pengoperasian/penggunaannya dapat dilakukan dengan mudah. Dalam pengoperasian atau penggunaan internet banking sangat mudah, karena hanya dengan masuk kedalam aplikasi internet banking dan memasukan PIN atau pasword yang dimiliki, lalu setelah itu nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi yang telah disediakan.
- c. Internet banking mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (easy to get the system to do what user want to do).
Easy to get the system to do what user want to do bahwasanya suatu internet banking menyediakan fasilitas yang mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakannya, bahkan internet banking tersebut mengerjakan apa yang seseorang inginkan dengan mudah. Dengan adanya fasilitas yang menyediakan sesuai dengan kebutuhan seseorang, maka akan memudahkan seseorang dalam menggunakannya. Dalam hal ini internet banking sebagai bagian dari teknologi yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh suatu bank menyediakan berbagai macam transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah, seperti cek saldo, transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya.
- d. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan internet banking (doesn't require a lot of mental effort).
Penggunaan internet banking diindikasikan bahwa tidak dibutuhkan banyak usaha, maksudnya yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika menggunakan teknologi. Dapat dilihat ketika menggunakan internet banking, nasabah tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak perlu menunggu antrian yang panjang. Sehingga tidak akan mengganggu aktivitas yang sedang dilakukannya.
- e. Fleksibel (flexibel).
Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai

individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan internet banking, diindikasikan bahwa menggunakan internet banking dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu. Dengan begitu internet banking merupakan salah satu fasilitas perbankan yang fleksibel, karena dapat diakses dimana saja, dengan ketentuan memiliki akses jaringan internet dan layanan internet banking tersedia selama 24 jam.

4. Kemanfaatan

1. Pengertian Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan merupakan probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.²⁹

Menurut Lui dan Jamieson, persepsi manfaat merupakan sebuah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan dari sistem akan memudahkan berbagai pekerjaan sehingga bisa dilakukan dengan lebih cepat. Selanjutnya disebutkan bahwa persepsi manfaat dapat mengidentifikasi berbagai manfaat yang diterima konsumen dengan menggunakan internet untuk melakukan transaksi.³⁰ Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya adalah:³¹

- 1) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- 2) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increases productivity*).
- 3) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the sistem is useful*).

²⁹ Rahmad, et al., “Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)”. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 43, No. 1, 2017.

³⁰ Lui, et al., *TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-consumer electronic commerce*, 16th Bled eCommerce Conference Transformation Bled, Slovenia, 2003.

³¹ Fatmawati, Endang., *Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Jurnal Iqra' Vol. 9, No.1, 2015.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya. Hasil dari riset-riset empiris menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan suatu sistem oleh pengguna. Pada konteks penelitian ini, dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dalam e-banking merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan e-banking.³² Ketika nasabah telah menggunakan layanan e-banking berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan e-banking tersebut. Sikap positif untuk menggunakan e-banking timbul karena nasabah yakin bahwa e-banking dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas kinerja serta e-banking bermanfaat bagi nasabah.

2. Indikator Persepsi Manfaat

Berdasarkan teori TAM, mengukur persepsi manfaat adalah dengan indikator dibawah ini, yaitu:³³

- 1) Meningkatkan produktivitas.
- 2) Membuat pekerjaan menjadi lebih cepat.
- 3) Mendukung aktivitas.
- 4) Efektif.
- 5) Bermanfaat

5. Kepercayaan

Untuk memepertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, maka pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat hidup dalam era digitalisasi yang ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi khususnya internet banking, maka pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap jasa online bank. Seiring maraknya kejahatan internet, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam menggunakan internet banking untuk bertransaksi di perbankan. Konsep percaya ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang dapat menjamin

³² Adamson, Shine., *Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment : A Bank's Treasury*, Journal of Technology Analysis & Strategic Management Vol. 15 No. 4, 2003.

³³ Lui, *TRiTAM: A Model for ...*,

keamanan dan kerahasiaan akan nasabah. Keamanan berarti penggunaan akan sistem ini aman, serta rendahnya resiko kehilangan data maupun resiko pencurian. Kerahasiaan berarti segala hal yang berhubungan dan berkaitan dengan informasi pribadi pengguna akan terjamin kerahasiaanya.³⁴

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.³⁵

Faktor *trust* sangat berperan dalam mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi internet banking atau tidak. Kepercayaan terbangun dari adanya rasa aman, rasa privacy yang terjamin, adanya manfaat yang akan diperoleh, adanya kejujuran, dan adanya kompetensi. Kepercayaan yang tinggi dan didukung oleh faktor risiko yang rendah dapat melahirkan kemauan untuk menggunakan layanan internet banking. Sehingga, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk melakukan transaksi di perbankan menggunakan internet banking.

Kepercayaan adalah adanya keyakinan pada diri seseorang terhadap obyek. Kepercayaan merupakan salah satu bentuk persepsi yang telah berbentuk keyakinan terhadap obyek. Keyakinan tersebut dapat berbentuk, keyakinan positif atau negatif terhadap obyek. Kepercayaan menggambarkan pengakuan akan kiat dan integritas kedua belah pihak yang melakukan transaksi, apabila diabaikan merupakan suatu faktor yang memperlambat pertumbuhan perdagangan. Kepercayaan juga didasarkan pada *relational experience* atau reputasi organisasi.³⁶

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman (kognitif) yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut.

³⁴ Rini Rachmawati, *Pengembangan Perkotaan Dalam Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, h. 33.

³⁵ Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h. 165-166.

³⁶ Andri Daisy Rahmad. Dkk, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 43, No. 1, Februari 2017.

Menurut Mc Knight yang dikutip oleh Andri Daisy Rahmad, dkk ada tiga indikator yang membangun kepercayaan pada diri seseorang:³⁷

a. *Benevolence* (niat baik).

Benevolence (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen.

b. *Integrity*

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

c. *Competence*

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Jia Shen yang dikutip oleh Hans Setiawan The Riady, dkk indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:³⁸

- a. Sistem keamanan bank Sistem informasi suatu bank memiliki keamanan yang baik dan dapat menjaga keamanan akun nasabah.
- b. Sistem kerahasiaan bank Sistem informasi dari suatu bank dapat menjaga kerahasiaan akun nasabah.
- c. Kompensasi kerugian Bank mempunyai jaminan kompensasi apabila nasabah mengalami kerugian yang diakibatkan kesalahan sistem.

Secara umum definisi kepercayaan berkenaan dengan adanya kepercayaan oleh pihak pertama (*one party*) kepada pihak kedua (*another party*) bahwa pihak kedua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil yang positif kepada pihak pertama. Oleh karena itu, substansi definisi kepercayaan dapat dibedakan pada dua hal pokok, yakni kepercayaan adalah kejujuran partner

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Hans Setiawan The Riady, et al., “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan EBanking (Studi Kasus: PT.Bank BPRKS Bandung)”, Jurnal Media Informatika, Vol. 14, No. 02, 2015.

(*trust is the partner's honesty*), yang mencakup kepercayaan pihak pertama kepada partnernya bahwa partnernya akan memenuhi janji yang dikrarkan, dan kepercayaan adalah binovelen dari partner (*trust in the partner's benevolence*), yang berkenaan dengan sejauhmana pihak pertama percaya bahwa pihak kedua benar-benar tertarik pada kesejahteraan (*welfare*) kepada pihak pertama. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan mencakup tentang bagaimana perusahaan tersebut berperilaku seperti kejujuran, integritas, kapabilitas, konsistensi dan berbagai performa lainnya merupakan hal-hal yang membentuk kepercayaan pelanggan.

Trust secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan kepada pihak lain dikarenakan pihak tersebut dapat dipercaya. Seseorang atau perusahaan dapat dipercaya karena mempunyai integritas yang tinggi yang dihubungkan dengan kualitas seperti konsisten, berkompeten, jujur, adil, bertanggung jawab, sangat menolong dan baik hati (kebajikan).³⁹

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Istilah pembentukan sikap konsumen seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana atribut tersebut merupakan image yang melekat dalam produk tersebut.⁴⁰

Menurut Mowen dan Minor terdapat tiga jenis kepercayaan, yaitu:

- a. Kepercayaan atribut produk Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.
- b. Kepercayaan manfaat atribut Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain

³⁹ Mokhammad Arwani, "Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)", Jurnal Sosial dan Budaya, Vol. 4, No. 2, Desember 2011, h. 159-170.

⁴⁰ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2010, h. 123.

memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan manfaat atribut merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu.

- c. Kepercayaan manfaat objek Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.⁴¹

6. Kenyamanan

Untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, maka pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat hidup dalam era globalisasi yang ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi khususnya internet banking, maka pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap jasa online bank. Seiring maraknya kejahatan internet, faktor kenyamanan menjadi hal yang sangat penting dalam menggunakan internet banking untuk bertransaksi di perbankan.

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. manusia memiliki kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indra melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Kenyamanan merupakan sejauh mana masalah percaya bahwa menggunakan internet banking dirasa dapat melayani kebutuhan nasabah, sehingga menimbulkan rasa nyaman disaat menggunakannya. Pengaruh kenyamanan terhadap adopsi internet banking ialah dapat memudahkan nasabah dalam melaksanakan nasabah dalam melaksanakan transaksi menggunakan layanan perbankan kapanpun dan dimanapun.

Di dalam variabel kenyamanan juga terdapat dimensi kenyamanan yaitu:⁴²

a. Kenyamanan Akses

Kenyamanan akses merupakan persepsi nasabah terhadap biaya dan waktu untuk hal penyampaian jasa. Termasuk kemudahan pelanggan untuk memesan atau

⁴¹ Nurul Widayawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiah Medan", Jurnal Ekitas, Vol. 12, 2008, h. 74-96.

⁴² Fadzilah Umar, "Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan, dan Kelengkapan Fitur Terhadap Penggunaan Internet Banking (studi pada nasabah Bank BCA di Kabupaten Purworejo)", Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.11, No.28, 2015.

meminta jasa atau layanan untuk menghubungi penyedia jasa, ataupun semacam pemesanan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

b. Kenyamanan Transaksi

Kenyamanan transaksi yaitu persepsi nasabah terhadap waktu dan biaya untuk mengadakan sebuah transaksi. Pelayanan ini berfokus pada hak-hak yang didapatkan pelanggan. Kemudahan dalam sebuah proses transaksi akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi nasabah.

c. Kenyamanan Manfaat

Kenyamanan manfaat merupakan persepsi nasabah terhadap waktu, biaya dan usaha untuk mengalami manfaat jasa ini. Secara tidak langsung pihak penyedia khususnya penyedia jasa harus memperhatikan manfaat yang akan diterima nasabahnya karena apabila nasabah dapat dengan mudah merasakan manfaat atau hasil dari layanan jasa baik itu dalam segi waktu dan usaha, nasabah akan merasa dilayani dengan baik sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat.

d. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat

Kenyamanan setelah memperoleh manfaat merupakan persepsi pelanggan terhadap waktu, biaya, dan usaha untuk memakai kembali jasa atau menggunakan jasa website setelah tahap manfaat jasa. Faktor ini berhubungan dengan hal-hal yang perlu dilakukan nasabah seperti menyampaikan keluhan dan sebagainya. Harapan nasabah untuk tetap dilayani dengan baik walaupun telah melewati masa pembelian atau transaksi, apabila penyedia jasa mampu menjaga hubungan dengan nasabah melalui pemberian kemudahan pelanggan terhadap penyedia jasa akan tinggi dan ini merupakan hal positif bagi perusahaan.

Beberapa indikator kenyamanan yaitu:

- a) Hemat waktu.
- b) Biaya yang murah.
- c) Dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- d) Tidak perlu mengantri.

7. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian yang menjelaskan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*.

a. Pengertian *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) telah dikembangkan oleh Davis (1989).⁴³ TAM merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.⁴⁴ Sedangkan menurut Jogiyanto *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai.⁴⁵ Sedangkan menurut Wibowo *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.⁴⁶ Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pemakai untuk menerima dan menggunakan sistem teknologi informasi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut.⁴⁷

b. Konsep *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).⁴⁸ Berdasarkan Jogiyanto, dalam bukunya menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang menjelaskan minat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku (*behavior*) adalah dua hal yang berbeda, minat perilaku (*behavioral intention*) masih merupakan minat (*intention*). Minat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Sedangkan perilaku (*behavior*) adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Sehingga perilaku akan dilakukan jika seseorang mempunyai minat untuk melakukannya. Dan minat perilaku akan menentukan

⁴³ Cita Sary Dja'akum., *Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach*, Jurnal Economica, Vol. 10 No. 2, (2019), hlm. 223.

⁴⁴ Hamzah. *Teori Motivasi dan pengukurannya (Analisis Di Bidang Pendidikan)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

⁴⁵ Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi, 2007, h. 111.

⁴⁶ Wibowo. *Manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.

⁴⁷ Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna., "Pengaruh Resiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)", Jurnal Akmenia UPY, Vol. 11 No. 1, h. 421-434.

⁴⁸ Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi, 2008.

perilakunya. Minat dapat berubah sewaktu-waktu. Semakin lebar interval waktu, semakin mungkin terjadi perubahan di minat.⁴⁹

c. Tujuan *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) paling banyak digunakan dalam penelitian, karena TAM bertujuan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi.⁵⁰ Sedangkan menurut Davis dalam Pertiwi dan Adhivinna, *Technology Acceptance Model (TAM)* mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan.⁵¹ TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*perceived ease of use*).

d. Kelebihan *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Jogiyanto teori ini memiliki beberapa kelebihan, yaitu:⁵²

- 1) TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakaiannya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya. Tidak banyak model-model penerapan sistem teknologi informasi yang memasukkan faktor psikologis atau perilaku (*behavior*) di dalam modelnya dan TAM adalah salah satu yang mempertimbangkannya.
- 2) TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.
- 3) TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
- 4) TAM merupakan model yang parsimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana tetapi valid.

e. Variabel Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*

⁴⁹ Bangkara dan Harta. “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Easy of Use* Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening.”, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 16, No. 3, 2016.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Pertiwi, *Pengaruh...*,

⁵² Jogiyanto, *Metode...*, h. 134.

Technology Acceptance Model ini bertujuan untuk membantu memberikan kerangka dasar untuk melakukan penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. Dalam kerangkanya *Technology Acceptance Model* memiliki lima variabel penting yang dapat digunakan untuk menjelaskan diterimanya suatu sistem teknologi baru di dalam masyarakat yaitu:

1. Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), menurut Adhiputra merupakan kepercayaan seseorang terhadap proses dalam pengambilan keputusan menggunakan teknologi tersebut, kepercayaan tersebut dimana seseorang percaya dengan adanya teknologi tersebut dapat memudahkan orang tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya.⁵³
2. Persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*). Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan seseorang dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan memberikan keuntungan bagi penggunanya.⁵⁴
3. Sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) merupakan sikap terhadap penggunaan suatu sistem yang bisa berupa penerimaan atau penolakan terhadap penggunaan sistem tersebut dalam menjalankan pekerjaannya. Penerimaan atau penolakannya tergantung tingkat kepercayaan orang terhadap suatu sistem teknologi tersebut.⁵⁵
4. Perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention To use*) merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut.⁵⁶
5. Kondisi nyata terhadap penggunaan sistem (*Actual System Usage*), dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi perilaku disebut juga sebagai pengguna yang sesungguhnya (*actual usage*) dari sistem teknologi tersebut. Jadi perilaku adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang individu terhadap teknologi informasi.⁵⁷

Dalam penelitian ini hanya digunakan 3 konstruk dari TAM yaitu persepsi kemudahan dan manfaat, dan konstruk sikap penggunaan (kepercayaan) karena penerimaan atau penolakannya tergantung tingkat kepercayaan orang terhadap suatu sistem teknologi tersebut, adapun perilaku untuk tetap menggunakan, dan

⁵³ Hanifa, A., *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi Di Bank Rakyat Indoensia Syariah Cabang Surakarta*. 2017.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Hendra, J., & Iskandar, A., *Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking dikantor Bank Jatim Cabang Situbondo*, ECOBUSS, 4, 2016.

⁵⁷ Hanifa, A., *Analisis...*

kondisi nyata terhadap penggunaan sistem tidak digunakan dikarenakan objek yang diteliti yaitu mereka yang belum tentu menggunakan internet banking namun ada kecenderungan atau kemungkinan mereka menggunakan internet banking. Kemudian penelitian ini menambahkan variabel eksternal, yaitu Kenyamanan dikarenakan Kenyamanan merupakan faktor yang sangat krusial yang dapat dipertimbangkan konsumen dalam hal menggunakan internet banking.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking dapat dilihat berikut ini:

- 1) Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Maidatul Janah (2020) yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Efisien, Risiko Dan Fitur Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Muamalat KCU Kediri. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan dapat diketahui dengan Uji F bahwa variabel kemudahan, kenyamanan, efisien, risiko, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut dikarenakan sebelum nasabah minat terhadap penggunaan internet banking nasabah akan mempertimbangkan persepsi mereka terhadap kenyamanan apakah kenyamanan yang akan diperoleh dari penggunaan internet banking tersebut lebih banyak atau tidak. Tingkat efisien akan mempengaruhi pula minat nasabah dalam menggunakan internet banking atas penghematan waktu dan tenaga yang dikeluarkan. Tingkat risiko akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan internet banking atas keamanan dan kerahasiaan yang diperoleh. Dan fitur layanan yang menjadi pertimbangan nasabah dalam penggunaan atas teknologi internet banking sebagai alat transaksinya.⁵⁸
- 2) Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Regita (2020) yang berjudul Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Pada BRIS KC A Rivai Palembang. Pada penelitian ini Pengaruh variabel kenyamanan terhadap keputusan menggunakan internet banking, menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif signifikan secara

⁵⁸ Maidatul Janah, "Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Efisien, Risiko Dan Fitur Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Muamalat KCU Kediri", Skripsi IAIN Tulungagung, 2020.

parsial. Pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan internet banking, menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Pengaruh variabel fitur layanan terhadap keputusan menggunakan internet banking, menunjukkan hasil adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Pengaruh kenyamanan, kepercayaan, serta fitur layanan terhadap keputusan menggunakan internet banking menunjukkan hasil adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan.⁵⁹

- 3) Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Aghestina Jihan Sherinadila (2020) yang berjudul Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, dan risiko memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan Internet Banking di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Ketiga variabel independen memberikan pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Internet Banking, di mana variabel persepsi teknologi informasi memberikan pengaruh paling besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa Internet Banking merupakan teknologi yang sesuai kebutuhan, mendukung transaksi nasabah, memberikan keuntungan di masa depan, serta layak untuk direkomendasikan sehingga membuat minat nasabah semakin tinggi.⁶⁰
- 4) Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Fika Khairu Rahmah, Sri Hartiyah, M. Trihudiatmanto (2022) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.⁶¹

⁵⁹ Ayu Regita, "Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Pada BRIS KC A Rivai Palembang", Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2020.

⁶⁰ Aghestina Jihan Sherinadila, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", Skripsi IAIN Tulungagung, 2020.

⁶¹ Fika Khairu Rahmah, et al., "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo)", Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, Vol. 2 No. 3, Juni 2022.

- 5) Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Novera Dwi Nurhayati (2020) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan, risiko dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di Bank BRI Kantor Cabang Madiun. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji F yang diperoleh nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi bisa disimpulkan bahwa pengetahuan, risiko dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di Bank BRI Kantor Cabang Madiun secara simultan.⁶²

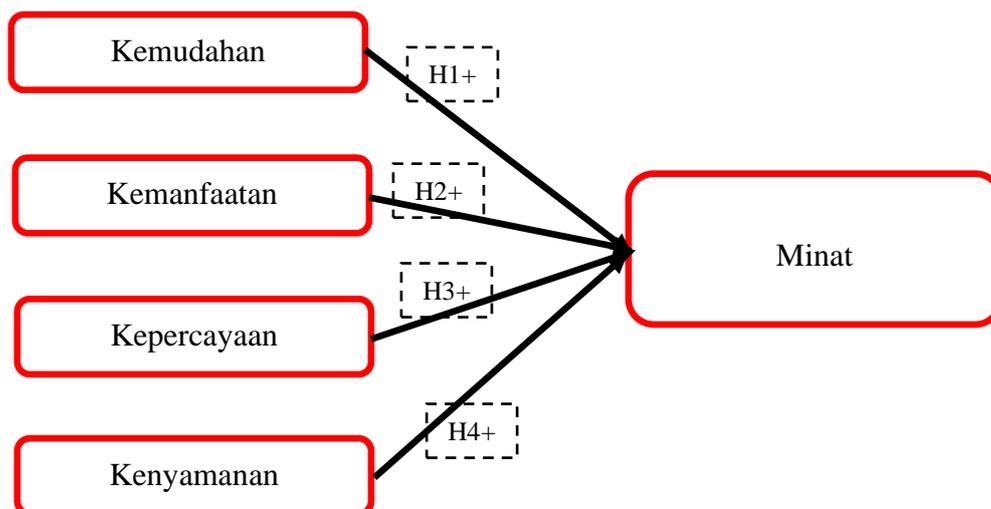
Dari penelitian terdahulu yang telah penulis paparkan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan dari penelitian tersebut terletak pada tema yang akan penulis teliti yaitu tentang minat atau keputusan menggunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen yang akan penulis gunakan. Penulis mencoba untuk menambahi serta mengganti beberapa variabel independen yang memungkinkan berpengaruh pada variabel dependen yang akan penulis teliti, diantara variabel independen yang dipilih oleh penulis untuk diteliti yaitu kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan. Selain itu perbedaan lainnya terletak pada tempat penelitian yang digunakan, Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan merupakan tempat yang akan penulis gunakan untuk melakukan penelitian.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengacu pada tinjauan pustaka yang tertera di atas, maka kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

⁶² Novera Dwi Nurhayati, "Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun", Skripsi IAIN Ponorogo, 2020.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat masyarakat Sihitang menggunakan layanan Internet Banking.

Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Apabila penggunaan internet banking semakin mudah, maka akan semakin banyak juga nasabah yang akan menggunakan layanan internet banking. Begitu juga sebaliknya apabila penggunaan layanan internet banking sulit untuk digunakan maka penggunaan layanan internet banking akan rendah. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan layanan internet banking.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Maidatul Janah (2020) menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking pada Bank Muamalat KCU Kediri. Sehingga, semakin meningkatnya kemudahan maka akan meningkatkan minat

penggunaan internet banking di Bank Muamalat KCU Kediri.⁶³ Maka hipotesis pertama yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H1: Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Internet Banking.

2. Pengaruh kemanfaatan terhadap minat masyarakat menggunakan internet banking.

Persepsi kemanfaatan merupakan probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fika Khairu Rahmah, Sri Hartiyah, M. Trihudyatmanto (2020) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.⁶⁴ Maka hipotesis kedua yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H2: Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Internet Banking.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan internet banking.

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Faktor trust sangat berperan dalam mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi internet banking atau tidak. Kepercayaan terbangun dari adanya rasa aman, rasa privacy yang terjamin, adanya manfaat yang akan diperoleh, adanya kejujuran, dan adanya kompetensi. Kepercayaan yang tinggi dan didukung oleh faktor risiko yang rendah dapat melahirkan kemauan untuk menggunakan layanan internet

⁶³ Janah, *Pengaruh....*,

⁶⁴ Rahmah, *Pengaruh....*,

banking. Sehingga, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk melakukan transaksi di perbankan menggunakan internet banking.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayu Regita (2020) menyatakan bahwa pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan internet banking menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial.⁶⁵ Maka hipotesis ketiga yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Internet Banking.

4. Pengaruh kenyamanan terhadap minat masyarakat menggunakan internet banking.

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. manusia memiliki kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indra melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Kenyamanan merupakan sejauh mana masalah percaya bahwa menggunakan internet banking dirasa dapat melayani kebutuhan nasabah, sehingga menimbulkan rasa nyaman disaat menggunakannya. Pengaruh kenyamanan terhadap adopsi internet banking ialah dapat memudahkan nasabah dalam melaksanakan nasabah dalam melaksanakan transaksi menggunakan layanan perbankan kapanpun dan dimanapun.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fika Khairu Rahmah, Sri Hartiyah, M. Trihudyatmanto (2022) bahwa pengaruh variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan internet banking.⁶⁶ Maka hipotesis keempat yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H4: Kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Internet Banking.

⁶⁵ Regita, *Analisis...*,

⁶⁶ Rahmah, *Pengaruh...*,

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Tujuan utama menggunakan metode ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka.⁶⁷ Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Internet Banking. Data dihasilkan dari penyebaran angket kepada Masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan yang belum pernah bertransaksi menggunakan Internet Banking maupun yang sudah pernah bertransaksi menggunakan Internet Banking.

Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan Internet Banking. Penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas (X) yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kenyamanan serta variabel terikat (Y) yaitu minat menggunakan layanan Internet Banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁸ Berdasarkan pernyataan diatas populasi dalam penelitian ini yaitu Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan. Jumlah populasi yang akan diteliti yaitu sebanyak 2.817 orang.⁶⁹

⁶⁷ Lukas S. Musianto. "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 4, No. 2, September 2002, h. 125.

⁶⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 80.

⁶⁹ Data Pendudukan Kelurahan Sihitang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, terdapat dua teknik pengambilan sampel yang dapat digunakan, yaitu Non Probability Sampling.⁷⁰

a) Non Probability Sampling

Menurut sugiyono, non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.⁷¹

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling accidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷²

Sampel yang diambil adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.⁷³ Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Error level atau tingkat kesalahan (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%).⁷⁴

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{2.817}{(2.817) \cdot 0,1^2 + 1}$$

⁷⁰ Sugiyono, *Metode...*, h. 121.

⁷¹ *Ibid*, h. 125.

⁷² Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015, h. 76-78.

⁷³ Ridwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabers, 2010, h. 22.

⁷⁴ Juliansayah Noor, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Prenada Group, 2016, h. 158.

$$n = \frac{2.817}{29,17}$$

n= 96,57 dibulatkan menjadi 97

n= 97 responden

Jadi ada 97 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah dari bulan Juni 2022 sampai penelitian ini memperoleh hasil yang diharapkan. Penelitian ini dilaksanakan di Sihitang Kota Padangsidimpuan.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu bagian yang dipelajari oleh peneliti, yang ditetapkan oleh peneliti sendiri, kemudian dari variable tersebut peneliti memperoleh informasi dan ditarik kesimpulan.⁷⁵

Adapun variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu: variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable).

- 1) Variabel terikat (Dependent) Variabel terikat, yaitu variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lainnya.⁷⁶ Variabel dependent dalam penelitian ini adalah minat Masyarakat Sihitang menggunakan layanan internet banking.
- 2) Variabel bebas (Independent) Variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.⁷⁷ Adapun variabel independent dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X1), Kemanfaatan (X2), Kepercayaan (X3), dan Kenyamanan (X4).

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian memiliki indicator yaitu faktor-faktor yang mungkin atau mungkin tidak berubah untuk tujuan penelitian. Dalam variabel penelitian perlu dilakukan adanya identifikasi dan penjelasan agar alur hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian dapat dicari dan di analisis. Penentuan variabel penelitian menjadi operasional konstruk agar dapat dilakukan pengukuran.

⁷⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Depok: PT Rajawali Pers, 2017, h. 36.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode...*, h. 61.

⁷⁷ *Ibid.*

Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kemudahan	Merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap sistem internet banking merupakan hal yang tidak sulit untu difahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakaiannya untuk bisa menggunakannya	1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel ⁷⁸	Skali Likert dalam kuesioner / angket
Kemanfaatan	Merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan internet banking akan meningkatkan prestasi atau kinerja pekerjaan orang tersebut	1. Efektif dan efisien 2. Meningkatkan kinerja 3. Meningkatkan produktivitas ⁷⁹	Skali Likert dalam kuesioner / angket
Kepercayaan	Merupakan keyakinan	1. Kehandalaan	Skali Likert dalam

⁷⁸ Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance of Information Technology*, 1989

⁷⁹ *Ibid*

	<p>seseorang pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa sistem internet banking merupakan sistem yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif</p>	<p>2. Kredibilitas 3. Kejujuran⁸⁰</p>	<p>kuesioner / angket</p>
Kenyamanan	<p>Internet banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun</p>	<p>1. Lebih efisien 2. Kemudahan proses transaksi⁸¹</p>	<p>Skali Likert dalam kuesioner / angket</p>
Minat	<p>Merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh</p>	<p>1. Ketertarikan 2. Keterlibatan⁸²</p>	<p>Skali Likert dalam kuesioner / angket</p>

⁸⁰ Astri Dhiah Maharani, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Fakultas Ekonomi, Undip, Semarang, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1 No.2, 2010, h.44-99.

⁸¹ W.C. Poon, *Users' Adoption E-Banking Service*, Journal Of Business, Malaysia, 2008.

⁸² Chaplin, J.P, *Kamus Psikologi Lengkap*, Pt. Raja Grafindo, Jakarta. 2008.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penelitian langsung pada objek penelitian, yang merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁸³ Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan sebanyak 97 kuesioner yang akan dibagikan secara acak kepada masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan. Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian, yang pertama terkait dengan karakteristik masyarakat berdasarkan segmentasi demografi, seperti nama, jenis kelamin, dan usia. Bagian kedua berisi daftar variabel tentang pendapat masyarakat terhadap kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan dalam minat menggunakan internet banking.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁸⁴

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Angket (Kuesioner). Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.⁸⁵ Untuk memperoleh data, angket disebarikan kepada responden (orang-orang yang akan menjawab atau orang yang akan diselidiki). Dalam hal ini data yang akan diperoleh adalah data primer yang berupa jawaban dari responden mengenai tingkat kepercayaan, keamanan, kemudahan dan ketersediaan fitur serta minat menggunakan internet banking dalam bentuk angka. Adapun skala pengukuran yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5

⁸³ Sugiyono, *Metode...*, h. 137.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*, h. 137.

⁸⁵ *Ibid*, h. 217.

Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- 2) Dokumentasi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁸⁶ Data yang akan diperoleh adalah data sekunder yang di dapat dari situs internet berupa gambaran umum lokasi penelitian dan data pendukung lainnya yang sesuai dengan topik penelitian.
- 3) Wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan penelitian lebih mendalam dan jumlah responden lebih sedikit atau kecil. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak yang bersangkutan.⁸⁷

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan setelah terkumpulnya semua data yang ada.⁸⁸ Dalam penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data terbagi menjadi dua yakni kegiatan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik (*inferensi*). Kegiatan mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan. Kegiatan mendeskripsikan data dapat dilakukan dengan pengukuran statistik deskriptif.

Dalam penelitian ini, software yang digunakan untuk melakukan uji statistik adalah SPSS 25 dengan analisis data sebagai berikut:

- 1) Skala Likert Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena

⁸⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*.

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 194.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 147.

tertentu.⁸⁹ Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3. 3 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian.

a. Uji Validitas

Instrument penelitian yang valid berarti alat ukur digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrument terhadap konsep yang diteliti. Suatu instrument tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas rendah mencerminkan bahwa instrument kurang tepat untuk diterapkan.⁹⁰ Suatu instrument dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran data yang dimaksud.⁹¹ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom

⁸⁹ Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta:PT Raja Grafindo, 2016, h. 138.

⁹⁰ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktik*, Jakarta Barat: PT Indeks, 2009, h. 108.

⁹¹ Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 168-169.

$(df) = n-2$ dimana n adalah jumlah sampel. Apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} maka data dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Keandalan suatu instrument menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrument yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (error file), sehingga menjamin suatu pengukuran yang koefisien dan tidak berubah dalam kurun waktu dan berbagai titik dalam instrument.⁹² Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan menghasilkan jawaban yang sama dari waktu ke waktu. Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r_{hitung} dengan r_{tabel} apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka insrumen dinyatakan tidak reliable.⁹³ Sedangkan reliabel adalah kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0.00 s.d 0.20, berarti kurang reliable.
 - 2) Nilai Cronbach 0.21 s.d 0.40, berarti agak reliable.
 - 3) Nilai Cronbach 0.41 s.d 0.60, berarti cukup reliable.
 - 4) Nilai Cronbach 0.61 s.d 0.80, berarti reliable.
 - 5) Nilai Cronbach 0.81 s.d 1.00, berarti sangat reliable.⁹⁴
- #### 3) Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik lebih dulu supaya data sampel yang diolah dapat benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

- a. Uji Normalitas Residual Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam penelitian memiliki sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan teknik Kolmogrov-Smirnov. Jika variabel residual tidak terdistribusi normal, maka uji statistik t dan F menjadi tidak valid. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Maksud

⁹² Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, h. 106.

⁹³ Sugiyono, *Metode...*, h. 97.

⁹⁴ *Ibid*, h. 94.

data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median.⁹⁵

b. Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode yang digunakan adalah grafik scatter plot dan metode glejser yang dilakukan dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai antara variabel independen dengan absolut residualnya $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas :

1. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁹⁶

c. Uji Multikolinieritas adalah korelasi antara variabel independen satu dengan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai Varians Inflation Factor (VIF) ≥ 10 . Apabila terdapat korelasi yang tinggi sesama variabel bebas maka langkah yang harus dilakukan adalah menghilangkan salah satu variabel atau menambah variabel bebasnya.⁹⁷

4) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis itu tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak. Secara statistik setidaknya hipotesis dapat diukur dari nilai koefisiensi determinasi (R^2) dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

⁹⁵ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: Andi, 2005.

⁹⁶ Ghozali, I., *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.

⁹⁷ Ghozali, I., *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

a. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu melihat pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan internet banking. Maksudnya adalah analisis regresi berganda melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = variabel terikat (minat penggunaan)

a = konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = koefisien regresi

X₁ = persepsi kemudahan

X₂ = persepsi kemanfaatan

X₃ = persepsi kepercayaan

X₄ = persepsi kenyamanan

e = random error

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variable terikatnya.⁹⁸ Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variable dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R²) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variable dependen atau tidak. Karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan adjusted R² agar tidak terjadi bias dalam

⁹⁸ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2004, h. 525.

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

c. Uji t Statistik

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (tidak signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dimana tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu 5 %. Untuk mengetahui apakah variabel penjelas yang digunakan dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel yang dijelaskan, digunakan uji statistik t, hipotesis yang digunakan adalah :

$$H_0 : \beta = 0$$

Variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

$$H_a : \beta \neq 0$$

Variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pada tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika probabilitas $t_{hitung} >$ tingkat signifikansi 0,05 maka H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. $t_{hitung} <$ tingkat signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.⁹⁹

⁹⁹ Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibiidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, Yogyakarta: 2020.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak dan Geografis Kelurahan Sihitang

Objek penelitian ini adalah Kelurahan Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara. Kelurahan Sihitang dulunya merupakan sebuah Desa yang namanya Desa Sihitang, pada tahun 2007 Desa Sihitang diganti menjadi Kelurahan Sihitang, disebabkan jumlah penduduk yang sudah memenuhi syarat untuk menjadi Kelurahan. Kelurahan Sihitang adalah sebuah kelurahan yang berada di Kecamatan Padangsidempuan Tenggara yang terdiri dari empat lingkungan, dengan jaraknya tidak jauh dari pusat Kota Padangsidempuan yang jaraknya hanya 4,5 km dari pusat kota.¹⁰⁰ Kelurahan Sihitang diperkirakan mempunyai luas sekitar 330 Ha yang terdiri dari dataran rendah, dataran tinggi (pegunungan), perkebunan areal industri, dan juga persawahan. Daerah ini mempunyai Batasan wilayah yaitu:

- a. Sebelah barat berbatasan dengan huta Register Kabupaten Tapanuli Selatan
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Pudun Jae
- c. Sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Padangmatinggi
- d. Sebelah selatan berbatasan dengan Palopat

2. Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk Kelurahan Sihitang Kota Padangsisimpuan pada tahun 2022 mencapai 2.817 jiwa. Untuk mengetahui keadaan penduduk Kelurahan Sihitang dapat dilihat pada uraian tabel berikut ini:

Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama

No.	Agama	Jumlah
1.	Islam	2.172 orang
2.	Katolik	-
3.	Protestan	639 orang
4.	Hindu	-

¹⁰⁰ Wawancara dengan Hendrianto, S.Sos tanggal 23 Oktober 2022 di Kantor Kelurahan Sihitang

5.	Budha	6 orang
----	-------	---------

Sumber: Rekapitulasi Data Kependudukan Kelurahan Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara, 2022

Mayoritas penduduk di Kelurahan Sihitang memeluk agama Islam dengan jumlah 2.172 orang, pemeluk agama Kristen Protestan dengan jumlah 639 orang dan pemeluk agama Budha dengan jumlah 6 orang.

Tabel 4. 2 Jumlah penduduk Kelurahan Sihitang berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Petani	262
2.	Dagang	3
3.	PNS	64
4.	TNI/POLRI	82
5.	Swasta	502

Sumber: Rekapitulasi Data Kependudukan Kelurahan Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara, 2022

Jika dilihat dari tabel 4.2 diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Sihitang yang bekerja sebagai petani berjumlah 262 orang, yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 3 orang, yang bekerja sebagai PNS berjumlah 64 orang, yang bekerja sebagai TNI/POLRI sebanyak 82 orang dan yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 502 orang.

B. Karakteristik Responden

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan sebagai populasinya. Dengan data responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan responden dalam data kuesioner/angket sebagai berikut :

1. Jenis kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin data responden terbagi menjadi dua, yaitu responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Karakteristik jenis kelamin responden dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	35 responden	33,95%
Perempuan	62 responden	63,05%
Jumlah	97 responden	100%

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin yang dilihat dari tabel 4.3, jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dengan total 35 responden dari jumlah total 97 responden dan persentase sejumlah 33,95%. Jumlah responden perempuan lebih dominan dengan jumlah 62 responden dari total 97 responden dengan persentase sejumlah 63,05%.

2. Umur

Jika dilihat melalui umur responden di Kelurahan Sihitang, Adapun data responden dapat terbagi dalam beberapa kelompok, yaitu kelompok umur 18-23 tahun, kelompok umur 24-29 tahun, kelompok umur 30-35 tahun, kelompok umur 36-41 tahun, dan kelompok umur >41 tahun. Data karakteristik responden jika ditinjau dari umur bisa dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik responden dari segi Umur

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	18-23	57 responden	58,8%
2.	24-29	24 responden	24,7%
3.	30-35	4 responden	4,1%
4.	36-41	5 responden	5,2%
5.	>41	7 responden	7,2%
Total		97 responden	100%

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan karakteristik responden dari segi umur jika dilihat melalui tabel 4.4, dapat diketahui bahwa responden berusia 18-23 tahun menjadi mayoritas sampel dengan perentase 58,8% sejumlah 57 responden. Jumlah responden berusia 24-29 menjadi mayoritas kedua dengan persentase 24,7% sejumlah 24 responden. Responden dengan rentang usia 30-35 tahun berjumlah 4 responden dengan persentase 4,1%. Responden dengan rentang usia 36-41 berjumlah 5 responden dengan persentase 5,2%. Dan responden dengan rentang usia >41 berjumlah 7 responden dengan persentase 7,2%.

3. Pekerjaan Responden

Adapun karakteristik dari segi pekerjaan responden terbagi dalam beberapa jenis pekerjaan, yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wiraswasta, Ibu rumah tangga, Pelajar/mahasiswa, Buruh/petani/nelayan. Karakteristik responden dari segi pekerjaan bisa dilihat berdasarkan tabel di bawah ini :

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	PNS/TNI/POLRI	6 responden	6,2%
2.	Pegawai Swasta	10 responden	10,3%
3.	Wiraswasta	5 responden	5,2%
4.	Ibu rumah tangga	8 responden	8,2%
5.	Pelajar/mahasiswa	51 responden	52,6%
6.	Buruh/petani/nelayan	3 responden	3,1%
7.	Lainnya	14 responden	14,4%
Total		97 responden	100%

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 tentang karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka diperoleh responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI

berjumlah 6 responden dengan persentase 6,2%. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 10 responden dengan tingkat persentase 10,3%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta dengan jumlah 5 responden dengan tingkat persentase sebanyak 5,2%. Responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan jumlah 8 responden dengan tingkat persentase yaitu 8,2%. Responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 51 responden dengan tingkat persentase 52,6%. Responden yang bekerja sebagai buruh/petani/nelayan berjumlah 3 responden dengan tingkat persentase yaitu 3,1%. Serta responden yang bekerja dengan profesi lainnya yaitu sebanyak 14 responden dengan tingkat persentase 14,4%.

4. Pengguna Internet

Berdasarkan jumlah respon yang telah diperoleh dari populasi di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan, maka seluruh sampel dengan jumlah 97 responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari dengan persentase 100%. Karena fokus penelitian yang dilakukan adalah memperoleh hasil mengenai kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan internet banking.

5. Perangkat yang biasa digunakan dalam mengakses internet

Berdasarkan sampel yang diperoleh, karakteristik responden jika ditinjau dari segi perangkat yang digunakan dalam mengakses internet dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu pengguna handphone, laptop, tab, komputer, lainnya. Adapun karakteristik responden ditinjau dari segi perangkat yang biasa digunakan dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden ditinjau dari Perangkat yang biasa digunakan dalam mengakses internet

No.	Perangkat yang digunakan	Frekuensi	Persentase
1.	Handphone	90 responden	92,8%
2.	Laptop	5 responden	5,2%
3.	Tab	-	-
4.	Komputer	1 responden	1%

5.	Lainnya	1 responden	1%
Total		97 responden	100%

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, karakteristik responden jika ditinjau dari segi perangkat yang biasa digunakan dalam mengakses internet dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan handphone berjumlah 90 responden dengan persentase 92,8%. Responden yang menggunakan laptop berjumlah 5 responden dengan persentase 5,2%. Responden yang menggunakan tab tidak ada. Responden yang menggunakan computer berjumlah 1 responden dengan persentase 1%. Dan responden yang menggunakan perangkat lainnya untuk mengakses internet berjumlah 1 responden dengan persentase sebesar 1%.

C. Analisis Statistik Deskriptif Responden

Analisis statistik deskriptif responden merupakan gambaran secara statistik mengenai hasil umum penelitian, meliputi karakteristik dari masing-masing variabel yang digunakan. Data ini bisa dilihat dari hasil statistik melalui nilai mean, nilai minimum dan maximum serta standar deviasi pada penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari kuesioner yang telah disebar ke sejumlah responden di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan. Berikut hasil analisis statistik deskriptif responden.

➔ Regression

	Mean	Std. Deviation	N
Ytotal	12.11	1.825	97
X1total	16.59	2.154	97
X2total	17.09	1.838	97
X3total	11.68	1.977	97
X4total	13.07	1.563	97

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa :

1. Nilai mean dari masing-masing variabel. Variabel kemudahan (x1) dengan mean 16.59, variabel kemanfaat (x2) dengan mean 17.09, variabel kepercayaan (x3) dengan mean 11.68, variabel kenyamanan (x4) dengan mean 13.07, serta variabel minat (y) dengan mean 12.11.
2. Nilai Std. Deviation masing-masing variabel. Variabel kemudahan (x1) dengan Std. Deviation 2.154, variabel kemanfaat (x2) dengan Std. Deviation 1.838, variabel kepercayaan (x3) dengan Std. Deviation 1.977, variabel kenyamanan (x4) dengan Std. Deviation 1.563, serta variabel minat (y) dengan Std. Deviation 1.825.
3. Jumlah responden yang didapatkan dari sampel di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan sejumlah 97 responden

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data yang telah diperoleh dengan pengukuran kebenaran dan ketepatan data melalui hasil kuesioner penelitian. Sebuah variabel dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Hasil uji validitas kuesioner diolah dengan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Uji Validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel}

Variabel	Item Kuesioner	R-hitung	R-tabel sign 0.5	Ket.
Kemudahan (X1)	X1.1	0,784	0,202	Valid
	X1.2	0.797	0,202	Valid
	X1.3	0.844	0,202	Valid
	X1.4	0.829	0,202	Valid
Kemanfaatan (X2)	X2.1	0.798	0,202	Valid
	X2.2	0.816	0,202	Valid
	X2.3	0.864	0,202	Valid

	X2.4	0.760	0,202	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0.921	0,202	Valid
	X3.2	0.859	0,202	Valid
	X3.3	0.861	0,202	Valid
Kenyamanan (X4)	X4.1	0.831	0,202	Valid
	X4.2	0.878	0,202	Valid
	X4.3	0.855	0,202	Valid
Minat Menggunakan Internet Banking (Y)	Y1.1	0.878	0,202	Valid
	Y1.2	0.887	0,202	Valid
	Y1.3	0.882	0,202	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa hasil dari setiap item kuesioner yang digunakan menampilkan nilai hasil untuk $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,202) untuk masing-masing variabel. Maka data yang di dapatkan merupakan data yang valid dan bisa dijadikan sebagai instrument untuk memenuhi penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur derajat konsistensi, akurasi dan prediksi suatu alat ukur, untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dikatakan benar dan dapat diandalkan sebagai variabel dalam sebuah penelitian. Sebuah data dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0.06 . Berikut ini hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 25 tahun 2022.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha Standar	Ket.

1.	Kemudahan (X1)	0.826	> 0.06	Reliabel
2	Kemanfaatan (X2)	0.823	> 0.06	Reliabel
3.	Kepercayaan (X3)	0.853	> 0.06	Reliabel
4.	Kenyamanan (X4)	0.809	> 0.06	Reliabel
5.	Minat Menggunakan Internet Banking (Y1)	0.857	> 0.06	Reliabel

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa hasil dari seluruh variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0.06. Variabel kemudahan mempunyai nilai Cronbach Alpha 0.826 >0.06. Variabel kemanfaatan mempunyai nilai Cronbach Alpha 0.823>0.06. Variabel kepercayaan mempunyai nilai Cronbach Alpha 0.853>0.06. Variabel kenyamanan mempunyai nilai Cronbach Alpha 0.809 > 0.06. Variabel Minat Menggunakan Internet Banking mempunyai nilai Cronbach Alpha 0.857> 0.06 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam data penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas. Berikut ini akan dipaparkan mengenai beberapa uji yang digunakan dalam proses analisis ketepatan regresi data yang digunakan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data penelitian yang digunakan terdistribusi secara normal di masyarakat atau diambil dari populasi normal. Pada tahap ini, penyusun menggunakan analisis Kolmogrov-Smirnov. Untuk hasil uji normalitas, analisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 25 tahun 2022

sebagai berikut

→ **NPar Tests**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34801158
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.112
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

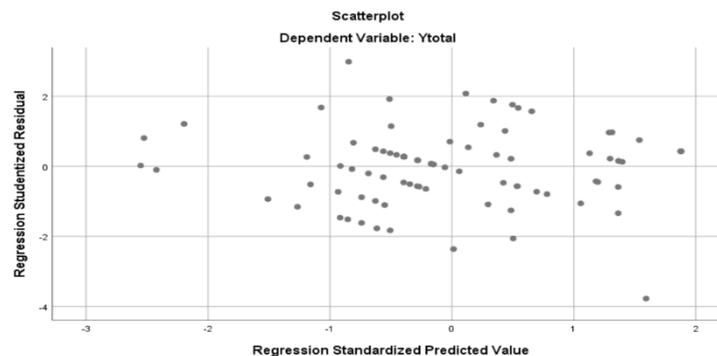
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Untuk hasil dari uji normalitas menggunakan teknik Kolmogrov-Smirnov, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Pada hasil di atas, bisa dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$, berdasarkan tabel di atas berarti data tidak terdistribusi secara normal. Hal ini merupakan catatan yang perlu diperhatikan pada penggunaan uji Kolmogrov-Smirnov. Karena dalam jumlah sampel besar, hasilnya akan menjadi tidak normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Berikut hasil uji heterokedastisitas data yang digunakan dalam penelitian.



Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Jika dilihat dari gambar di atas, maka dapat dilihat bahwa terdapat pola tertentu yaitu pola titik yang menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas pada data penelitian.

c. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas data yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel 4. 9 Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan (X1)	0.525	1.906
Kemanfaatan (X2)	0.387	2.587
Kepercayaan (X3)	0.638	1.568
Kenyamanan (X4)	0.554	1.805

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat diketahui bahwa

1. Nilai Tolerance semua variabel independent yang digunakan lebih besar dari 0.10. Nilai tolerance untuk variabel kemudahan $0.525 > 0.10$, nilai tolerance untuk variabel kemanfaatan $0.387 > 0.10$, nilai tolerance untuk variabel kepercayaan $0.638 > 0.10$, nilai tolerance untuk variabel kenyamanan $0.554 > 0.10$.
2. Nilai VIF semua variabel independent yang digunakan lebih kecil dari 10. Dengan nilai VIF untuk variabel kemudahan $1.906 < 10$, nilai VIF untuk variabel kemanfaatan $2.587 < 10$, nilai VIF untuk variabel kepercayaan $1.568 < 10$, nilai VIF untuk variabel kenyamanan $1.805 < 10$.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam data tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk pengambilan keputusan dari hasil analisis data. Beberapa analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji t statistik.

a. Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.454	1.401		.324	.747
	X1total	.140	.090	.165	1.549	.125
	X2total	.296	.123	.298	2.406	.018
	X3total	.214	.089	.232	2.402	.018
	X4total	.137	.121	.117	1.132	.261

a. Dependent Variable: Ytotal

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan hasil uji analisis regresi di atas, dapat diketahui bahwa :

1. Konstanta bernilai 0.454, yang artinya konstanta variabel bernilai positif. Nilai positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel dependen dan variabel independen. Jika seluruh variabel independen diasumsikan bernilai 0 persen, maka akan menunjukkan minat terhadap penggunaan layanan internet banking cenderung mengalami kenaikan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (X1) senilai 0.140. Berarti jika variabel kemudahan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat sejumlah 0.140. Semakin tinggi nilai satuan dari variabel kemudahan, maka akan semakin tinggi minat terhadap penggunaan layanan internet banking di masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan.
3. Nilai koefisien regresi variabel kemanfaatan (X2) senilai 0.296. Berarti jika variabel kemanfaatan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat sejumlah 0.296. Semakin tinggi nilai dari variabel kemanfaatan, maka akan semakin tinggi minat terhadap penggunaan layanan internet banking di masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan.
4. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) senilai 0.214. Berarti jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat 0.214. Semakin tinggi nilai

dari variabel kepercayaan, maka akan semakin tinggi minat terhadap penggunaan layanan internet banking di masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan.

5. Nilai koefisien regresi variabel kenyamanan (X4) senilai 0.137. Berarti jika variabel kenyamanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat sejumlah 0.137. Semakin tinggi nilai dari variabel kenyamanan, maka akan semakin tinggi minat terhadap penggunaan layanan internet banking di masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.431	1.377

a. Predictors: (Constant), X4total, X3total, X1total, X2total

b. Dependent Variable: Ytotal

Sumber : Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0.454. Artinya variabel X1, X2, X3, dan X4 bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 45,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar persamaan regresi.

c. Uji t Statistik

Uji t statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependent terhadap variabel independent. Uji t membandingkan nilai jika t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.454	1.401		.324	.747
	X1total	.140	.090	.165	1.549	.125
	X2total	.296	.123	.298	2.406	.018
	X3total	.214	.089	.232	2.402	.018
	X4total	.137	.121	.117	1.132	.261

a. Dependent Variable: Ytotal

Sumber : *Data Primer yang diolah di Aplikasi SPSS Versi 25, 2022*

Nilai t_{tabel} dari data yang digunakan adalah 1,986, maka diperoleh beberapa kesimpulan dari hasil analisis nilai t , yaitu sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} variabel kemudahan (X1) $< t_{tabel}$. H_0 diterima, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Nilai t_{hitung} variabel Kemanfaatan (X2) $> t_{tabel}$. H_0 ditolak, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
3. Nilai t_{hitung} variabel Kepercayaan (X3) $> t_{tabel}$. H_0 ditolak, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
4. Nilai t_{hitung} variabel Kenyamanan (X4) $< t_{tabel}$. H_0 diterima, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan masyarakat Sihitang Kota Padangsidimpuan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

1. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangsidimpuan

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangsidimpuan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel (X1) yaitu kemudahan penggunaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.140. Berarti jika variabel kemanfaatan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat pula sejumlah 0.140. Variabel kemudahan jika dilihat dari hasil perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka diperoleh hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ senilai $1.549 < 1,986$ sehingga terdeteksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan dalam meningkatkan minat terhadap penggunaan layanan internet banking. Maka hipotesis pertama ditolak.

Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan karena adanya kemungkinan bahwa responden mengalami keragu-raguan terhadap item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Dimana terdapat 4 item pertanyaan

dalam variabel kemudahan, yaitu pertanyaan pertama mengenai pemahaman mempelajari penggunaan layanan internet banking yang dianggap kurang mudah untuk dipahami. Pertanyaan kedua mengenai fleksibilitas penggunaan layanan internet banking yang masih kurang fleksibel menurut beberapa responden. Pertanyaan ketiga beberapa responden yang mungkin berusia paruh baya merasa sistem internet banking sudah tidak mudah untuk digunakan. Pertanyaan keempat mengenai seluruh kemudahan sistem penggunaan layanan internet banking yang masih belum mudah dipahami oleh beberapa kalangan masyarakat di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Efisien, Risiko dan Fitur Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Internet Banking di Bank Muamalat KCU Kediri.¹⁰¹ Dimana berdasarkan hasil pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank Muamalat KCU Kediri.

2. Pengaruh kemanfaatan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa kemanfaatan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel (X2) yaitu kemanfaatan penggunaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.296. Berarti jika variabel kemanfaatan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat pula sejumlah 0.296. Variabel kemanfaatan jika dilihat dari hasil perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ senilai $2.406 > 1,986$ sehingga terdeteksi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat terhadap penggunaan layanan internet banking. Maka hipotesis pertama diterima

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dalam penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan

¹⁰¹ Janah, *Pengaruh...*,

Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.¹⁰² Semakin tinggi tingkat kemanfaatan suatu layanan, maka akan semakin tinggi pula minat terhadap penggunaan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan kemanfaatan dengan minat terhadap penggunaan layanan internet banking memiliki pengaruh positif dan signifikan karena responden dapat merasakan manfaat dari layanan yang digunakan.

3. Pengaruh kepercayaan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel (X3) yaitu kepercayaan penggunaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.214. Berarti jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat pula sejumlah 0.214. Variabel kepercayaan jika dilihat dari hasil perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ senilai $2.402 > 1,986$ sehingga terdeteksi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat terhadap penggunaan layanan internet banking. Maka hipotesis pertama diterima.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Pada BRIS KC A Rivai Palembang yang menyatakan bahwa pengaruh variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan layanan internet banking.¹⁰³ Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang didapat dari suatu layanan, maka akan semakin tinggi pula minat terhadap penggunaan layanan

¹⁰² Rahmah, *Pengaruh...*,

¹⁰³ Regita, *Analisis...*,

internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan kepercayaan dengan minat terhadap penggunaan layanan internet banking memiliki pengaruh positif dan signifikan karena penggunaan layanan internet banking dirasa dapat melayani kebutuhan responden, sehingga menimbulkan rasa nyaman disaat menggunakannya.

4. Pengaruh kenyamanan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa kenyamanan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking pada masyarakat Sihitang Kota Padangidimpuan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel (X1) yaitu kenyamanan penggunaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.137. Berarti jika variabel kemanfaatan mengalami kenaikan 1 satuan, maka kecenderungan minat terhadap layanan internet banking akan meningkat pula sejumlah 0.137. Variabel kenyamanan jika dilihat dari hasil perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka diperoleh hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ senilai $1.132 < 1,986$ sehingga terdeteksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kenyamanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan dalam meningkatkan minat terhadap penggunaan layanan internet banking. Maka hipotesis pertama ditolak.

Kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan karena terdapat kemungkinan bahwa responden mengalami ketidak selarasan terhadap beberapa item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dengan keadaan dikehidupan sehari-hari. Dimana terdapat 3 item pertanyaan dalam variabel kenyamanan, yaitu yang pertama tidak semua responden menemukan kenyamanan pada saat bertransaksi dalam keadaan yang tidak seperti biasanya, seperti pada keadaan yang ditawarkan oleh peneliti yaitu melalui layanan online / internet banking. Pertanyaan kedua beberapa responden menjawab tidak merasa nyaman jika melakukan transaksi menggunakan layanan internet banking karena mungkin sudah terbiasa dengan kegiatan di bank yang mengantri secara langsung untuk melaksanakan transaksi, terutama mungkin bagi responden yang berusia di atas usia pelajar/paruh baya dikarenakan ketidak mahiran menggunakan teknologi. Selain itu bersinggungan dengan pertanyaan ketiga dimana beberapa responden

merasa tidak mendapatkan kenyamanan menggunakan layanan internet banking karena melakukan transaksi secara online, mungkin karena beberapa responden terbiasa dengan transaksi secara offline dengan adanya bukti transaksi secara langsung dari teller bank yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo.¹⁰⁴ Dimana berdasarkan hasil pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Wonosobo.

¹⁰⁴ Rahmah, *Pengaruh...*,

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan analisis yang telah dilaksanakan oleh peneliti dalam mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan internet banking, maka dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kemudahan penggunaan merupakan variabel yang valid dalam hubungannya terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan walaupun tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat diketahui dengan melihat hasil dari analisis seluruh item variabel kemudahan dan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} sejumlah 1.549 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sejumlah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak kemudahan dalam penggunaan internet banking maka akan berpeluang untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan internet banking.
2. Variabel kemanfaat merupakan variabel yang valid dalam hubungannya terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat diketahui dengan melihat hasil dari analisis seluruh item variabel kemanfaatan dan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Variabel ini berpengaruh secara signifikan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} sejumlah 2.406 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sejumlah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak manfaat layanan internet banking maka akan semakin menarik minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.
3. Variabel kepercayaan merupakan variabel yang valid dalam hubungannya terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat diketahui dengan melihat hasil dari analisis seluruh item variabel kepercayaan dan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Variabel ini berpengaruh secara signifikan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} sejumlah 2.402 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sejumlah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, dapat

disimpulkan bahwa semakin terpercaya suatu layanan internet banking maka akan semakin menarik minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.

4. Variabel kenyamanan merupakan variabel yang valid dalam hubungannya terhadap minat menggunakan layanan internet banking di Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan walaupun tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat diketahui dengan melihat hasil dari analisis seluruh item variabel kenyamanan dan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} sejumlah 1.132 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sejumlah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak kenyamanan dalam penggunaan layanan internet banking maka akan semakin berpeluang untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan layanan internet banking.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi seluruh perusahaan penyedia layanan Internet Banking, setelah diselesaikannya penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan untuk evaluasi program layanan internet banking ke depannya. Hal ini meliputi evaluasi bagian pemrograman layanan agar lebih mempertimbangkan beberapa variabel yang telah diteliti sehingga memberikan kepastian yang lebih besar dalam mencapai tujuan dan target dalam proses pemasaran layanan internet banking.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan sehingga mampu memberikan peningkatan pengaruh dari setiap variabel dalam penelitian. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas sampel dalam penelitian berikutnya sehingga mampu memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Ferrari. Digital Competence in Practice "7th European Conference on Technology Enhanced Learning," EC-TEL, 2012.
- A, Hanifa. *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi Di Bank Rakyat Indoensia Syariah Cabang Surakarta*, 2017.
- Adamson, Shine., *Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment : A Bank's Treasury*, Journal of Technology Analysis & Strategic Management Vol.15 No.4, 2003.
- Ahmad, Bambang Setyo Pambudi. "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)." "
- Amijaya, Zilang Rizki dan Rahardjo, Susilo Toto. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". E-Journal FE UNDIP, 2010,
- Arif, Muhammad. Erni Masdupi, "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan", Ejournal UNP Vol.3 No.4, 2020.
- Arwani, Mokhamad. "Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)", Jurnal Sosial dan Budaya, Vol. 4 No.2, 2011.
- Bangkara dan Harta. "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Easy of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervensing.", E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 16, No. 3, 2016.
- Bangkara, Prasada Rajendra. Ni Putu Sri Harta Mimba, "Pengaruh Perceived Usufulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening", E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.16 No.3., 2016
- Bitner, et al. *Implementing successful self-service technologies*, Academy of Management Executive, Vol.16 No.4, 2002.
- C,Yoon. & Choi, B. *Role of situational dependence in the use of self-service technology. Sustainability (Switzerland)*, Vol.12 No. 11.
- Daisy, Rahmad Andri, Dkk. "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.43 No.1, 2017.
- Data Kependudukan Kelurahan Sihitang.
- Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance of Information Technology*, 1989.
- Dja'akum, Sary Cita. *Peer to Peer Lending Against Ease of Busines Technology Acceptance Model (TAM) Approach*, Jurnal Economica, Vol. 10 No. 2, 2019.
- Engel, et al., *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Fadhli, Muhammad dan Rudy Fachruddin, "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 (JIMEKA) Vol.1 No.2, 2016.
- Fathurrahman, Ayief. "Meninjau Ulang Landasan Normatif Perbankan Syariah di Indonesia (Telaah atas Teori Kontruksi Fiqh Klasik)", Jurnal Al-Mawarid, Vol.11 No.1, 2010.
- Fatmawati, Endang., *Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Jurnal Iqra' Vol. 9 No.1, 2015.
- Fernando, Aldo. "Semua Bakal Digital, Begini Masa Depan Perbankan RI," <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211103102154-17-288618/semua-bakal-digital-begini-masa-depan->

- perbankanri/2?_gl=1*1mmyzcv*_ga*LUhJM2xUNThLZDE2NXNvMHV4aU9sZzlNckZqY0lhZmlrdTNpazY3U0FVWVFWZk5IMzhGVmVYeUxqZGFTcW91ZA (diakses 10 April 2022)
- Hamzah. *Teori Motivasi dan pengukurannya* (Analisis Di Bidang Pendidikan), Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Harlan, Dwimastia. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta”, E-Jurnal e-Prints@UNY. 2014.
- Hasil wawancara dengan Masyarakat Sihitang, pada 25 September 2022.
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6024eb09db45f/transaksi-digital-bank-melonjak-akan-bersaing-ketat-dengan-fintech> (diakses 20 juli 2022)
- I, Ghozali. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- I, Ghozali. *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Iqbal, Shahid et al. “Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction.” *Cogent Business and Management*, Vol.5 No.1, 2018.
- Isharijadi, Rakhmawati Sherly. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun”, *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* Vol.2 No.2, 2013.
- Istiarni, R D Panggih, dan P. Basuki. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia.” *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol.3 No.2, 2014.
- J, Hendra, & Iskandar, A. *Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking dikantor Bank Jatim Cabang Situbondo*, ECOBUSS, Vol.4, 2016.
- Janah, Maidatul. “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Efisien, Risiko Dan Fitur Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Muamalat KCU Kediri”, Skripsi IAIN Tulungagung, 2020.
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- , *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- , *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi, 2007.
- Kotler, et al., *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta : Indeks 2007.
- Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, Menyiapkan Kompetensi Bankir di Era Disrupsi Teknologi Finansial. Seminar Nasional Vokasi Perbankan . Yogyakarta, 2018.*
- Lui, et al., *TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-consumer electronic commerce*, 16th Bled eCommerce Conference Transformation Bled, Slovenia, 2003.
- Maharani, Dhiah Astri. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Fakultas Ekonomi, Undip, Semarang, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.1 No.2, 2010.
- Meuter, et al. *Self Service Technologies: Satisfaction with Technology-Based*, 2000.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Depok: PT Rajawali Pers, 2017.
- Narulhak, Akfa. “Dorong Ekonomi Umat, Bank Syariah Ini Buat Layanan Serba Digital,” diakses dari <https://finance.detik.com/moneter/d-4537432/dorong-ekonomi-umat-bank-syariah-ini-buat-layanan-serba-digital> (diakses 14 Maret 2022)
- Nihayah, et al. “Analisis Ketahanan Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Diukur Dari Implementasi Literasi Keuangan Pada Masa Pandemi Covid 19”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.6 No.2, 2022.
- Ningsih, Rahayu Ekawati. *Perilaku Konsumen: engembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Noor, Juliansayah. *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Prenada Group, 2016.

- Nurhayati, Dwi Novera. *“Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun”*, Skripsi IAIN Ponorogo, 2020.
- P, Dabholkar. *Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality*, International Journal of Research in Marketing, Vol.13 No.1, 1996.
- P. J. Chaplin. *Kamus Psikologi Lengkap*, Pt. Raja Grafindo, Jakarta, 2008.
- Penjelasan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018/Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.*
- Pertiwi, Fita dan Vidya Vitta Adhivinna. *“Pengaruh Resiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)*, Jurnal Akmenia UPY, Vol.11 No.1.
- Poon, C. W. *Users’ Adoption E-Banking Service*, Journal Of Business, Malaysia, 2008.
- Rachmawati, Rini. *Pengembangan Perkotaan Dalam Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014.
- Rahmad, et al., *“Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)”*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.43 No.1, 2017.
- Rahmah, Khairu Fika, et al. *“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo)”*, Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, Vol. 2 No. 3, 2022.
- Regita, Ayu. *“Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Pada BRIS KC A Rivai Palembang”*, Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2020.
- Ridwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabers, 2010.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, Yogyakarta: 2020.
- S, Lukas, Musianto. *“Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian.”* Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 4, No. 2, September 2002, h. 125.
- Sakti, Bima Mahisa. et al, *“Pengaruh Persepsi Penggunaan Teknologi, Kemudahan, Resiko, Fitur Layanan Terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)”*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, Vol.6 No.1, 2013.
- Santosa,Budi Purbayu, dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Satria, Arga. Antasari Kertahadi, Riyadi. *“Pengaruh penggunaan internet banking terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bontang)”*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2013.
- Sherinadila, Jihan Aghestina. *“Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”*, Skripsi IAIN Tulungagung, 2020.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta:PT Raja Grafindo, 2016.
- SK, Purwanto, dan Suharyadi. *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Sondang, P Siagian. *“Manajemen Sumber Daya Manusia,” (Edisi Pertama)*, Jakarta: Binapura Aksara, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- , *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.

- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Suharso, Puguh. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktik*, Jakarta Barat: PT Indeks, 2009.
- Sujarweni, Wiratna. *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- The Riady, Setiawan Hans, et al. “*Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan EBanking (Studi Kasus: PT.Bank BPRKS Bandung)*”, *Jurnal Media Informatika*, Vol.14 No.02, 2015.
- Umar, Fadzilah. “*Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan, dan Kelengkapan Fitur Terhadap Penggunaan Internet Banking (studi pada nasabah Bank BCA di Kabupaten Purworejo)*”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.11 No.28, 2015.
- Wibowo. *Manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Widyawati, Nurul. “*Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan*”, *Jurnal Ekitas*, Vol. 12, 2008.
- Wawancara dengan Hendrianto, S.Sos tanggal 23 Oktober 2022 di Kantor Kelurahan Sihitang

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Keusioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Yth.Saudara/i responden,

Saya Alwadi Sabbih Degora Pulungan (1805036026) mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan)”. Segala informasi yang diberikan dalam kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Saudara/I untuk dapat meluangkan sedikit waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti.

Atas pengertian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Alwadi Sabbih Degora Pulungan

Kuesioner Penelitian

Bagian I : Karakteristik responden

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu item jawaban yang sesuai dengan identitas anda:

1. Nama :.....(boleh dikosongkan)

2. Jenis kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan

3. Umur

a. 18-23 Tahun

d. 36-41 Tahun

b. 24-29 Tahun

e. >41 Tahun

c. 30-35 Tahun

4. Pekerjaan responden

a. PNS

d. Ibu rumah tangga

b. Pegawai swasta

e. Pelajar/mahasiswa

c. Wiraswasta

f. Buruh/petani/nelayan

5. Apakah saat ini anda merupakan pengguna internet?

a. Ya (lanjut ke pertanyaan berikutnya)

b. Tidak (Berhenti sampai disini)

6. Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses internet

a. Handphone

b. Laptop

c. Tab

d. Komputer

e. Lainnya...

Bagian II : Tanggapan Responden

A. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pernyataan dibawah, kami mohon kesedian bapak/ibu/saudara(i) untuk terlebih dahulu membaca petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban dari item pilihan jawaban yang sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/saudara(i).
3. Pilihlah jawaban yang sesuai tersebut dengan memberika tanda (✓) pada salah satu kolom untuk jawaban yang bapak/ibu/saudara(i) pilih.

Keterangan jawaban sebagai berikut:

Keterangan Jawaban

No.	Simbol	Keterangan	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

B. Daftar Pernyataan

1. Pernyataan Persepsi Kemudahan (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa internet banking tidak sulit untuk dipelajari dan dipahami.					
2.	Saya merasa internet banking sangat fleksibel untuk digunakan.					
3.	Saya merasa sistem internet banking mudah untuk digunakan.					
4.	Secara keseluruhan, saya merasa mudah untuk menggunakan					

	internet banking.					
--	-------------------	--	--	--	--	--

2. Pernyataan Persepsi Kemanfaatan (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penggunaan internet banking akan mendukung aktivitas perbankan saya.					
2.	Dengan menggunakan internet banking saya dapat melakukan banyak transaksi dalam waktu yang singkat.					
3.	Dengan menggunakan internet banking saya dapat bertransaksi kapanpun saya mau.					
4.	Saya merasa internet banking memiliki manfaat yang besar.					

3. Pernyataan Persepsi Kepercayaan (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa fitur yang disediakan dalam internet banking dapat dipercaya untuk melakukan transaksi.					
2.	Saya tidak merasa takut dan khawatir bertransaksi melalui internet banking karena keakuratan proses dan data terjamin.					
3.	Saya percaya pihak bank melindungi data-data saya ketika bertransaksi melalui internet banking.					

4. Pernyataan Persepsi Kenyamanan (X4)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dengan menggunakan internet banking saya dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.					
2.	Saya tidak perlu antri di bank untuk melakukan transaksi.					
3.	Lebih hemat waktu dibandingkan bertransaksi melalui teller.					

5. Minat Menggunakan Internet Banking (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya ingin menggunakan internet banking.					
2.	Saya akan merekomendasikan layanan internet banking kepada orang lain.					
3.	Saya akan terus menggunakan internet banking di masa yang akan datang.					

B. Identitas Penelitian

No	Nama Lengkap	Gender	Usia	Pekerjaan
1.	Ilham Nasution	Laki-laki	24-29 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
2.	-	Perempuan	24-29 Tahun	Lainnya
3.	-	Perempuan	24-29 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
4.	Dinda Hanifah Lubis	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
5.	Leli Soraya	Perempuan	24-29 Tahun	Lainnya
6.	Nona Pulungan	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
7.	Wahyu Azzahra Rabbawany	Perempuan	24-29 Tahun	Ibu Rumah Tangga
8.	Nur Tsaniyah	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
9.	Putri	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
10.	Annisa Dwi Putri	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
11.	Nurul Mawaddah	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
12.	Ira Anggita Maya Sofa, M.Pd	Perempuan	24-29 Tahun	Wiraswasta
13.	Nurul Fatimah	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
14.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
15.	-	Laki-laki	24-29 Tahun	Lainnya
16.	Henra Sulaiman Btr	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
17.	Puput	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
18.	Preti Sinta Harahap	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
19.	Diana	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
20.	Almaida Wardaniyah Pulungan	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
21.	Anni Wahda	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
22.	Try Mahendra Siregar	Laki-laki	24-29 Tahun	Wiraswasta
23.	Ina	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
24.	Silviaa	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
25.	-----	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
26.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa

27.	Ika	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
28.	Aed	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
29.	Wafy	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
30.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
31.	Adek Anggara	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
32.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
33.	Sahara	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
34.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
35.	Hotmaria Ritonga	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
36.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
37.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
38.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
39.	Balqis Nainggolan	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
40.	Lia Indriani	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
41.	Yasir mahmudi	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
42.	Labib	Laki-laki	24-29 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
43.	-	Laki-laki	24-29 Tahun	Lainnya
44.	-	Laki-laki	24-29 Tahun	Lainnya
45.	Heni	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
46.	Agus F Sembiring	Laki-laki	36-41 Tahun	PNS/TNI/Polri
47.	Rifal	Laki-laki	18-23 Tahun	Lainnya
48.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
49.	Dhio	Laki-laki	24-29 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
50.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
51.	Muhammad rasid pulungan	Laki-laki	36-41 Tahun	PNS/TNI/Polri
52.	Nurainun nasution	Perempuan	30-35 Tahun	Ibu Rumah Tangga
53.	Ririe	Perempuan	30-35 Tahun	Lainnya
54.	-	Perempuan	24-29 Tahun	Lainnya
55.	Helfiaana	Perempuan	24-29 Tahun	Ibu Rumah Tangga
56.	Evi Sarivatun Naimah	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa

57.	Salbiah	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
58.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
59.	Sakdiyah	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
60.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
61.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
62.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
63.	Mardiana siregar	Perempuan	>41 Tahun	Ibu Rumah Tangga
64.	Ivan al ikhwan	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
65.	-	Perempuan	18-23 Tahun	PNS/TNI/Polri
66.	Eswin	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
67.	Bere Sidebang	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
68.	Eka Siregar	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
69.	Syakinah	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
70.	Annisa	Perempuan	18-23 Tahun	Lainnya
71.	Desi afriani	Perempuan	24-29 Tahun	Ibu Rumah Tangga
72.	Sulaiman nasution	Laki-laki	18-23 Tahun	Buruh/Petani/Nelayan
73.	Ahmad Multazam Daulay	Laki-laki	36-41 Tahun	Buruh/Petani/Nelayan
74.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
75.	Ummi khanifah Hrp	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
76.	Zulfikar Alpan	Laki-laki	>41 Tahun	Wiraswasta
77.	Husein Siregar	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
78.	Novita Sariana Rangkuti	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
79.	Tri Novia Aini	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
80.	Meyvi Anwaru Siregar	Perempuan	>41 Tahun	PNS/TNI/Polri
81.	Hamdan lubis	Laki-laki	36-41 Tahun	Wiraswasta
82.	-	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
83.	-	Laki-laki	>41 Tahun	PNS/TNI/Polri
84.	Suci Nurlia Sari,SP	Perempuan	36-41 Tahun	PNS/TNI/Polri
85.	-	Perempuan	30-35 Tahun	Ibu Rumah Tangga
86.	Kiki	Perempuan	18-23 Tahun	Pegawai Swasta

87.	Muhammad Alwy Martua Hasibuan	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
88.	Indah sari batubara	Perempuan	24-29 Tahun	Ibu Rumah Tangga
89.	Syarif Muhammad siddik	Laki-laki	30-35 Tahun	Pegawai Swasta
90.	Masdalena	Perempuan	>41 Tahun	Buruh/Petani/Nelayan
91.	Rea	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
92.	Nurfitri Yani Pulungan	Perempuan	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa
93.	Raden Sandy Rizky Wijaya	Laki-laki	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
94.	Pendi pulungan	Laki-laki	>41 Tahun	Wiraswasta
95.	Sumarni	Perempuan	>41 Tahun	Ibu Rumah Tangga
96.	-	Perempuan	24-29 Tahun	Pegawai Swasta
97.	-	Laki-laki	18-23 Tahun	Pelajar/Mahasiswa

C. Data Jawaban Responden

a. Variabel Kemudahan

No.	Kemudahan				Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1.	4	4	4	4	16
2.	4	4	4	4	16
3.	4	4	4	4	16
4.	4	5	4	4	17
5.	4	4	4	4	16
6.	5	5	5	5	20
7.	4	5	4	4	17
8.	5	5	5	5	20
9.	3	3	4	4	14
10.	3	4	3	3	13
11.	3	4	3	4	14
12.	3	4	4	4	15
13.	3	3	3	3	12
14.	4	3	4	4	15
15.	4	4	4	3	15
16.	3	4	3	5	15
17.	5	5	5	5	20
18.	4	4	4	4	16
19.	4	5	4	4	17
20.	5	5	5	5	20
21.	4	4	4	4	16
22.	4	5	4	4	17
23.	3	5	3	4	15
24.	4	4	4	4	16
25.	3	4	4	3	14
26.	4	4	4	4	16
27.	4	4	3	4	15
28.	5	5	5	5	20
29.	5	4	5	4	18
30.	4	4	4	4	16
31.	5	5	5	5	20

32.	5	4	4	4	17
33.	4	4	4	4	16
34.	4	4	4	4	16
35.	3	3	3	3	12
36.	3	3	3	3	12
37.	4	4	4	4	16
38.	4	5	4	4	17
39.	4	5	4	4	17
40.	5	4	5	5	19
41.	4	5	5	5	19
42.	4	3	3	4	14
43.	4	4	4	5	17
44.	5	5	5	5	20
45.	4	4	4	4	16
46.	4	5	4	4	17
47.	4	4	4	4	16
48.	4	4	4	4	16
49.	2	2	3	1	8
50.	3	4	4	4	15
51.	4	4	4	4	16
52.	4	4	3	3	14
53.	5	5	4	4	18
54.	1	5	5	5	16
55.	4	3	3	3	13
56.	5	4	5	5	19
57.	5	5	5	5	20
58.	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	20
60.	4	5	4	4	17
61.	5	4	4	4	17
62.	4	3	4	4	15
63.	3	4	4	4	15
64.	5	5	5	5	20
65.	5	5	5	4	19
66.	5	5	5	5	20

67.	4	4	4	4	16
68.	4	5	5	4	18
69.	4	4	4	4	16
70.	4	4	4	5	17
71.	4	4	4	4	16
72.	4	4	4	4	16
73.	4	4	4	4	16
74.	5	5	5	5	20
75.	5	4	4	5	18
76.	4	4	4	4	16
77.	5	5	5	4	19
78.	4	4	4	4	16
79.	5	4	4	4	17
80.	4	4	4	4	16
81.	4	4	4	4	16
82.	4	3	4	4	15
83.	4	4	4	4	16
84.	4	4	4	4	16
85.	4	4	4	4	16
86.	5	4	4	4	17
87.	4	4	4	4	16
88.	4	4	4	4	16
89.	4	5	5	4	18
90.	4	5	4	5	18
91.	4	4	3	4	15
92.	4	5	5	3	17
93.	4	5	4	5	18
94.	5	4	5	5	19
95.	5	5	4	5	19
96.	4	4	4	4	16
97.	5	5	4	4	18

b. Variabel Kemanfaatan

No.	Kemanfaatan				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1.	4	4	4	4	16
2.	4	4	4	4	16
3.	4	4	4	4	16
4.	4	4	4	4	16
5.	4	5	4	4	17
6.	5	5	5	5	20
7.	5	5	5	5	20
8.	5	5	5	5	20
9.	4	4	4	4	16
10.	4	4	5	5	18
11.	5	4	4	4	17
12.	4	4	4	4	16
13.	3	3	3	3	12
14.	4	4	4	4	16
15.	3	4	4	3	14
16.	5	4	4	4	17
17.	5	5	5	5	20
18.	5	5	5	4	19
19.	4	4	4	4	16
20.	4	5	5	5	19
21.	4	4	4	4	16
22.	4	4	4	4	16
23.	4	5	4	5	18
24.	4	4	4	4	16
25.	3	4	4	4	15
26.	4	4	4	4	16
27.	4	4	4	4	16
28.	5	5	5	5	20
29.	5	5	5	5	20
30.	4	4	4	4	16
31.	4	4	4	4	16
32.	4	4	4	4	16
33.	4	5	4	4	17
34.	4	4	4	4	16
35.	3	4	3	3	13
36.	4	4	4	4	16
37.	4	4	4	4	16
38.	3	5	5	5	18
39.	4	4	4	4	16
40.	4	5	4	4	17
41.	4	5	4	4	17

42.	4	4	3	5	16
43.	4	4	5	5	18
44.	5	5	5	5	20
45.	4	4	4	4	16
46.	5	5	5	5	20
47.	4	4	4	4	16
48.	4	4	4	4	16
49.	3	4	4	3	14
50.	3	4	4	5	16
51.	4	4	4	4	16
52.	3	3	3	4	13
53.	4	5	4	5	18
54.	5	5	5	5	20
55.	4	4	4	4	16
56.	4	5	5	4	18
57.	5	5	5	5	20
58.	4	4	5	5	18
59.	5	5	5	5	20
60.	3	4	4	4	15
61.	4	4	4	4	16
62.	4	5	5	4	18
63.	4	4	4	4	16
64.	5	5	5	5	20
65.	4	5	3	4	16
66.	5	5	5	5	20
67.	4	4	4	4	16
68.	4	5	5	3	17
69.	4	5	5	4	18
70.	5	5	5	5	20
71.	4	4	4	4	16
72.	5	5	4	4	18
73.	4	4	4	4	16
74.	5	5	5	5	20
75.	5	5	5	5	20
76.	4	4	4	4	16
77.	5	5	5	4	19
78.	4	4	4	4	16
79.	5	5	5	4	19
80.	4	4	4	3	15
81.	4	4	4	4	16
82.	4	4	4	4	16
83.	4	4	4	4	16
84.	5	4	4	4	17
85.	3	4	4	5	16
86.	4	4	4	4	16
87.	3	4	4	4	15

88.	4	5	5	4	18
89.	4	4	5	4	17
90.	4	5	4	4	17
91.	4	5	5	4	18
92.	4	5	5	5	19
93.	5	5	5	5	20
94.	4	5	5	5	19
95.	5	4	5	5	19
96.	5	5	4	3	17
97.	4	4	4	4	16

c. Variabel Kepercayaan

No.	Kepercayaan			Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
1.	4	4	4	12
2.	4	4	4	12
3.	4	4	4	12
4.	3	4	4	11
5.	4	4	4	12
6.	4	4	3	11
7.	5	4	5	14
8.	5	5	5	15
9.	3	3	3	9
10.	3	3	3	9
11.	4	4	4	12
12.	3	3	3	9
13.	3	3	3	9
14.	4	3	3	10
15.	3	3	3	9
16.	2	3	3	8
17.	5	5	5	15
18.	5	4	4	13
19.	4	4	4	12
20.	4	5	4	13
21.	4	4	4	12
22.	3	3	4	10
23.	3	2	3	8
24.	4	4	4	12
25.	3	3	3	9
26.	4	4	4	12
27.	4	3	5	12
28.	5	4	4	13
29.	5	2	5	12
30.	4	4	4	12

31.	4	4	4	12
32.	3	3	4	10
33.	4	4	4	12
34.	4	4	4	12
35.	3	3	3	9
36.	4	4	4	12
37.	4	3	3	10
38.	3	3	3	9
39.	4	4	4	12
40.	4	4	5	13
41.	4	2	5	11
42.	4	2	4	10
43.	5	5	5	15
44.	5	4	5	14
45.	4	4	4	12
46.	5	5	4	14
47.	4	4	4	12
48.	4	3	4	11
49.	3	3	3	9
50.	4	4	4	12
51.	4	4	4	12
52.	3	3	3	9
53.	4	4	4	12
54.	5	5	5	15
55.	4	4	3	11
56.	4	3	4	11
57.	5	5	5	15
58.	5	5	5	15
59.	5	5	5	15
60.	3	3	3	9
61.	4	4	4	12
62.	3	3	3	9
63.	4	4	4	12
64.	5	5	5	15
65.	3	3	4	10
66.	5	5	5	15
67.	4	4	4	12
68.	4	4	4	12
69.	4	4	5	13
70.	5	5	5	15
71.	4	4	4	12
72.	5	5	4	14
73.	3	3	3	9
74.	5	5	5	15
75.	5	5	4	14
76.	4	3	3	10

77.	4	3	5	12
78.	4	4	5	13
79.	5	5	5	15
80.	3	3	3	9
81.	4	4	4	12
82.	4	4	4	12
83.	4	4	4	12
84.	3	3	3	9
85.	4	4	4	12
86.	4	4	4	12
87.	3	3	3	9
88.	4	4	5	13
89.	4	5	5	14
90.	5	5	4	14
91.	4	3	4	11
92.	3	3	4	10
93.	3	3	3	9
94.	3	4	3	10
95.	3	4	3	10
96.	3	3	3	9
97.	4	4	5	13

d. Variabel Kenyamanan

No.	Kenyamanan			Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	
1.	4	4	4	12
2.	4	4	4	12
3.	4	5	4	13
4.	4	4	4	12
5.	4	4	4	12
6.	5	5	5	15
7.	5	5	5	15
8.	5	5	5	15
9.	5	5	5	15
10.	5	5	4	14
11.	4	4	5	13
12.	4	5	4	13
13.	3	4	3	10
14.	4	4	4	12
15.	4	4	4	12
16.	4	3	4	11
17.	5	5	5	15
18.	4	4	4	12
19.	4	4	3	11

20.	5	5	5	15
21.	4	4	4	12
22.	4	4	4	12
23.	4	5	5	14
24.	4	5	5	14
25.	4	5	5	14
26.	2	4	4	10
27.	4	5	5	14
28.	3	4	5	12
29.	5	5	5	15
30.	4	4	4	12
31.	4	4	4	12
32.	4	4	4	12
33.	4	4	4	12
34.	4	4	4	12
35.	2	3	4	9
36.	4	4	4	12
37.	4	4	4	12
38.	5	5	5	15
39.	4	5	4	13
40.	5	5	5	15
41.	5	5	4	14
42.	3	4	3	10
43.	5	5	5	15
44.	4	5	5	14
45.	4	4	4	12
46.	5	5	5	15
47.	4	4	4	12
48.	4	5	5	14
49.	3	4	3	10
50.	5	4	4	13
51.	4	4	4	12
52.	3	3	3	9
53.	4	5	5	14
54.	4	5	5	14
55.	4	5	5	14
56.	5	4	4	13
57.	5	5	5	15
58.	5	5	5	15
59.	5	5	5	15
60.	4	5	5	14
61.	4	5	5	14
62.	5	5	5	15
63.	4	4	4	12
64.	5	5	5	15
65.	3	4	4	11

66.	5	5	5	15
67.	4	4	4	12
68.	4	5	5	14
69.	5	4	5	14
70.	5	5	5	15
71.	4	4	4	12
72.	4	4	4	12
73.	4	4	4	12
74.	5	5	5	15
75.	4	5	5	14
76.	4	4	4	12
77.	4	5	4	13
78.	5	5	5	15
79.	5	5	5	15
80.	4	5	5	14
81.	4	4	4	12
82.	4	4	4	12
83.	4	4	4	12
84.	4	4	5	13
85.	4	5	4	13
86.	4	4	4	12
87.	3	4	4	11
88.	5	5	4	14
89.	5	4	4	13
90.	4	4	4	12
91.	5	5	5	15
92.	4	4	3	11
93.	4	5	5	14
94.	5	5	5	15
95.	5	5	4	14
96.	5	4	4	13
97.	5	5	5	15

e. Variabel Minat

No.	Minat			Total Y
	Y1	Y2	Y3	
1.	4	4	4	12
2.	4	4	4	12
3.	4	4	4	12
4.	4	4	4	12
5.	4	4	4	13
6.	5	4	4	12
7.	4	4	4	15
8.	5	5	5	12

9.	4	4	4	10
10.	3	3	4	11
11.	4	4	3	9
12.	4	2	3	9
13.	3	3	3	9
14.	3	3	3	9
15.	3	3	3	13
16.	4	5	4	15
17.	5	5	5	10
18.	4	3	3	12
19.	4	4	4	15
20.	5	5	5	12
21.	4	4	4	12
22.	4	4	4	13
23.	4	4	5	12
24.	4	4	4	10
25.	4	3	3	9
26.	3	3	3	11
27.	4	3	4	13
28.	5	4	4	14
29.	5	4	5	12
30.	4	4	4	12
31.	4	4	4	10
32.	3	4	3	12
33.	4	4	4	12
34.	4	4	4	9
35.	3	3	3	15
36.	5	5	5	10
37.	3	3	4	9
38.	3	3	3	12
39.	4	4	4	12
40.	4	4	4	14
41.	5	4	5	11
42.	3	4	4	12
43.	4	4	4	9
44.	3	3	3	12
45.	4	4	4	13
46.	5	4	4	12
47.	4	4	4	11
48.	4	3	4	10
49.	3	3	4	11
50.	4	3	4	12
51.	4	4	4	11
52.	3	4	4	12
53.	5	3	4	15
54.	5	5	5	11

55.	4	3	4	13
56.	4	4	5	15
57.	5	5	5	14
58.	5	4	5	15
59.	5	5	5	11
60.	4	3	4	12
61.	4	4	4	11
62.	4	3	4	12
63.	4	4	4	15
64.	5	5	5	14
65.	5	5	4	15
66.	5	5	5	12
67.	4	4	4	11
68.	4	3	4	13
69.	4	5	4	15
70.	5	5	5	12
71.	4	4	4	14
72.	4	5	5	11
73.	4	3	4	15
74.	5	5	5	14
75.	5	4	5	9
76.	3	3	3	12
77.	4	4	4	15
78.	5	5	5	14
79.	5	4	5	10
80.	4	3	3	12
81.	4	4	4	9
82.	3	3	3	12
83.	4	4	4	11
84.	4	4	3	12
85.	4	4	4	12
86.	4	4	4	9
87.	3	3	3	11
88.	4	4	3	12
89.	3	4	5	12
90.	4	4	4	13
91.	4	4	5	13
92.	5	5	3	15
93.	5	5	5	15
94.	5	5	5	15
95.	5	5	5	12
96.	4	4	4	15
97.	5	5	5	12

D. Hasil Uji Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif Responden

→ Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Ytotal	12.11	1.825	97
X1total	16.59	2.154	97
X2total	17.09	1.838	97
X3total	11.68	1.977	97
X4total	13.07	1.563	97

2. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Kemudahan

→ Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1total
X1.1	Pearson Correlation	1	.427**	.559**	.516**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.427**	1	.607**	.578**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.559**	.607**	1	.613**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.516**	.578**	.613**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
X1total	Pearson Correlation	.784**	.797**	.844**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Variabel Kemanfaatan

→ Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2total
X2.1	Pearson Correlation	1	.558**	.563**	.437**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.558**	1	.667**	.444**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.563**	.667**	1	.575**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.437**	.444**	.575**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
X2total	Pearson Correlation	.798**	.816**	.864**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3total
X3.1	Pearson Correlation	1	.697**	.745**	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.697**	1	.547**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.745**	.547**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97
X3total	Pearson Correlation	.921**	.859**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Uji Validitas Variabel Kenyamanan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4total
X4.1	Pearson Correlation	1	.578**	.506**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97
X4.2	Pearson Correlation	.578**	1	.704**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97
X4.3	Pearson Correlation	.506**	.704**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97
X4total	Pearson Correlation	.831**	.878**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Uji Validitas Variabel Minat

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Ytotal
Y1	Pearson Correlation	1	.663**	.670**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.663**	1	.669**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.670**	.669**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97
Ytotal	Pearson Correlation	.878**	.887**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.826	4			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.48	2.711	.583	.817
X1.2	12.35	2.813	.632	.789
X1.3	12.47	2.794	.723	.752
X1.4	12.45	2.730	.684	.766

b. Uji Reliabilitas Variabel Kemanfaatan

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.823	4			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.94	1.975	.616	.793
X2.2	12.70	2.066	.673	.767
X2.3	12.78	1.901	.741	.733
X2.4	12.86	2.104	.568	.813

c. Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.853	3			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	7.75	1.792	.818	.706
X3.2	7.90	1.843	.666	.854
X3.3	7.71	1.957	.697	.819

d. Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.809	3			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	8.85	1.153	.586	.825
X4.2	8.61	1.220	.735	.670
X4.3	8.69	1.195	.671	.725

e. Uji Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	8.01	1.635	.729	.801
Y2	8.18	1.521	.729	.802
Y3	8.04	1.602	.734	.796

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

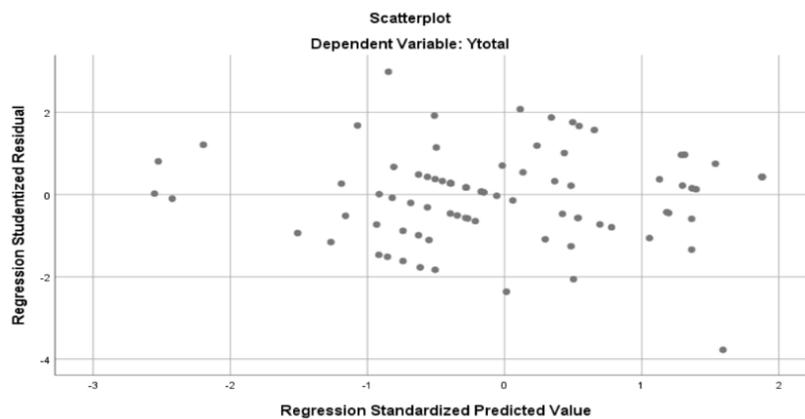
→ **NPar Tests**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34801158
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.112
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Heterokedastisitas



c. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.454	1.401		.324	.747	-2.328	3.235					
	X4total	.137	.121	.117	1.132	.261	-.103	.377	.494	.117	.087	.554	1.805
	X3total	.214	.089	.232	2.402	.018	.037	.391	.536	.243	.185	.638	1.568
	X2total	.296	.123	.298	2.406	.018	.052	.540	.615	.243	.185	.387	2.587
	X1total	.140	.090	.165	1.549	.125	-.039	.318	.542	.159	.119	.525	1.906

a. Dependent Variable: Y1total

5. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.454	1.401		.324	.747
	X1total	.140	.090	.165	1.549	.125
	X2total	.296	.123	.298	2.406	.018
	X3total	.214	.089	.232	2.402	.018
	X4total	.137	.121	.117	1.132	.261

a. Dependent Variable: Ytotal

b. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.431	1.377

a. Predictors: (Constant), X4total, X3total, X1total, X2total

b. Dependent Variable: Ytotal

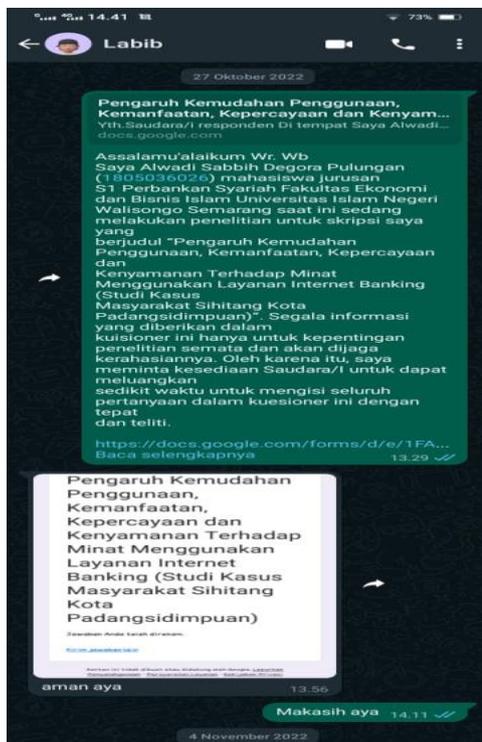
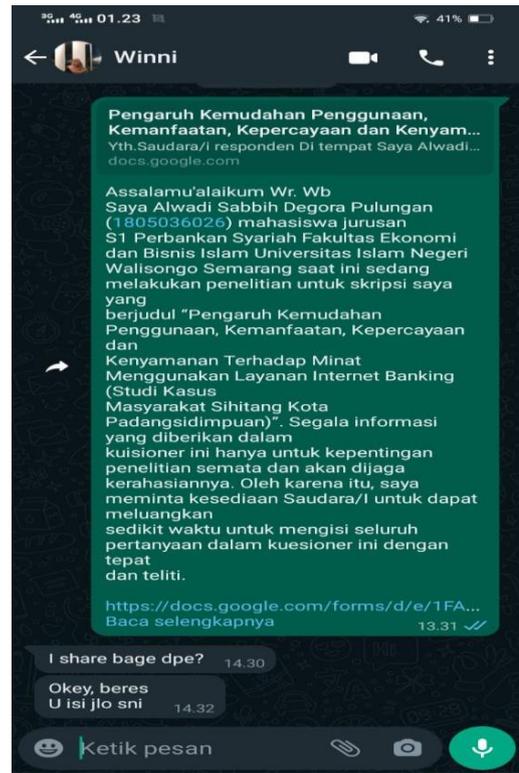
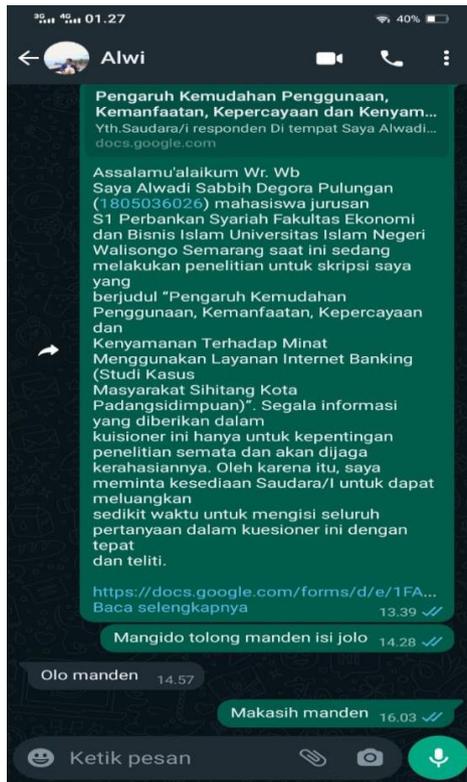
c. Uji t Statistik

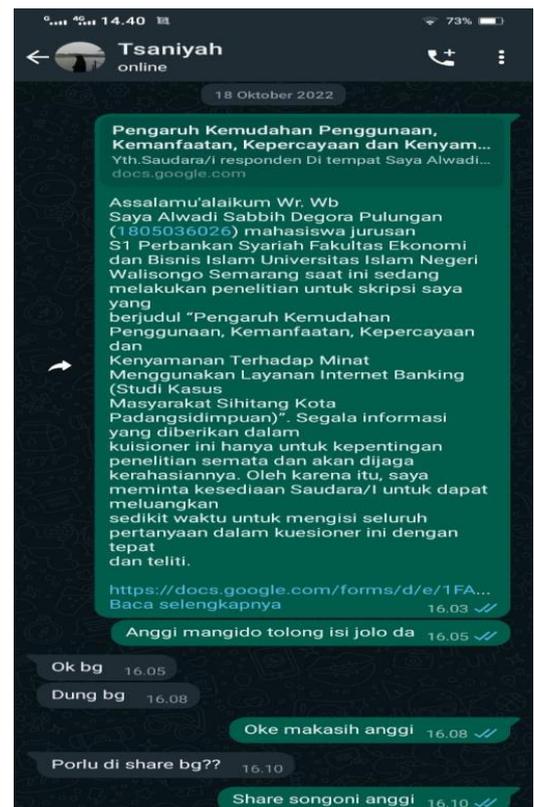
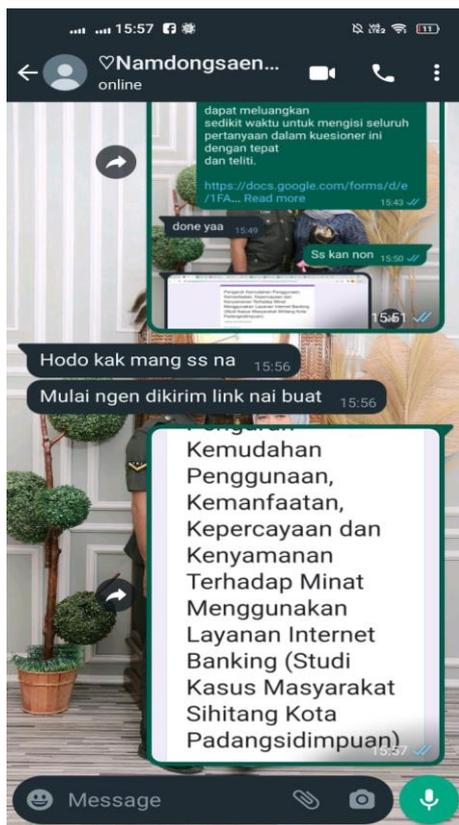
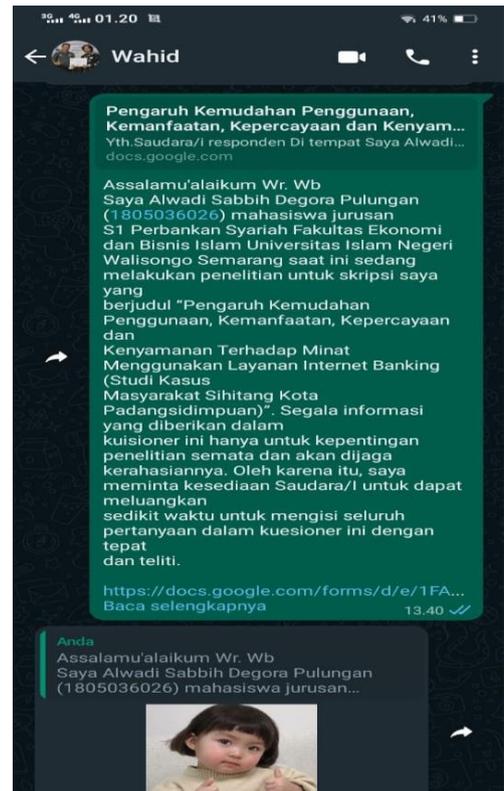
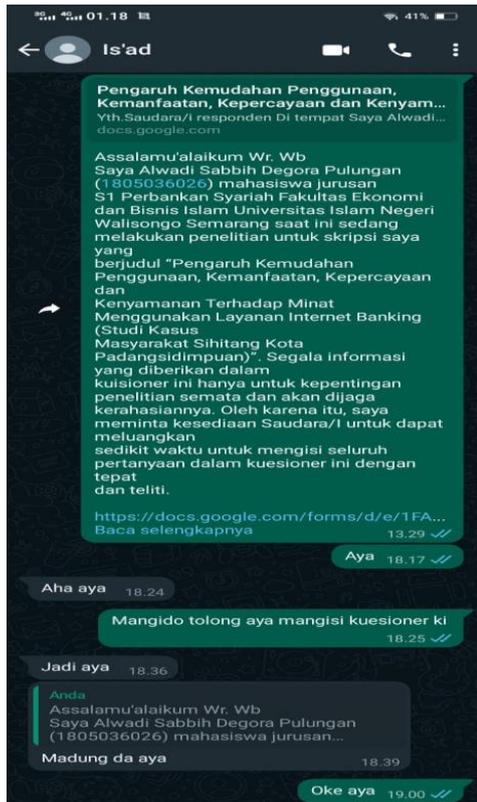
Coefficients^a

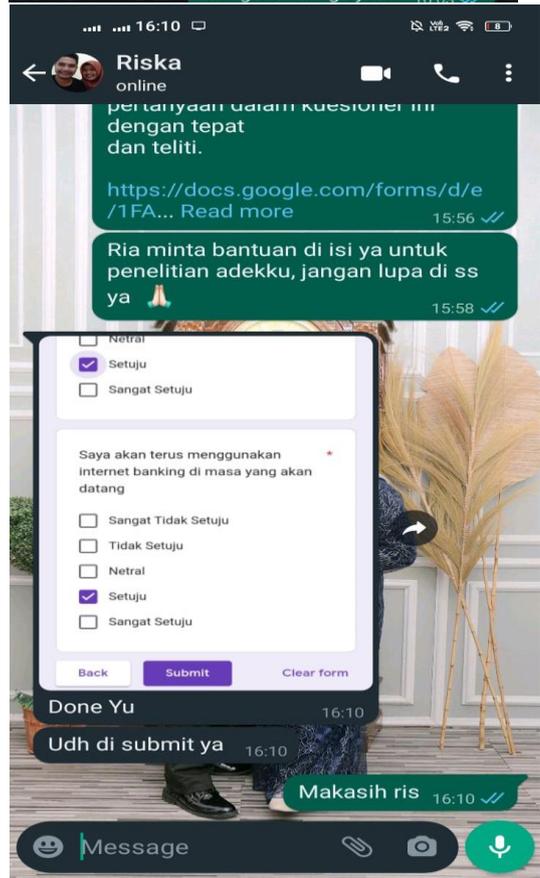
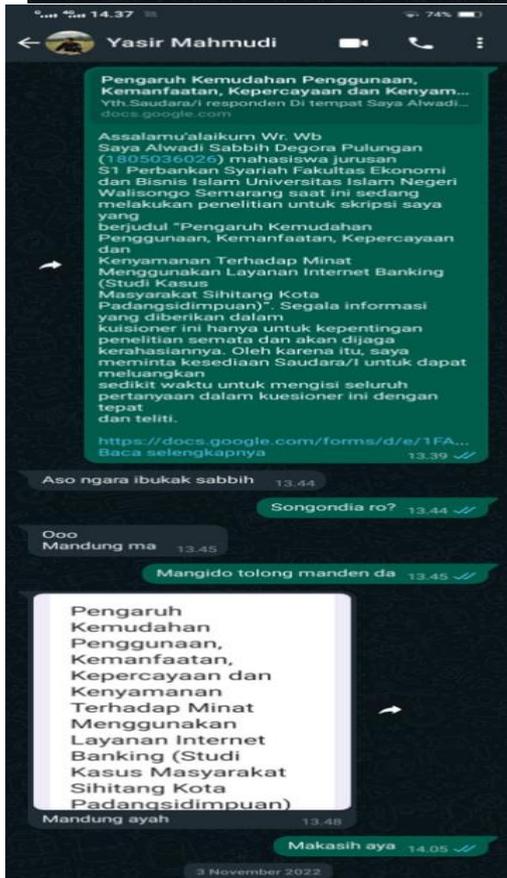
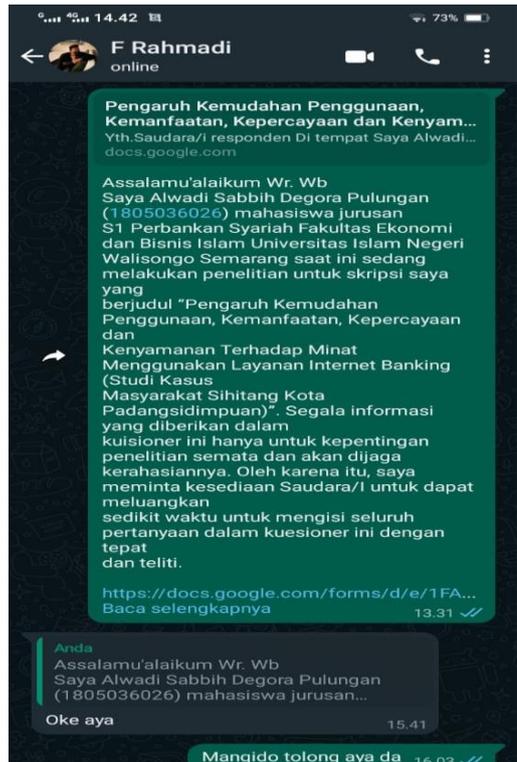
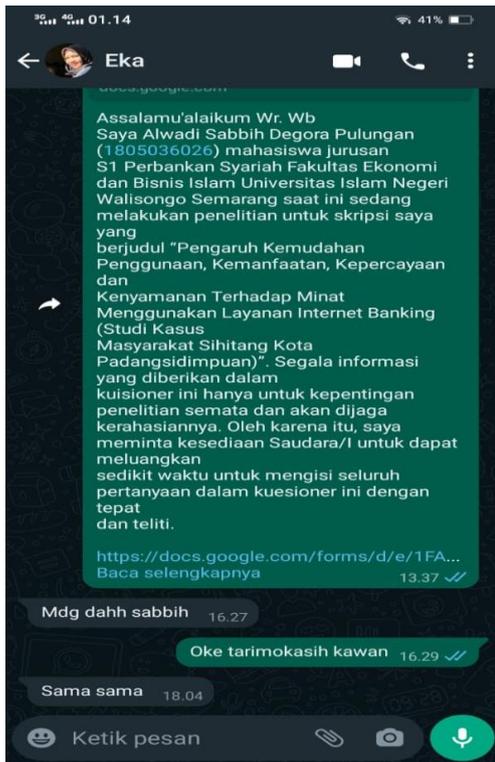
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.454	1.401		.324	.747
	X1total	.140	.090	.165	1.549	.125
	X2total	.296	.123	.298	2.406	.018
	X3total	.214	.089	.232	2.402	.018
	X4total	.137	.121	.117	1.132	.261

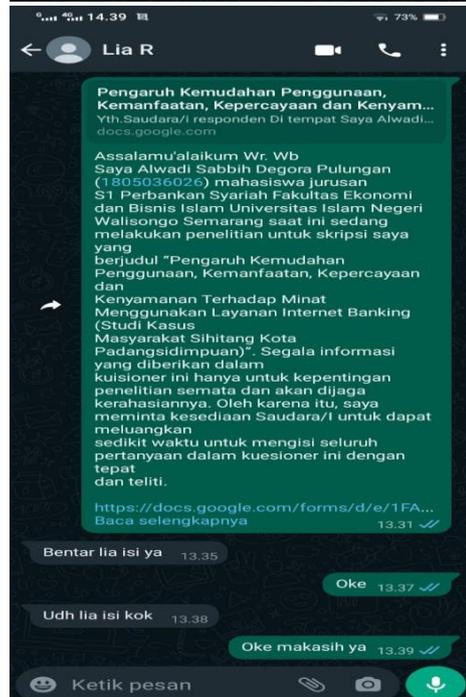
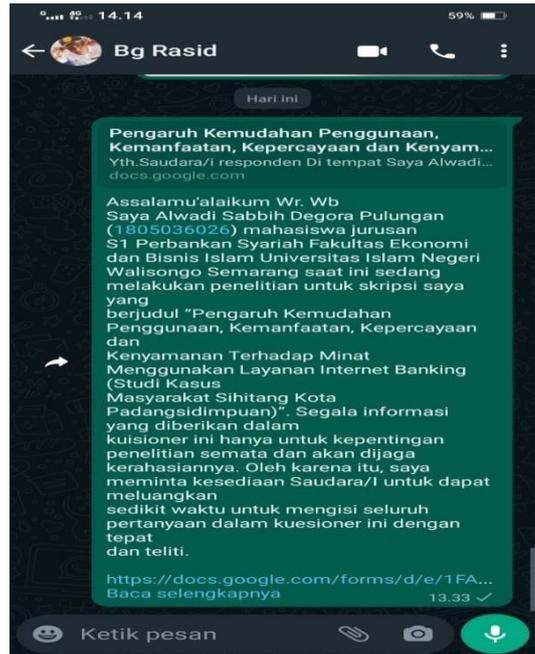
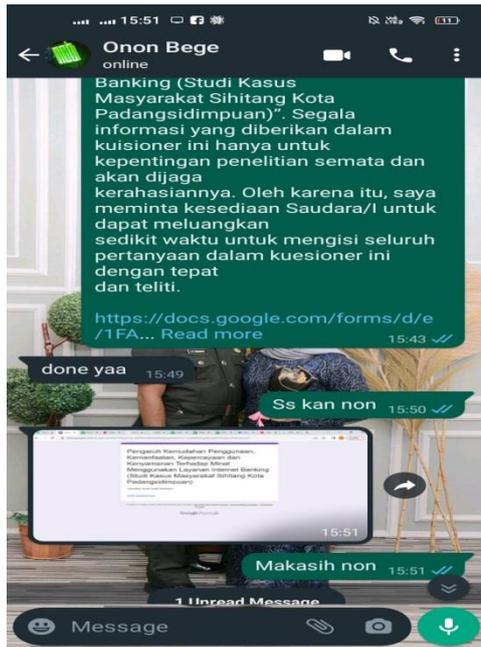
a. Dependent Variable: Ytotal

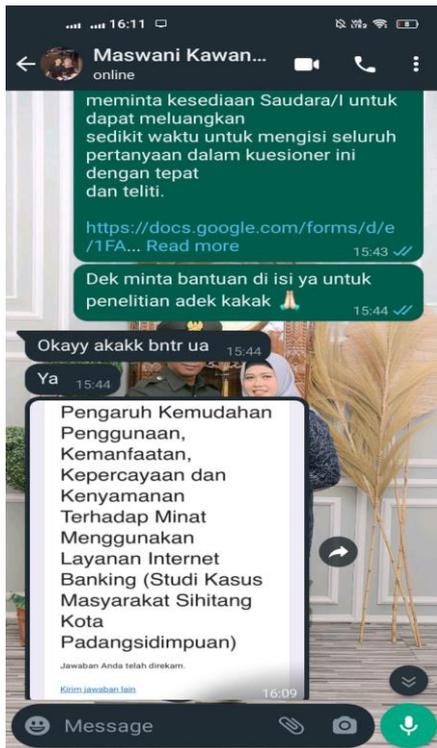
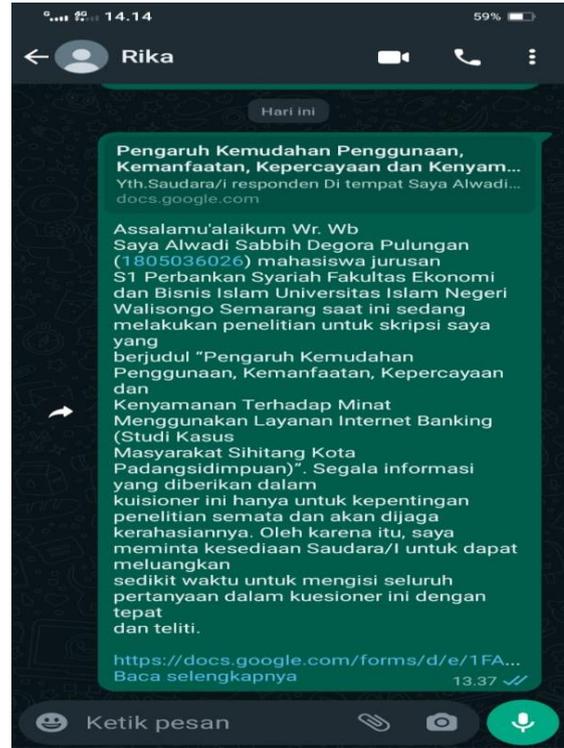
F. Dokumentasi Pencarian Data











DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alwadi Sabbih Degora Pulungan
NIM : 1805036026
Tempat Lahir : Panyabungan
Tanggal Lahir : 15 Mei 2000
Agama : Islam
Anak Ke : 2 dari 4 bersaudara
Alamat :
No. Hp/Wa : 085362026452
Email : alwadisabbih@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Adnani (Lulus tahun 2006)
2. SDN 088 Panyabungan (Lulus tahun 2012)
3. SMP Negeri 1 Panyabungan (Lulus tahun 2015)
4. MAN 1 Mandailing Natal (Lulus tahun 2018)
5. UIN Walisongo Semarang (Sampai sekarang)

Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon Ekonomi UIN Walisongo Semarang
2. HMJ S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Biro Bahasa PMII Rayon Ekonomi UIN Walisongo Semarang
4. Koordinator Divisi Keilmuan dan Kebudayaan IMA TABAGSEL