

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI E-BANKING READINESS PENGGUNA E-BANKING DI JAKARTA

Anthony & Hendro Lukman

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email : susiloanthony24@gmail.com

Abstract: *This research aims to obtain empirical evidence about factors that affecting interest in using E-banking services in Jakarta. This research uses primary data obtained using questionnaire distributed to E-banking users in Jakarta. The population of this research is E-banking users in Jakarta. This research is conducted with a sample of 110 data. Furthermore, data collection techniques used in this research is primary data that is processed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ver 21.0 software. The statistical method used to test the hypothesis is the multiple linear regression method. The results of this research show that factors such as usefulness, ease of use, convenience, and security and privacy has significant effect on interest in using E-banking services.*

Keywords: *E-banking Readiness, Usefulness, Ease of use, Convenience, Security and Privacy*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *E-banking* di Jakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna layanan *E-banking* di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel 110 data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ver 21.0*. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini memperoleh temuan bahwa faktor-faktor seperti kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan keamanan dan privasi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *E-banking*.

Kata Kunci: Kesiapan Penggunaan *E-Banking*, Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Keamanan dan Privasi

Latar Belakang

Perbankan selalu bergantung pada teknologi informasi untuk memperoleh, memproses, dan memberikan layanan kepada pengguna (nasabah). Teknologi informasi mempunyai peran penting dalam pemrosesan informasi, teknologi informasi juga menyediakan cara bagi bank untuk membedakan produk dan layanan yang diberikan. Karena itu, bank memilih untuk menginvestasikan modal pada perkembangan teknologi dan informasi untuk mencapai hasil maksimum dan menarik minat nasabah. Salah satu layanan termuktahir yang ditawarkan oleh bank adalah *electronic banking* atau *E-banking*.

E-banking didefinisikan sebagai otomatisasi produk dan layanan bank langsung kepada pengguna (nasabah) melalui saluran komunikasi elektronik. *E-banking* mencakup kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan *website* milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. *E-banking* mempermudah pihak bank dalam memberikan pelayanan secara cepat tanpa batas waktu atau ruang. *E-*

banking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi.

Kemudahan dan kemuktahiran dari teknologi yang digunakan dan kenyamanan dalam bertransaksi menjadi alasan utama terjadinya kompetisi baru dalam industri perbankan untuk menarik minat preferensi nasabah dalam memilih bank yang digunakan dalam transaksi keuangan sehari-hari. Transaksi *E-banking* dapat dilakukan di mana saja, selama masih ada jaringan layanan data dan dapat diakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time*.

Walaupun layanan *E-banking* dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing bank, namun tingkat resiko impelentasi yang dimiliki juga tinggi. Karena itu, pihak bank harus mengetahui apakah mereka benar-benar siap untuk mengimplementasikan layanan *E-banking*, dan bagaimana mereka bisa memperbaiki bilamana implementasi tidak berhasil. Bank yang ingin menawarkan layanan secara elektronik harus memastikan terlebih dahulu bahwa infrastruktur yang dibutuhkan, tenaga kerja, dan fungsi perbankan sudah tersedia dan berjalan pada efisiensi maksimum sehingga bank tidak perlu menilai kesiapan mereka untuk menawarkan layanan *E-banking* kepada nasabah.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *E-banking readiness* pengguna layanan *E-banking* di Jakarta.

Kajian Teori

E-Banking

Bank dan lembaga keuangan lainnya selalu mencoba memanfaatkan teknologi untuk penggunaan dan komunikasi internal serta menjadi sarana komunikasi eksternal dan transaksi dengan kustomer mereka. Pada awal 1990an, bank mulai menggunakan teknologi komputer untuk menawarkan layanan mereka kepada kustomer yang memiliki komputer pribadi dengan menggunakan *software* intranet bank. Menurut Sharma (2011), "*E-banking is the term that signifies and encompasses the entire sphere of technology initiatives that have taken place in the banking industry*". *E-banking* adalah sarana strategi baru pada sektor perbankan global untuk menarik nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah di bidang pelayanan jasa keuangan.

Menurut Krishna dan Gopal (2012), tantangan utama dalam *E-banking* adalah bagaimana pihak bank memasarkan *E-banking* dan membuat para nasabah bertransformasi dalam menggunakan *E-banking* yang sebelumnya menggunakan channel konvensional (*Branch Delivery*) dalam bertransaksi.

Secara umum, *E-banking* tidak terikat pada waktu atau tempat. Hal tersebut memungkinkan permintaan kustomer terhadap layanan bank yang diberikan juga berubah. *E-banking* memiliki keuntungan dimana kustomer dapat menghindari datang ke bank secara langsung. Dengan demikian, *E-banking* dapat menghemat waktu dan biaya, menyediakan kenyamanan dan aksesibilitas, dan memberikan dampak positif bagi kepuasan kustomer. Kustomer dapat mengelola urusan bank kapanpun dan dapat menikmati privasi yang ditawarkan *E-banking*. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *E-banking* oleh nasabah dapat dibagi menjadi empat dimensi, yaitu: (1) Manfaat yang dirasakan (*usefulness*), (2) Kemudahan penggunaan (*ease of use*), (3) Kenyamanan yang dirasakan (*convenience*), (4) Keamanan dan privasi (*security and privacy*).

Sebelum membahas tentang dimensi pertama yaitu *usefulness*, akan dibahas secara singkat mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 sebagai salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan sebuah teknologi. TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan dan memprediksikan penerimaan pemakai terhadap suatu teknologi. Faktor-faktor utama yang terdapat dalam TAM adalah persepsi kemanfaatan

(*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Lukman, 2019) dan akan digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.

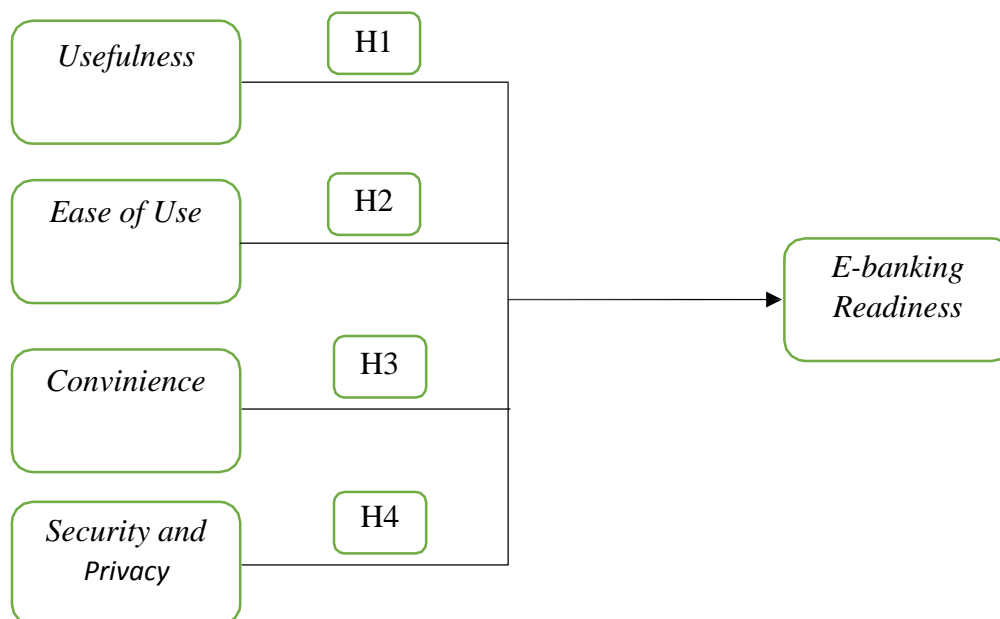
Dimensi pertama (*usefulness*) diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem untuk meningkatkan performa mereka (Davis, 1989 dalam Salhieh *et al.*, 2011). Al-Gahtani (2001) mendefinisikan *usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Sebagai contoh, jika seorang pengguna memiliki keyakinan bahwa suatu aplikasi dapat meningkatkan performa kerjanya, maka aplikasi tersebut dapat dikatakan memiliki manfaat/kegunaan. Ide ini pertama kali diperkenalkan dalam TAM oleh Davis (1989). Bagi nasabah bank, hal ini berarti seberapa besar manfaat yang diterima ketika menggunakan aplikasi/layanan, dan bagaimana hal tersebut dapat berkontribusi bagi performa dan efisiensi seseorang secara menyeluruh.

Dimensi kedua (*Ease of Use*) dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat dimengerti dan dapat dioperasikan dengan mudah (Davis, 1989 dalam Salhieh *et al.*, 2011). Davis (1989) menyebutkan indikator yang digunakan untuk mengukur *ease of use* yaitu mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan. Sebagai contoh, jika layanan *online* susah untuk dimengerti dan dioperasikan, nasabah akan lebih memilih untuk melakukan transaksi secara tradisional. Mahardika dan Basuki (2011) memberikan beberapa indikator untuk mengukur *ease of use* terhadap suatu teknologi informasi seperti *E-banking* yaitu efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilan yang mudah dimengerti, menambah ketrampilan dalam menggunakannya, dan mudah untuk dipelajari.

Dimensi ketiga (*Convenience*) dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat membuat transaksi lebih fleksibel, menghemat waktu, serta dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Nasabah yang tidak memiliki banyak waktu dan sadar akan waktu luang akan semakin menghargai aspek kenyamanan penggunaan layanan *E-banking*. Poon (2007, h. 157) menyatakan indikator *convenience E-banking* yaitu nasabah dapat mengakses *E-banking* kapan saja dan di mana saja, tidak terdapat antrian, dan hemat waktu jika dibandingkan dengan cara tradisional yang kemudian nasabah akan berniat menggunakannya di masa mendatang.

Dimensi keempat (*Security and Privacy*) sudah banyak dimunculkan pada banyak penelitian mengenai perbankan. Dengan meningkatnya jumlah produk dan layanan via internet, nasabah semakin khawatir tentang masalah keamanan dan privasi (Pikkarainen, Karjaluoto & Pahlila, 2004 dalam Salhieh *et al.*, 2011). Banyak nasabah enggan memberikan informasi pribadi melalui telepon atau internet, contohnya adalah informasi kartu kredit. Pada dasarnya, nasabah tidak mau menerima bahwa mereka tidak memiliki kendali penuh atas tindakan mereka sendiri (Pikkarainen *et al.*, 2004). Selain itu, kustomer juga ingin kendali atas jenis data yang dikumpulkan, tujuan pengumpulan data, berapa lama data direkam, serta bagaimana dan untuk tujuan apa data mereka diproses.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *E-banking readiness*.

H2: *Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *E-banking readiness*.

H3: *Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *E-banking readiness*.

H4: *Security and Privacy* berpengaruh signifikan terhadap *E-banking readiness*.

Metodologi

Populasi untuk penelitian ini adalah pengguna layanan *E-banking* di Jakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel dan tidak ada kriteria khusus yang harus dipenuhi. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah *random cluster sampling*. Alasan pemilihan teknik ini adalah sampel yang akan diambil berdasarkan kelompok atau area tertentu, dalam hal ini adalah wilayah Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan *E-banking* di Jakarta. Empat poin skala Likert digunakan dalam kuesioner untuk mengukur tiap variabel dalam penelitian ini, yaitu: 1: Sangat Tidak Setuju (STS), 2: Tidak Setuju (TS), 3: Setuju (S), dan 4: Sangat Setuju (SS).

Kuesioner yang dibagikan kepada responden berjumlah 110 dan data yang akan diolah adalah dari 110 kuesioner yang dibagikan kepada responden. Pemrosesan sampel menggunakan perangkat lunak SPSS 21. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah *E-banking readiness*, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *usefulness*, *ease of use*, *convenience*, dan *security and privacy*.

Sumber data berasal dari data primer berupa kuesioner yang sudah dijelaskan sebelumnya. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 4 poin skala likert. Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Customer Acceptance (X)</i>	<i>Usefulness (X1)</i>	Pemanfaatan layanan bank secara lebih cepat	Interval
		Peningkatan performa dalam memanfaatkan layanan bank	Interval
		Pemanfaatan layanan lebih mudah	Interval
		Peningkatan produktivitas	Interval
		Lebih efektif dalam penggunaan layanan bank	Interval
	<i>Ease of Use (X2)</i>	Penggunaan <i>E-banking</i> mudah untuk dipelajari	Interval
		Mudah untuk mencari apa yang dimau pengguna	Interval
		Penggunaan jelas dan dapat dimengerti	Interval
		<i>E-banking</i> bersifat fleksibel	Interval
	<i>Convenience (X3)</i>	Penggunaan <i>E-banking</i> menghemat waktu	Interval
		Dapat diakses dimana saja dan kapan saja	Interval
		Transaksi lebih mudah dilakukan	Interval
		Dapat mengecek laporan dan detail transaksi secara teratur	Interval
	<i>Security and Privacy (X4)</i>	Penggunaan <i>E-banking</i> membuat aman secara finansial	Interval
		Percaya pada kemampuan <i>E-banking</i> dalam perlindungan privasi	Interval
		Percaya dengan teknologi yang digunakan dalam <i>E-banking</i>	Interval
		Tidak khawatir soal keamanan yang ditawarkan <i>E-banking</i>	Interval
		Mempercayai keamanan <i>E-banking</i> sama seperti bank	Interval
		Permasalahan keamanan tidak mempengaruhi dalam menggunakan <i>E-banking</i>	Interval
<i>E-banking readiness</i>		Yakin penggunaan E-banking akan meningkatkan efektivitas	Hal 1 dari 2

Variabel Penelitian (Y)	Dimensi	Indikator	Skala
		Mengerti proses dalam menggunakan layanan <i>E-banking</i>	Interval
		Dapat melakukan transaksi finansial lebih cepat	Interval
		Mempercayai kemampuan sendiri dalam menggunakan layanan <i>E-banking</i>	Interval
		Percaya layanan <i>E-banking</i> mudah digunakan	Interval
		Percaya layanan <i>E-banking</i> menawarkan fleksibilitas	Interval
		Percaya informasi pribadi terlindungi oleh layanan <i>E-banking</i>	Interval
		Percaya informasi finansial terlindungi oleh layanan <i>E-banking</i>	Interval

Penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dimulai dari uji statistik deskriptif untuk menguji data sampel, kemudian melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (*RSquare*), uji F, dan uji t.

Hasil Uji Statistik

Uji statistik deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data penelitian seperti mean, standar deviasi, minimum, dan maksimum. Hasil statistik deskriptif menunjukkan variabel nilai *usefulness* memiliki nilai *minimum* sebesar 2, nilai *maximum* sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,26, dan nilai *standard deviation* sebesar 0,638. Hasil statistik deskriptif untuk variabel *ease of use* memiliki nilai *minimum* sebesar 2, nilai *maximum* sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,25, dan nilai *standard deviation* sebesar 0,582. Hasil statistik deskriptif untuk variabel *convenience* memiliki nilai *minimum* sebesar 2, nilai *maximum* sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,41, dan nilai *standard deviation* sebesar 0,530. Hasil statistik deskriptif untuk variabel *security and privacy* memiliki nilai *minimum* sebesar 1, nilai *maximum* sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 2,93, dan nilai *standard deviation* sebesar 0,567.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik pada model regresi. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan *One-sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam penelitian ini nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,163. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan data telah berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas memiliki fungsi untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (*independent variable*) dalam suatu model penelitian. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi multikolinieritas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya

masalah multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau VIF < 10, maka variabel tersebut tidak memiliki masalah multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinieritas. Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai *tolerance* diatas 0,1, dan nilai VIF dibawah 10 untuk semua variabel. Dengan demikian model regresi dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dengan mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikansinya $\geq 0,05$, Nilai significant (sig.) pada variabel *usefulness* sebesar 0,059. Nilai significant (sig.) pada variabel *ease of use* sebesar 0,139. Nilai significant (sig.) pada variabel *convenience* sebesar 0,505. Nilai significant (sig.) pada variabel *security and privacy* sebesar 0,219. Dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel independen tidak memiliki masalah heteroskedastisitas dan telah memenuhi uji asumsi regresi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan penelitian secara keseluruhan. Hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$E\text{-banking Readiness} = 0,619 + 0,187 \text{ Usefulness} + 0,629 \text{Ease of Use} + 0,433 \\ \text{Convenience} + 0,452 \text{Security and Privacy} + e$$

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui konstanta sebesar 0,619, artinya jika secara keseluruhan variabel independen pada penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *E-banking readiness* sebesar 0,619 dengan asumsi seluruh variabel independen yaitu *usefulness*, *ease of use*, *convenience*, dan *security and privacy*.

Koefisien *usefulness* sebesar 0,187 artinya jika variabel *usefulness* mengalami peningkatan sebesar satu maka variabel *E-banking readiness* meningkat sebesar 0,187 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien yang bernilai positif memberikan makna bahwa terdapat pengaruh positif antara *usefulness* dengan *E-banking Readiness*. Yahyapour (2008) menambahkan bahwa *usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat.

Koefisien *ease of use* sebesar 0,433 artinya jika variabel *ease of use* mengalami peningkatan sebesar satu maka variabel *E-banking readiness* meningkat sebesar 0,433 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien yang bernilai positif memberikan makna bahwa terdapat pengaruh positif antara *ease of use* dengan *E-banking Readiness*.

Koefisien *convenience* sebesar 0,452 artinya jika variabel *convenience* mengalami peningkatan sebesar satu maka variabel *E-banking readiness* meningkat sebesar 0,452 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien yang bernilai positif memberikan makna bahwa terdapat pengaruh positif antara *convenience* dengan *E-banking Readiness*.

Koefisien *security and privacy* sebesar 0,187 artinya jika variabel *security and privacy* mengalami peningkatan sebesar satu maka variabel *E-banking readiness* meningkat sebesar 0,187 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien yang bernilai positif memberikan makna bahwa terdapat pengaruh positif antara *security and privacy* dengan *E-banking Readiness*.

Dari analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa *usefulness*, *ease of use*, *convenience*, dan *security and privacy* secara simultan berpengaruh positif terhadap *E-banking readiness*.

Uji statistik t dilakukan dengan tujuan untuk menguji signifikansi pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara individual. Uji t dilakukan dengan probabilitas signifikan dan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika probabilitas $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut disajikan tabel hasil uji statistik t:

Tabel 4. 1 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.619	1.535		.403	.688
Usefulness	.187	.094	.142	1.996	.049
1 Ease of Use	.629	.138	.309	4.568	.000
Convenience	.433	.136	.232	3.190	.002
Security and Privacy	.452	.072	.380	6.299	.000

a. Dependent Variable: E-banking Readiness

Dari tabel di atas, dapat dilihat nilai signifikansi tiap dimensi. Pada dimensi *usefulness* nilai signifikansi adalah 0,049. Pada dimensi *ease of use* nilai signifikansi adalah 0. Pada dimensi *convenience* nilai signifikansi adalah 0,002. Terakhir, pada dimensi *security and privacy* nilai signifikansi adalah 0. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *usefulness*, *ease of use*, *convenience*, dan *security and privacy* berpengaruh secara parsial terhadap *E-banking readiness*.

Uji F digunakan untuk menguji layak atau tidaknya model regresi yang digunakan. Pada penelitian ini, uji akan dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini berdasarkan probabilitas signifikan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berikut ini disajikan tabel hasil uji F (Anova) dari penelitian ini:

Tabel 4. 2 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	825.021	4	206.255	69.582	.000 ^b
1 Residual	311.243	105	2.964		
Total	1136.264	109			

a. Dependent Variable: E-banking Readiness

b. Predictors: (Constant), Security and Privacy, Usefulness, Ease of Use, Convenience

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi adalah 0. Dengan begitu dapat disimpulkan *usefulness*, *ease of use*, *convenience*, dan *security and privacy* secara simultan berpengaruh terhadap *E-banking readiness*.

Uji koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah

0 (nol) dan 1 (satu). Nilai RSquare sama dengan 0 (nol) menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen (terikat) tidak ada.

Tabel 4. 3 Hasil Uji R^2

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.716	1.722

a. Predictors: (Constant), Security and Privacy, Usefulness, Ease of Use, Convenience

b. Dependent Variable: E-banking Readiness

Berdasarkan hasil Uji koefisien determinasi (Uji R^2) diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yaitu sebesar 0,716. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel usefulness, ease of use, convenience, dan security and privacy dalam mempengaruhi variabel nilai perusahaan adalah sebesar 71,6% dan sisanya yaitu 28,4% merupakan pengaruh dari variabel-variabel lainnya diluar penelitian ini.

Diskusi

Hasil pengujian statistik dengan uji parsial menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan positif terhadap *E-banking readiness*. Hasil pengujian statistik dengan uji simultan menunjukkan bahwa semua variabel independen penelitian ini berpengaruh signifikan positif terhadap E-banking readiness.

Penutup

Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan E-banking di Jakarta dipengaruhi oleh *usefulness, ease of use, convenience*, dan *security and privacy*.

Keterbatasan dari penelitian ini dikarenakan (1) Penyaluran kuesioner yang terbatas hanya pada wilayah Jakarta dan hanya mengadopsi kategori *Customer's Acceptance* dikarenakan berhubungan dengan Sistem Informasi Akuntansi (SIA), (2) Hasil *output* SPSS uji R^2 menunjukkan adanya variabel-variabel independen lain sebesar 28,4% yang mempengaruhi variabel *E-banking readiness* diluar variabel independen penelitian ini, (3) Penelitian ini menggunakan empat variabel dependen berdasarkan satu kategori saja yaitu *Customer's Acceptance*. Berdasarkan hasil dan keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk melakukan penelitian selanjutnya yaitu (1) Tidak hanya menggunakan kuesioner tetapi juga didukung wawancara atau observasi, (2) Menambah pertanyaan terkait variabel independen pada penelitian ini dan mengecek distribusi data kuesioner untuk setiap butir pertanyaan, (3) Melibatkan variabel-variabel lain di luar variabel independen dalam penelitian ini sehingga akan diperoleh hasil yang lebih optimal.

Daftar Pustaka

- Al-Gahtani, S. (2001). *The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom*. *IRMJ*, 14, 37-46
- Davis, F. (1989). *Perceived usefulness, perceived easy of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13, 40-319
- Krishna, G. S. dan Gopal, S. V. (2012). *A study on e-banking to improve customer base with reference to HDFC bank ltd, Eluru (ap-India)*. *International Journal of Research and Computational Technology*, 4(3)

- Lukman, H. (2019) . The Influence of Website Design toward Purchasing Airline E-Ticket. In Proceedings of the 4th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2018), pages 274-280 DOI: 10.5220/0008439302740280. ISBN: 978-989-758-387-2 Copyright 2019 by SCITEPRESS–Science and Technology Publications, Lda.
- Mahardika, A. W. dan Basuki, R. (2011). *Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation*. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14, (2), 161-174
- Nasri, W, dan Zarai, M. (2014). *Empirical analysis of internet banking adoption in Tunisia*. *Asian Economic and Financial Review*, 4(12), 1812-1825
- Pikkarainen, T., Karjaluoto, H. dan Pahlila, S. (2004). *Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model*. *Internet Research*, 14(3), 224-235
- Poon, W. C. (2007). *Users' adoption of e –banking services: the Malaysian perspective*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(1), 59-69
- Salhie, L., Abu–Doleh Jamal dan Hijazi, N. (2011). *The assessment of e –banking readiness in Jordan*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(4), 325-342
- Sharma, H. (2011). *Bankers' Perspectives on E-Banking and Its Challenges: Evidence from North India*. *The IUP Journal of Bank Management*, 10(4), 61-70
- Yahyapour, N. (2008). *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran*. Tesis (Tidak diterbitkan). Lulea University of Technology, Sweden