



Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol. 2, No. 2, Oktober 2021

PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BRI)

Intan Sri Asti¹, Suyanto Suyanto², Angga Kurniawan³

¹Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

intansriasti98@gmail.com¹, yanto.metro@gmail.com², angga22.umm@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of perceptions of information technology and service features on customers' interest in using internet banking. Samples taken are 96 customers of BRI bank as respondents who have used internet banking at least once. This research is quantitative in nature. The method used in sampling is nonprobability sampling and the method used is purposive sampling. Meanwhile, the analysis technique used is multiple linear regression with the help of the SPSS version 25 program. Based on the research that has been done, it is found that perceptions of information technology and service features affect customer interest in using internet banking.

Keywords: *Perceptions of information technology, service features, and customer interest in using internet banking*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Sampel yang diambil adalah nasabah bank BRI sebanyak 96 orang sebagai responden yang sudah menggunakan internet banking minimal satu kali. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode yang dipakai dalam pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dan cara yang digunakan *puspotive sampling*. Sedangkan Teknik analisa yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa persepsi teknologi informasi dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Kata Kunci : Persepsi teknologi informasi, fitur layanan, dan minat nasabah menggunakan internet banking

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi informasi berkembang dengan cepat. Dengan adanya internet yang tersedia serta teknologi informasi dapat menciptakan berbagai kemudahan bagi masyarakat melalui layanan-layanan yang diberikan seperti pendidikan, komunikasi, transaksi, e-commerce dan lain-lain. Dengan perkembangan tersebut mampu memberi dampak positif sehingga meningkatkan mobilitas dan kinerja di semua kalangan masyarakat. Peluang ini juga digunakan oleh perbankan baik bank pemerintahan atau swasta. Persaingan antar bank semakin ketat, bank berlomba-lomba dalam meningkatkan teknologi informasi yang dimilikinya agar mampu memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Persaingan antar bank menuntut bank untuk mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi

nasabah. Salah satu pelayanan yang disediakan yaitu tersedianya data dan informasi yang akurat dan cepat (Ismail, 2009)

Perbankan menciptakan berbagai inovasi untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi yaitu melalui internet banking. Internet banking bisa diakses nasabah melalui website maupun aplikasi yang bisa diunduh di playstore. Sesuai dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup di era sekarang, internet banking mampu memenuhi kebutuhan nasabah dengan mudah, cepat, dan aman. Internet banking sangat memudahkan nasabah karena bertransaksi dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun sehingga pengguna internet banking tidak harus datang ke ATM atau teller hanya untuk transfer. Semua dapat dilakukan melalui internet banking. Internet banking menyediakan berbagai layanan seperti cek saldo, cek mutasi, transfer, bayar tagihan, bahkan pembukaan rekening baru bisa dilakukan melalui internet banking.

Transaksi keuangan digital semakin meningkat. Terlihat dari kenaikan jumlah pengguna internet banking, mobile banking, dan e-money. Nasabah lebih sering transaksi menggunakan ATM dan internet banking. akan ada pergeseran secara global dimana preferensi digital chanel akan meningkat. Sekitar 48% masyarakat Indonesia akan mempertimbangkan beralih ke digital only bank dalam 2 tahun ke depan. Hal ini terlihat dari meluasnya pengguna e-money di Indonesia bahkan naik lebih dari 100%, Pengguna internet banking meningkat 36 juta dan pengguna mobile banking meningkat 62 juta (Damitri Mahayana, 2020).

Berdasarkan laporan tahunan Bank BRI. Pada tahun 2019 transaksi melalui internet banking (termasuk BRImo) tumbuh 107,48% yoy dari 574,33 juta transaksi pada 2018 menjadi 1,19 milyar pada 2019. Selain itu, seluruh transaksi BRImo tumbuh sebesar 38,42% yoy dari Rp 664,60 triliun pada 2018 menjadi Rp. 919,94 triliun pada 2019. Dalam hal produktivitas pengguna internet banking / BRImo tumbuh cukup signifikan berikut data pengguna internet banking selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1. Pengguna internet banking

Tahun	Pengguna Internet Banking	Presentase (%)
2015	4,4 juta	109,5%
2016	6,9 juta	56,8 %
2017	8 juta	15,9 %
2018	12,6 juta	57,5 %
2019	19,7 juta	56,3%

Sumber : laporan tahunan Bank BRI

Begitu banyak kemudahan yang didapatkan ketika menggunakan internet banking, sehingga jumlah pengguna internet banking mengalami peningkatan yang tinggi. Berdasarkan latar belakang di atas, maka skripsi ini akan mencoba untuk meneliti Pengaruh persepsi Teknologi Informasi, dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking.

LANDASAN TEORI

Technologi Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori yang digunakan untuk menguji sistem teknologi informasi yang sering digunakan adalah model penerimaan teknologi atau teori yang biasa disebut dengan model penerimaan teknologi (TAM). Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi informasi oleh pengguna, yang dikembangkan oleh Davis et al. Semua fungsi model TRA. TRA dapat diterapkan karena hasil keputusan pengguna untuk menerima teknologi informasi merupakan tindakan sadar dan dapat diprediksi berdasarkan kepentingan pengguna. Davis menambahkan dua struktur utama ke TRA, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi menunjukkan bahwa kedua struktur ini berpengaruh. Jika pengguna menganggap teknologi itu berguna dan mudah digunakan, mereka akan tertarik dengan teknologi tersebut. (Jogiyanto, 2007: 112)

Persepsi Teknologi Informasi

Pengertian persepsi sangat luas, Persepsi merupakan aspek psikologis yang sangat penting bagi manusia untuk mengatasi munculnya gejala dari berbagai aspek di sekitarnya. Persepsi adalah

suatu proses di dalam penginderaan pengguna sehingga terbentuk kesan tertentu yang bersifat subjektif. Perspektif setiap pengguna berbeda, unik dan memiliki nilai. Sehingga pemasar dan perusahaan bertugas untuk memastikan bahwa persepsi konsumen pada produk yang dipasarkan dan dihasilkan perusahaan memiliki nilai dan kesan yang positif (Doni, 2016: 149).

Fitur Layanan

Fitur layanan adalah perlengkapan yang digunakan untuk Interaksi pelanggan dalam layanan yang disediakan layanan internet banking (Pranidana, 2010: 50). Fungsi layanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam bertransaksi secara online (Pavlou, 2001: 56). Faktor kepercayaan dalam fungsi layanan adalah estimasi subyektif, dimana nasabah memiliki kepercayaan bahwa mereka dapat bertransaksi melalui internet banking dengan konsisten dan kebutuhan yang diharapkan lengkap di dalamnya

Minat Nasabah

Menurut uraian Hotler dalam Syahrial (2018: 142), minat dideskripsikan sebagai kondisi seseorang sebelum melakukan suatu aktivitas dan dapat digunakan sebagai dasar untuk meramalkan perilaku. Minat adalah perilaku yang muncul dalam bentuk respon terhadap objek yang menampilkan keinginan nasabah untuk menggunakan internet banking.

Internet Banking

Internet banking adalah layanan yang disediakan oleh bank bagi nasabah untuk memperoleh informasi melalui internet, berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan. Informasi Internet Banking adalah layanan yang diberikan dalam bentuk informasi melalui internet.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis dan digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Diambil sampel secara acak dan menggunakan peralatan penelitian untuk mengumpulkan data, analisis data bertujuan untuk melakukan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013: 13).

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021 dengan metode penelitian survei. Analisa yang akan digunakan yaitu analisa regresi linier berganda, menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini digunakan data utama yang diberikan kepada nasabah Bank BRI. Penelitian menjelaskan hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih.

Menurut Purba dalam Nilasari dan Yoestini (2012: 2) karena populasi yang akan diteliti tidak pasti, maka dalam menentukan sampel penelitian dari populasi dapat menggunakan rumus berikut :

$$n = Z^2 : 4 (\text{moe})^2$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe = margin of error atau kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 5% atau 0,05

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,05)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

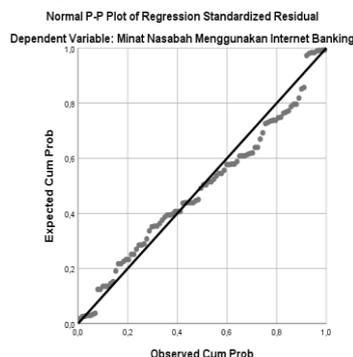
Jumlah sampel yang diperoleh sebesar 96 responden. Dan kemudian diberikan kepada nasabah Bank BRI yang pernah atau ingin menggunakan internet banking serta mau berpartisipasi dalam mengisi kuesioner.

Pengujian data dilakukan dengan tujuan untuk menguji parameter populasi berdasarkan statistik atau sering disebut statistik parametrik. Tahapan yang akan digunakan yaitu pertama uji validitas dan uji reliabilitas alat penelitian. Setelah itu, peneliti melaksanakan uji asumsi klasik. Kemudian, melakukan analisis regresi linier berganda. Tujuan regresi linier berganda untuk menghitung seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen serta untuk memprediksi variabel dependen dengan memakai dua atau lebih variabel independen (Rochaety dkk. 2009). dan yang terakhir melakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji F dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu cara yang digunakan untuk menguji apakah data detribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik histogram. Cara yang lebih handal yaitu melihat normal probability plot yang dibandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan berbentuk satu garis lurus diagonal. Apabila distribusi data normal maka garis data sesungguhnya akan mengikuti yang diagonal.



(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga data berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent dan variabel dependent memiliki hubungan linier atau tidak secara signifikan.

Hal ini dapat dilihat dari nilai sig $\leq 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut linier dan apabila nilai sig $\geq 0,05$ maka hubungan antar variabel tidak linier. Berikut hasil uji linieritas :

Tabel 13. Uji Linieritas (Y dan X1)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y*X 1	Between Groups	(Combined)	1445,793	14	103,271	6,483	,000
		Linearity	1124,513	1	1124,513	70,598	,000
		Deviation from Linearity	321,280	13	24,714	1,552	,117
	Within Groups		1290,207	81	15,928		
	Total		2736,000	95			

(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan

bahwa nilai sig pada linearity yaitu $0,00 < 0,05$ dan nilai deviation from linearity $0,117 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan linier antara variabel X1 persepsi teknologi informasi dan variabel Y minat nasabah menggunakan internet banking.

Tabel 14. Uji Linieritas (Y dan X2)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y*X2	Between Groups	(Combined)	1483,401	17	87,259	5,434	,000
		Linearity	1099,442	1	1099,442	68,463	,000

	Deviation from Linearity	383,959	16	23,997	1,494	,123
	Within Groups	1252,599	78	16,059		
	Total	2736,000	95			

(sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Berdasarkan data di atas menunjukkan nilai sig pada linearity $0,00 < 0,05$ dan nilai deviation from linearity $0,123 > 0,05$ sehingga terdapat hubungan linier antara variabel X2 fitur layanan dan variabel Y minat nasabah menggunakan internet banking.

Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen, model regresi yang baik yaitu tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Cara untuk mengetahuinya dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF. Jika nilai VIF lebih kecil dari angka 10 dan nilai tolerance kurang dari 1 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas :

Tabel 15. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi teknologi informasi	,367	2,727
	Fitur Layanan	,367	2,727

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

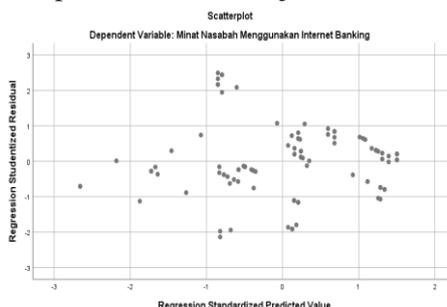
(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan nilai VIF 2,727 dimana lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance 0,367 lebih kecil dari 1. Sehingga tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dan residual dalam model regresi dari pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila variance residula tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut hetereskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Jika terdapat pola tertentu menunjukkan bahwa terjadi masalah
- b) Jika titik menyebar dan tidak ada pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan sebaran titik yang acak baik diatas ataupun dibawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterosedastisitas dalam model regresi linier ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur hubungan dua variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu persepsi teknologi informasi dan fitur layanan, serta satu variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan internet banking. berikut hasil uji regresi linier berganda :

Tabel 17. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,142	5,766		2,106	,038
	Persepsi Teknologi Informasi	,500	,143	,429	3,499	,001
	Fitur Layanan	,322	,129	,307	2,500	,014

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Pengujian Hipotesis Uji t

Uji Statistik t bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual variabel-variabel independen (persepsi teknologi informasi dan fitur layanan) terhadap variabel dependen (minat nasabah menggunakan internet banking). atau untuk menguji variabel dependen dan signifikansi konstansta. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel 17 halaman 48. Dasar pengambilan keputusan uji t

- 1). Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2). Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

a. Hipotesis Pertama : Persepsi Teknologi Informasi Berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking.

Diketahui pada tabel 17 menunjukkan nilai signifikan 0,001<0,05 dan nilai t hitung 3,499 > t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama diterima bahwa terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

b. Hipotesis Kedua : Fitur Layanan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking.

Diketahui pada tabel 17 nilai signifikan X2 terhadap Y adalah 0,014.<0,05 dan nilai t hitung 2,500 > t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis kedua diterima bahwa terdapat pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Pengujian Hipotesis Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel independen (Persepsi teknologi informasi dan fitur layanan) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah menggunakan internet banking).

Dasar pengambilan keputusan uji f sebagai berikut :

1. jika nilai signifikan < 0,05 atau f hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara Simultan terhadap Variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Berikut hasil uji f (uji simultan) :

Tabel 18. Hasil Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	3335,295	2	1667,648	44,196	,000 ^b
	Residual	3509,205	93	37,733		
	Total	6844,500	95			
a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking						
b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi						

(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

c. Hipotesis Ketiga : Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking.

Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung 44,196. Sedangkan f tabel dalam penelitian ini $df_2 = n - k$, dimana terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Serta jumlah sampel penelitian 96 responden. Sehingga $df_1 = 2-1 = 1$ dan $df_2 = 96-3 = 93$. Jadi f tabel dalam penelitian ini 3,943. Berarti f hitung $44,196 > 3,943$ f tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga diterima yaitu terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking secara simultan.

Koefisiensi Determinasi (R²)

Tujuan utama koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisiensi determinasi yaitu antara nol sampai satu. Nilai yang mendekati nilai satu menandakan kemampuan variabel-variabel independen memberi hampir semua informasi yang diperlukan guna memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 19. Uji Koefisiensi Determinasi

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	3335,295	2	1667,648	44,196	,000 ^b
	Residual	3509,205	93	37,733		
	Total	6844,500	95			
a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking						
b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi						

(Sumber : data diolah SPSS 25, 2021)

Berdasarkan hasil data diatas nilai koefisiensi korelasi (R) sebesar 0,698 yang artinya hubungan antar variabel independen dan variabel dependen cukup erat. Artinya jika nilai X naik, maka akan terjadi kenaikan yang positif pada nilai Y dan juga sebaliknya. Selanjutnya diketahui nilai R Square sebesar 0,476. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan terhadap variabel minat nasabah menggunakan internet banking adalah sebesar 47,6 %. Sehingga terdapat 52,4% faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. 96 responden nasabah Bank BRI telah mengisi kuesioner dan telah dilakukan uji. Hasil uji t dalam penelitian ini yaitu t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,499 > 1,985$. Sedangkan hasil t dari nilai probabilitas signifikan lebih kecil yaitu $0,001 < 0,05$. Sehingga Hipotesis pertama diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Hal ini menunjukkan bahwa ketika persepsi teknologi informasi baik maka minat nasabah untuk menggunakan internet banking juga naik, karena nasabah akan dengan mudah dan cepat mengakses internet banking dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan.

Hasil deskriptif dari data kuesioner yang berkaitan dengan variabel persepsi teknologi informasi menunjukkan mayoritas responden memilih setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan mudah digunakan, bisa di akses kapan saja dan dimana saja, serta cepat untuk transaksi dan akurat informasi yang diberikan.

2. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. dimana 96 respon yang mengisi kuesioner adalah nasabah Bank BRI. Dibuktikan dari hasil uji t dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,500 > 1,985$. Sedangkan hasil t dari nilai probabilitas signifikan lebih kecil yaitu $0,014 < 0,05$. Sehingga Hipotesis kedua diterima yaitu terdapat pengaruh positif fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Fitur layanan menjadi salah satu faktor minat nasabah untuk menggunakan internet banking. Dimana ketika fitur layanan yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan nasabah maka nasabah akan memilih untuk menggunakan internet banking tersebut dengan manfaat lainnya seperti resiko yang rendah, keamanan bertansaksi serta biaya admin yang rendah.

Hasil deskriptif dari data kuesioner yang berkaitan dengan variabel fitur layanan menunjukkan mayoritas responden memilih setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan fitur layanan yang lengkap, sesuai dengan kebutuhan di era sekarang, keamanan, serta biaya penggunaan yang rendah.

3. Pengaruh Persepsi teknologi Informasi dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi teknologi informasi dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. 96 responden nasabah Bank BRI telah mengisi kuesioner dan telah dilakukan uji. Hasil uji f menunjukkan nilai signifikansi untuk X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,014 < 0,05$ dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $44,196 > 3,943$. Sehingga Hipotesis ketiga diterima terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking secara signifikan dengan nilai presentase sebesar 47,6%.

Dimana ketika persepsi teknologi informasi seseorang baik dan fitur layanan yang terdapat di dalam internet banking lengkap dan sesuai dengan kebutuhan nasabah maka minat nasabah menggunakan internet banking juga akan meningkat. Nasabah akan dengan nyaman menggunakan internet banking untuk seterusnya dan bisa juga merekomendasikan kepada orang lain agar ikut serta menggunakan internet banking, karena puas akan fasilitas bank tersebut.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian dari tahap pengumpulan data, pengolahan data, serta analisis data terkait judul pengaruh persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, sehingga diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi teknologi informasi seseorang maka akan semakin positif minat seseorang terhadap

perkembangan teknologi khususnya dalam teknologi keuangan sangat umum digunakan saat ini yaitu internet banking.

2. Terdapat pengaruh positif fitur layanan terhadap variabel minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa ketika nasabah merasa aman bertransaksi tanpa rasa takut akan resiko yang terjadi, serta tersedianya berbagai macam fitur layanan yang membantu mereka, dan tentunya biaya yang tidak mahal menjadi faktor penting sebagai dampak positif dari penggunaan internet banking.
3. Terdapat pengaruh positif persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

Dimana hasil penelitian menunjukkan nilai koefisiensi korelasi R Square 0,476. Yang artinya variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Y sebesar 46,7% dan sisanya sebesar 53,4% tidak diterangkan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D. P. (2015). Telaah Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekono Insentif Kopwil4*, 9(1), 38–43.
- Amijaya, G. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Internet Banking. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Wynne W. Chin and Peter A. Todd Source: *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2 (Jun., 1995), pp. 237-246
Published by: Management Information Systems Research Center, University of Minnesota
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haag, D. (2000). *Management Information System for The Information*. McGraw-Hill.
- Ismail. (2009). *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*. Jakarta: Kencana.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: And.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muchammad Egi Fadliansyah. (2020). Pengguna Digital Banking BCA Melonjak Signifikan Selama Pandemi Corona. Diakses pada 1 desember 2020,
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.