

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Fasilitas *Internet Banking* Pada Bank Syariah

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Batu)

Chotimatul Hamidah*, Maslichah, M. Cholid Mawardi*****

chotimatulhamidah12@gmail.com

Univeristas Islam Malang

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of attitudes, subjective norms, perceptions of technology, level of trust, and ease of use on customer interest in using internet banking facilities (Case study customer of Bank Syariah Indonesia Batu City). This type of research is quantitative research. This study took a sample of 100 respondents who are customers of Bank Syariah Indonesia in Batu City. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis using SPSS 25. The results of this study indicate that the independent variable, namely attitude (X1) has a positive and significant effect on interest (Y), subjective norm (X2) has a negative effect on interest (Y), the perception of technology (X3) has a negative effect on interest (Y), the level of trust (X4) has a positive and significant effect on interest (Y), ease of use (X5) has a positive and significant effect on interest (Y). In contrast, the variabel Attitude (X1), Subjektive Norm (X2), Perception of Technology (X3), Level of Trust (X4), and Ease of Use (X5) have a positive and significant effect simultaneously on Interest.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Technology Perception, Trust Level, Ease of use, Interest, Internet Banking

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat sekarang semakin menambah kemudahan dalam berbagai sektor serta dapat memenuhi kebutuhan dalam kehidupan masyarakat di zaman seperti saat ini (Amalia, 2018). Teknologi informasi merupakan contoh teknologi yang mengalami perkembangan pesat. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan dunia menjadi demam internet. Internet sebagai alat yang berguna untuk mencari dan bertukar informasi. Internet

pun sebagai alat untuk transaksi penjualan dan pembelian. (Panggalih dan Baridwan, 2012)

Banyaknya pengguna internet tak bisa dipungkiri sebagai pendorong global usaha buat lebih maju serta berkembang. Salah satu sektor usaha yg berkaitan erat menggunakan perkembangan teknologi info ialah perbankan. Bank artinya badan perjuangan yg menghimpun dana berasal warga pada bentuk simpanan serta menyalurkannya pada rakyat pulang pada bentuk kredit lainnya pada rangka menaikkan tingkat hidup warga . Perbankan tak hanya menjadi forum yang hanya mencari profit, namun jua harus mengedepankan pelayanan yang baik bagi nasabahnya.(Nasution dan Sutisna, 2015)

Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk menawarkan dan memberikan suatu jasa yang berfungsi mendukung kegiatan antara perbankan dengan nasabah. Hal ini karena perbankan dituntut untuk lebih cepat, lebih aman, efisien, dan efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Apalagi saat ini banyak pelaku ekonomi yang tidak memakai uang tunai ketika melakukan transaksi, dan lebih memilih menggunakan layanan perbankan yang modern. (Nasution dan Sutisna, 2015)

Salah satu strategi perbankan dalam memperluas jaringannya, selain membuka kantor-kantor cabang di berbagai tempat yaitu dengan melibatkan teknologi informasi khususnya internet banking. Internet banking ialah suatu layanan jasa perbankan yang dapat digunakan nasabah guna mendapat informasi, berkomunikasi, dan bertransaksi non tunai dengan internet yang dapat diakses melalui handphone, laptop, PC, dll.

Internet banking menyediakan berbagai keuntungan bagi pihak bank dan juga nasabah. Bagi pihak bank, internet banking menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM (Automated Teller Machine). Keuntungan kedua yaitu customer loyalty, dimana nasabah akan lebih leluasa dalam beraktivitas. Ketiga adalah biaya untuk membuka internet banking lebih murah daripada membuka kantor cabang baru. Keuntungan keempat, bank yang mempunyai internet banking akan memiliki keunggulan bersaing daripada bank yang tidak memakai internet banking. Keuntungan kelima, dengan internet banking mungkin untuk adanya pembaruan model bisnis.

Sedangkan untuk nasabah, internet banking semakin memudahkan dan memberikan kecepatan ketika berkegiatan dalam perbankan di manapun dan kapanpun, asalkan ada jaringan internet. Adanya internet banking juga dapat mengurangi kontak fisik antara nasabah dan pegawai bank. Apalagi dengan kondisi pandemi yang mengguncang dunia mulai tahun 2019 ini, masyarakat memang dianjurkan untuk mengurangi interaksi fisik dengan orang lain. Sehingga

dengan adanya layanan internet banking dapat memudahkan segala aktivitas masyarakat.

Dalam Al-Qur'an surat Al-Imron ayat 159 dijelaskan pada mukmin untuk lemah lembut kepada customer. Jika mukmin tidak peduli kepada customernya maka mereka akan menjauh, sehingga target tidak akan tercapai. Hal ini berarti bahwa perhatian terhadap sesama merupakan kewajiban bagi seorang mukmin.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Ali-Imran : 159)

Meskipun ada berbagai keuntungan yang ditawarkan melalui internet banking, namun sistem ini sangat jarang dipakai nasabah. Pemakai internet banking sangat sedikit jika dibandingkan dengan pemakai internet.

Banyak faktor yang menyebabkan nasabah kurang berminat menggunakan internet banking. Lemahnya kepercayaan nasabah terhadap fasilitas online, salah satunya internet banking dikarenakan maraknya kejahatan internet yang biasa disebut cyber crime. Selain itu, sikap dan persepsi nasabah yang menganggap bahwa pengoperasian internet banking itu ribet dan tidak semua orang mengerti cara penggunaannya juga menjadi faktor kurang diminatinya internet banking.

Seiring berjalannya waktu industri perbankan syariah juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perbankan syariah merupakan suatu perbankan yang menjalankan prinsip-prinsip perbankan sesuai dengan syariat agama Islam. Bank-bank syariah juga berperan untuk mengumpulkan dana dari rakyat atau pihak ketiga dengan bentuk simpanan serta menyalurkannya kembali kepada rakyat dengan bentuk pembiayaan. Dalam kegiatannya, bank syariah juga melakukan jasa-jasa lainnya yang mendorong kelancaran suatu transaksi, salah satunya yaitu dengan menggunakan internet banking.

Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari 3 bank syariah, yakni Bank Mandiri Syariah (BSM), Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah. Ketiga bank tersebut melakukan merger (penggabungan) pada tanggal 1 Februari 2021. Merger tersebut dilakukan dengan tujuan agar bank syariah di

Indonesia menjadi bank syariah yang semakin besar dan dapat menjadi top 10 Global Islamic Banking.

Bank Syariah Indonesia (BSI) selain memberikan fasilitas berupa ATM dan layanan mobile banking (BSI Mobile) juga menawarkan layanan internet banking yang disebut dengan BSI Net. BSI Net juga siap melayani nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi finansial maupun non-finansial.

Dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Fasilitas *Internet Banking* pada Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Batu)”**.

Rumusan Masalah

Menurut latar belakang, masalah yang ada dalam penelitian ini yaitu Bagaimana pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan, dan Kemudahan secara Simultan dan Parsial Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Fasilitas *Internet Banking*.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Mengetahui sebab akibat sikap, norma subjektif, persepsi teknologi, tingkat kepercayaan, dan kemudahan secara simultan dan parsial pada minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *Internet Banking*.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan yang dibutuhkan dengan pembahasan yang sejenis, serta dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan perbandingan dalam penelitiannya.
 - b. Bidang Ilmu
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan kajian bagi bidang ilmu perbankan syariah, sistem informasi, dan juga pemasaran syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bank Syariah Indonesia

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan menentukan kebijakan yang sebaiknya di ambil di masa yang akan datang untuk meningkatkan kinerja bank dan dapat dijadikan sebagai bahan info tentang beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.

KERANGKA HIPOTESIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yaitu suatu model yang dibuat guna mengetahui beberapa faktor yang mensugesi penerimaan di suatu teknologi pada organisasi. TAM menyatakan suatu korelasi dampak antara keyakinan dan tindakan, tujuan, dan pemakaian aktual dari pemakai sistem informasi. (Jamidah, 2016)

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Menurut Ajzen (2005) *Theory of Planned Behaviour* merupakan persepsi seseorang dalam mengorganisasi tindakan yang dilakukan. *Theory of Planned Behaviour* bertujuan guna mengetahui dan mengira-ngira perbuatan seseorang menurut tindakan.

Sikap

Menurut Jahja (2016:67) sikap merupakan kesiapan atas munculnya suatu tindakan. Sikap menjadi penentu tindakan manusia dan menjadi respon yang selalu berhubungan dengan “like” atau “dislike” (suka atau tidak suka, senang atau tidak senang). Reaksi yang dimunculkan setiap orang terhadap suatu hal akan berbeda tergantung pada adanya faktor perbedaan dalam setiap individu.

Norma Subjektif

Menurut Binalay et al. (2016) norma subjektif merupakan kecenderungan seseorang terhadap kepercayaan dari lingkungan yang terkait dengan perilaku tertentu dari individu.

Persepsi Teknologi

Menurut Aryandi (2015) persepsi teknologi informasi ialah suatu tingkat dimana penggunaan suatu teknologi informasi akan memberikan manfaat bagi seseorang yang menggunakannya dalam meningkatkan kinerja.

Tingkat Kepercayaan

Menurut Pavlou (2002) kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap orang lain yang akan melakukan suatu transaksi dengan harapan bahwa orang lain tersebut tidak akan melakukan tindakan yang merugikan di tengah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Kemudahan

Menurut Maharsi (2007) kemudahan ialah suatu tingkatan seseorang percaya bahwa dalam memakai sebuah teknologi tidak dibutuhkan suatu usaha (*free of effort*).

Minat

Menurut Jahja (2011:63) minat merupakan suatu dorongan yang mengikat perhatian seseorang terhadap sesuatu. Minat memiliki hubungan dengan sesuatu yang memberikan keuntungan dan memberikan kepuasan.

Internet Banking

Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/18/DPNP/2004, *internet banking* ialah suatu layanan jasa perbankan yang digunakan nasabah untuk memperoleh informasi, berkomunikasi serta bertransaksi perbankan melalui internet. MenurutTjini dan Baridwan (2013) *internet banking* merupakan sistem yang digunakan nasabah bank, untuk mengakses rekenig, bertransaksi bisnis atau memperoleh informasi produk serta jasa bank dengan menggunakan internet.

Penelitian Terdahulu

Adityasto dan Baridwan (2012) melakukan penelitian dengan judul Minat Perilaku dalam Pengadopsian *Internet banking: Theory Decomposed of TPB*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku persepsian. Sikap ditentukan oleh keuntungan relatif, kecocokan dan kompleksitas. Norma subyektif ditentukan oleh pengaruh normatif. Kontrol perilaku persepsian ditentukan oleh keberhasilan dan kondisi dari fasilitas.

Aryandi (2015) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Teknologi Infomasi, Kemudahan Penggunaan, Resiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile banking* (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.

Rithmaya (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan *Internet banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap penggunaan, risiko, dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang penggunaan *internet banking*.

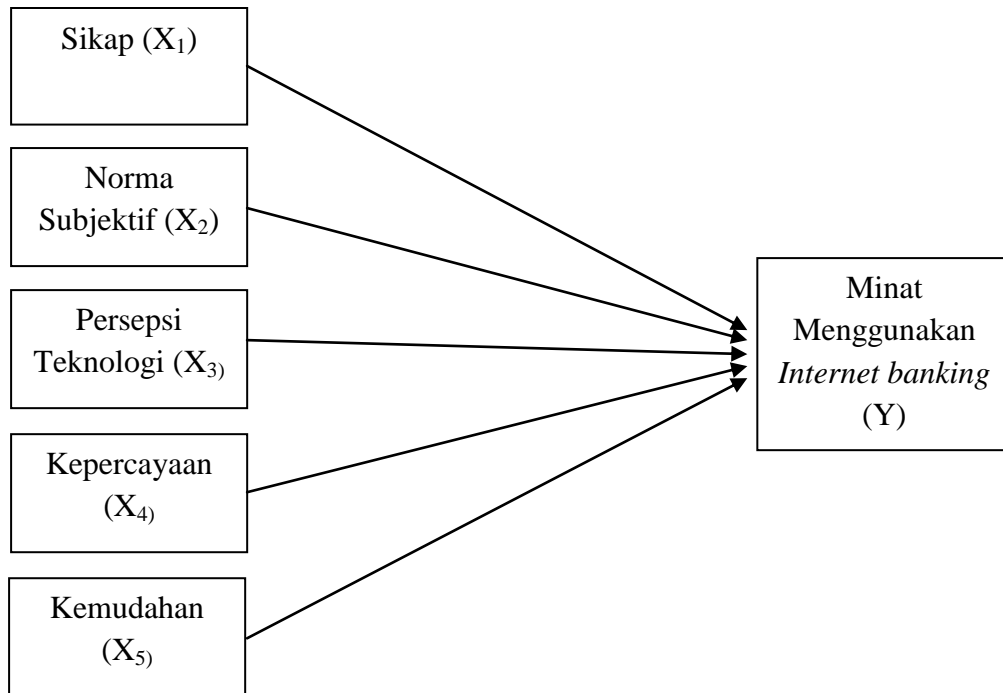
Setiawan (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet banking* dengan Persepsi Manfaat (*Use Usefulness*) Sebagai Variabel Interfening (Studi kasus: BRI Syariah KC Semarang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Tandireung dan Zulfikar (2018) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cab. Samarinda. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variable kemudahan penggunaan, kenyamanan, kepercayaan, keamanan dan integritas nasabah secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Kerangka Konseptual

Gambar 1: Kerangka Konseptual



Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan tinjauan teori, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Sikap, norma subjektif, persepsi teknologi, tingkat kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah

H1a: Sikap berpengaruh terhadap minat nasaba dalam menggunakna fasilitas *internet banking* pada bank syariah

H1b: Norma subjektif berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah

H1c: Persepsi teknologi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah

H1d: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah

H1e: Kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian korelasional. Tempat penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2021 hingga selesai.

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda yang dikerjakan menggunakan bantuan program pengerjaan data statistik yaitu SPSS (*Statistic Program for Social Science*).

Adapun model regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y	: Minat menggunakan <i>internet banking</i>
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅	: Koefisien Regresi
X ₁	: Sikap
X ₂	: Norma Subjektif
X ₃	: Persepsi Teknologi
X ₄	: Tingkat Kepercayaan
X ₅	: Kemudahan
e	: Standar <i>Error</i>

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Total Corelation	r Tabel	Keterangan
Minat Penggunaan Internet Banking	Y1	0,717	0,1946	Valid
	Y2	0,758	0,1946	Valid
	Y3	0,717	0,1946	Valid
	Y4	0,644	0,1946	Valid
	Y5	0,791	0,1946	Valid
Sikap	X1.1	0,710	0,1946	Valid
	X1.2	0,764	0,1946	Valid
	X1.3	0,714	0,1946	Valid
	X1.4	0,746	0,1946	Valid
	X1.5	0,562	0,1946	Valid
Norma Subjektif	X2.1	0,535	0,1946	Valid
	X2.2	0,624	0,1946	Valid
	X2.3	0,685	0,1946	Valid
	X2.4	0,725	0,1946	Valid
Persepsi Teknologi	X3.1	0,878	0,1946	Valid
	X3.2	0,839	0,1946	Valid
	X3.3	0,889	0,1946	Valid
	X3.4	0,723	0,1946	Valid
Tingkat Kepercayaan	X4.1	0,743	0,1946	Valid
	X4.2	0,682	0,1946	Valid
	X4.3	0,776	0,1946	Valid
	X4.4	0,756	0,1946	Valid
Kemudahan	X5.1	0,856	0,1946	Valid
	X5.2	0,873	0,1946	Valid
	X5.3	0,818	0,1946	Valid
	X5.4	0,734	0,1946	Valid

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Menurut hasil uji validitas data dalam tabel 1 menunjukkan:

1. Variabel Sikap (X₁) terdapat 5 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai r hitung yang paling rendah 0,562 dan paling tinggi 0,764. Nilai r hitung dari terendah sampai tertinggi \geq r tabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Sikap valid.
2. Variabel Norma Subjektif (X₂) terdapat 4 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai r hitung paling rendah 0,535 dan paling tinggi 0,725. Nilai r hitung paling rendah sampai r hitung paling tinggi \geq r tabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Norma Subjektif valid.
3. Variabel Persepsi Teknologi (X₃) terdapat 4 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai r hitung paling rendah 0,723 dan paling tinggi 0,889. Nilai r hitung paling rendah sampai paling tinggi \geq r tabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Persepsi Teknologi valid.

4. Variabel Tingkat Kepercayaan (X4) terdapat 4 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai rhitung paling rendah 0,682 dan paling tinggi 0,776. Nilai rhitung paling rendah sampai paling tinggi \geq rtabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Tingkat Kepercayaan valid.
5. Variabel Kemudahan (X5) terdapat 4 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai rhitung paling rendah 0,734 dan paling tinggi 0,873. Nilai rhitung paling rendah sampai paling tinggi \geq rtabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Kemudahan valid.
6. Variabel Minat Penggunaan *Internet Banking* (Y) terdapat 5 item pernyataan dan pertanyaan dengan nilai rhitung paling rendah 0,644 dan paling tinggi 0,791. Nilai rhitung paling rendah sampai paling tinggi \geq rtabel (0,1946) maka bisa ditarik kesimpulan untuk instrumen pengukuran pada variabel Minat Penggunaan *Internet Banking* valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1	(Y) Minat Penggunaan Internet Banking	0,768	Reliabel
2	(X1) Sikap	0,725	Reliabel
3	(X2) Norma Subjektif	0,747	Reliabel
4	(X3) Persepsi Teknologi	0,849	Reliabel
5	(X3) Tingkat Kepercayaan	0,724	Reliabel
6	(X3) Kemudahan	0,835	Reliabel

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Menurut hasil uji reliabilitas dalam tabel 2 menyakaan bahwa: nilai *Cronbach alpha* pada variabel sikap (X1) 0,725, variabel norma subjektif (X2) 0,747, variabel Persepsi teknologi (X3) 0,849, variabel tingkat kepercayaan (X4) 0,724, variabel kemudahan (X5) 0,835, variabel minat penggunaan internet banking (Y) 0,768. Maka, kesimpulan dari pernyataan pada kuesioner penelitian ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,60 yang terdapat dalam setiap variabel.

Uji Normalitas

Tabel.3 Hasil Uji Normalitas

	X1	X2	X3	X4	X5	Y
N	100	100	100	100	100	100
Normal Parameters (a,b)						
Mean	20,37	16,40	17,35	15,98	17,15	20,72
Std. Deviation	2,299	1,651	1,766	1,627	1,772	1,975
Most Extreme Differences						
Absolute	,110	,135	,118	,125	,134	,112
Positive	,110	,135	,082	,108	,097	,063
Negative	-,064	-,094	-,118	-,125	-,134	-,112
Kolmogorov-Smirnov Z	1,104	1,351	1,225	1,288	1,296	1,160
Asymp. Sig. (2-tailed)	,174	,052	,099	,072	,070	,136

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,547	1,827	Bebas Multikolenieritas
X2	0,244	4,094	Bebas Multikolenieritas
X3	0,177	5,651	Bebas Multikolenieritas
X4	0,684	1,461	Bebas Multikolenieritas
X5	0,337	2,964	Bebas Multikolenieritas

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Menurut hasil dari uji multikolenieritas data dalam tabel 4 menunjukkan:

1. Variabel Sikap (X1) mempunyai nilai *tolerance* 0,547 dengan VIF 1,827.
2. Variabel Norma Subjektif (X2) mempunyai nilai *tolerance* 0,244 dengan VIF 4,094.
3. Variabel Persepsi Teknologi (X3) mempunyai nilai *tolerance* 0,177 dengan VIF 5,651.
4. Variabel Tingkat Kepercayaan (X4) mempunyai nilai *tolerance* 0,684 dengan VIF 1,461.
5. Variabel Kemudahan (X5) mempunyai nilai *tolerance* 0,337 dengan VIF 2,964.

Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independen penelitian ini mempunyai nilai $VIF \leq 10$ dengan *tolerance* $\geq 0,10$. Maka tak ada permasalahan dari kelima variabel bebas.

Uji Heterokedasititas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedasititas Coefficients^a

Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	0.294	0.751		0.391	0.696
	Sikap	-0.053	0.037	-0.193	-1.436	0.154
	Norma Subjektif	0.043	0.077	0.111	0.552	0.583
	Persepsi Teknologi	0.035	0.085	0.096	0.408	0.684
	Tingkat Kepercayaan	-0.051	0.047	-0.131	-1.091	0.278
	Kemudahan	0.067	0.061	0.186	1.089	0.279

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Oleh karena signifikansi masing-masing variabel $> 0,05$ maka bisa diambil kesimpulan yaitu tidak terjadi heterokedasitas dalam model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model				Standardized	t	Sig.
				Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1,278	1,359		0,941	0,349
	Sikap	0,212	0,064	0,247	3,336	0,001
	Norma Subjektif	0,118	0,124	0,098	0,950	0,345
	Persepsi Teknologi	0,064	0,128	0,052	0,496	0,621
	Tingkat Kepercayaan	0,245	0,081	0,202	3,023	0,003
	Kemudahan	0,475	0,099	0,426	4,791	0,000

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 6 bisa dijadikan rumus persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 1,278 + 0,2192X_1 + 0,118X_2 + 0,064X_3 + 0,245X_4 + 0,475X_5 + e$$

$$(Sig\ 0,001) (Sig\ 0,345) (Sig\ 0,621) (Sig\ 0,003) (Sig\ 0,000) + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan *Internet Banking*

a = Nilai *intercept* atau *constant*

b1 = Koefisien Regresi

b2 = Koefisien Regresi

b3 = Koefisien Regresi

b4 = Koefisien Regresi

b5 = Koefisien Regresi

X1 = Sikap

X2 = Norma Subjektif

X3 = Persepsi Teknologi

X4 = Tingkat Kepercayaan

X5 = Kemudahan

e = Error

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig. ^b
1	Regression	275,771	5	55,154	46,965	,000 ^b
	Residual	110,389	94	1,174		
	Total	386,160	99			

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Berdasarkan pada tabel 7 diketahui nilai F sebesar 46,965 dan nilai signifikan $F_{0,000^b} < 0,05$ maka H1 diterima dan H0 ditolak berarti Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan dan Kemudahan Berpengaruh secara simultan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Kota Batu.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845 ^a	0,714	0,699	1,08368

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Menurut hasil uji R^2 pada tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* 0,699 atau 69,9% artinya 69,9% penggunaan internet banking BSI Kota Batu dipengaruhi oleh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan dan Kemudahan, sedangkan 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Parsial t

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model				Standardize d Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	1,278	1,359		0,941	0,349
	Sikap	0,212	0,064	0,247	3,336	0,001
	Norma Subjektif	0,118	0,124	0,098	0,950	0,345
	Persepsi Teknologi	0,064	0,128	0,052	0,496	0,621
	Tingkat Kepercayaa n	0,245	0,081	0,202	3,023	0,003
	Kemudahan	0,475	0,099	0,426	4,791	0,000

Sumber: Data Primer olahan SPSS 2021

Berdasarkan pada tabel 9 dapat di analisis sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

Sikap (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,336 dengan signifikansi t $0,001 < 0,05$.

Maka H1a diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti bahwa Sikap (X1) berpengaruh positif dan signifikan pada Minat Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Dalam penggunaan Internet Banking seorang nasabah akan menggunakan layanan tersebut jika nasabah merasa bahwa Internet banking memberikan banyak manfaat, sehingga nasabah akan merasa senang dalam penggunaannya. Selain itu, di masa-masa seperti sekarang ini tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat telah hidup di era gaya hidup yang modern. Oleh karena itu, setiap perubahan-perubahan dalam bidang teknologi yang sifatnya memudahkan kehidupan akan cepat diterima oleh masyarakat luas.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rithmaya (2016) yang menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh signifikan pada minat ulang menggunakan Internet banking.

2. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Miat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

Norma Subjektif (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 0,950 dengan nilai signifikansi t sebesar $0,345 > 0,05$.

Maka H0 diterima dan H1b ditolak. Hal ini berarti Norma Subjektif (X2) tidak memiliki pengaruh pada Minat Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Hal ini menyatakan jika dalam pemakaian Internet Banking, faktor utama bagi masyarakat adalah rasa kepercayaan dan kemudahan. Seorang nasabah akan tergiur dengan ajakan dari kerabat atau juga petugas bank untuk menggunakan suatu layanan perbankan apabila nasabah tersebut sudah percaya dengan keamanan yang dijamin oleh layanan tersebut.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Adityasto dan baridwan (2012) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh pada minat menggunakan Internet Banking.

3. Pengaruh Persepsi Teknologi Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

Persepsi Teknologi (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 0,496 dengan signifikansi t sebesar $0,621 > 0,05$.

Maka H0 diterima dan H1c ditolak. Hal ini berarti Persepsi Teknologi (X3) tidak memiliki pengaruh pada Minat Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Dalam penggunaan Internet Banking seorang nasabah akan menggunakan layanan tersebut jika nasabah telah memiliki kepercayaan pada layanan Internet Banking bahwa layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan transaksi sebagai nasabah. Jadi, pada penelitian ini variabel persepsi teknologi tidak berpengaruh terhadap penggunaan Internet Banking.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryandi (2015) yang menunjukkan bahwa secara parsial persepsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan mobile banking.

4. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

Tingkat Kepercayaan (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 3,023 dengan signifikansi t sebesar $0,003 < 0,05$.

Maka H1d diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti Tingkat kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan pada Minat Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Hal ini menyatakan bahwa apabila rasa kepercayaan seorang nasabah meningkat terhadap layanan Internet Banking maka kemungkinan akan terjadi peningkatan pada penggunaan Internet Banking. Faktor tingkat kepercayaan sangat mempengaruhi seorang nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan pada Internet Banking sangatlah

penting dan itu dapat meningkatkan keyakinan nasabah akan kerahasiaannya yang dapat terjaga serta mampu mempertahankan kepercayaan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tandireung dan Zulfikar (2018) yang menyatakan secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan Internet Banking pada PT Bank Rakyat Indonesia Cab. Samarinda.

5. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Kota Batu.

Kemudahan (X5) memiliki nilai t hitung sebesar 4,791 dengan signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$.

Jadi H1e diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti Kemudahan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Indonesia Kota Batu. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini cara penggunaan Internet Banking mudah dimengerti dan fleksibel atau dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Setiap orang akan berminat memakai suatu sistem apabila sistem tersebut dapat memberi banyak manfaat dan tidak memberatkan penggunaannya.

Hasil penelitian ini konsisten pada penelitian yang telah dilakukan oleh Setiawan (2018) yang menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan Internet Banking pada BRI Syariah KC Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Teknologi, Tingkat Kepercayaan, dan Kemudahan secara simultan berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.
2. Sikap secara parsial berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.
3. Norma Subjektif secara parsial tidak berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.
4. Persepsi Teknologi secara parsial tidak berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.
5. Tingkat Kepercayaan secara parsial berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.
6. Kemudahan secara parsial berpengaruh pada minat memakai Internet Banking pada Bank Syariah Kota Batu.

Keterbatasan

1. Penelitian ini memakai sampel yang hanya ditujukan bagi nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Batu.
2. Penelitian ini memakai metode pengumpulan data dengan kuesioner yang memungkinkan responden mengisi dengan terburu-buru dan terkadang menyebabkan jawaban yang ada tidak menampilkan hasil yang sebenarnya.
3. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan internet banking pada penelitian ini ada 5 variabel antara lain sikap, norma subjektif, persepsi teknologi, tingkat kepercayaan, dan kemudahan. Sedangkan jika mengacu nilai Adjust R Square yaitu 69,9% berarti masih banyak penyebab lain yang mempengaruhi minat penggunaan internet banking.

Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah jumlah sampel dan juga memperluas wilayah penelitian, tidak hanya di wilayah Kota Batu.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah metode pengumpulan data misalnya wawancara supaya memperoleh hasil yang objektif.
3. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang mempengaruhi minat yaitu sikap, norma subjektif, persepsi teknologi, tingkat kepercayaan dan kemudahan. Diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa menambah variabel lain yang berhubungan dengan minat penggunaan internet banking. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel seperti keamanan, risiko, serta manfaat, sehingga memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang dapat berpengaruh pada minat nasabah dalam memakai internet banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, Riski. 2015. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile banking* (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo)". Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Ayrani, Muftafida Higya. 2015. "Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet banking*: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model* (Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA di Surakarta)". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Binalay, Andrew Gustnest, Silvya L. Mandey dan Christoffel M. O. Mintardjo. 2016. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado". Jurnal Emba. Vol. 4, No. 1
- Kompas.com (2021)
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>. (diakses pada 15 Mei 2021)
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi perkembangan*. Jakarta:Prenadamedia Group
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi. 2007. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)". Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 9, No. 1
- Marwanto, Andi. 2018. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile banking (M-Banking)*: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Nasution, Mislal Hayati dan Sutisna. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet banking*". Jurnal Nisbah. Vol. 1, No. 1
- Panggalih, Restu Guriting dan Zaki Baridwan. 2012. "Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet banking*: Pendekatan *Modified Theory of Planned Behavior*". Universitas Brawijaya
- Website resmi Bank Syariah Indonesia (2021).
<https://bsinet.bankbsi.co.id/cms/index.php>
- Website resmi Bank Syariah Indonesia (2021).
https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html