

## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini membahas tentang data dan hasil penelitian. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang telah digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau gagal ditolak.

Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu bagian pertama, yaitu hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang disiapkan dianalisis. Kedua, deskripsi responden yang menjadi target penelitian. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan uji reliabilitas serta pengujian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, adalah dengan menggunakan kuisioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive sampling*. Dalam hal ini sebagai subjek responden adalah para mahasiswa FE, FIAI, dan FTI UII. Hasil pengumpulan data berupa kuisioner yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut :

Jumlah kuisioner yang disebarkan ke responden sebanyak 160 (100%). Dari 160 kuisioner yang disebarkan tersebut, 156 (97,5%) diantaranya telah

diisi oleh responden dan dikembalikan kepada penulis, sedangkan sisanya sebanyak 4 (2,5%) tidak dikembalikan kepada penulis. Dari 156 kuisioner yang kembali yang pengisiannya tidak lengkap sebanyak 6 (3,7%) sehingga kuisioner yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 150 (93,7%).

## 4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, bank yang digunakan responden, pendapatan.

### 4.2.1 Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2  
Karakteristik Berdasarkan  
Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
<20	52	34,6%
21-25	98	65,3%
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UII yang menggunakan *internet banking* paling banyak adalah usia 21- - 25 karena di usia tersebut tingkat melek teknologi lebih relatif meningkat sehingga diusia 21 – 25 tahun mahasiswa UII lebih relatif banyak yang menggunakan *internet banking*.

#### 4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Karakteristik Berdasarkan Responden  
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	79	52,6 %
Perempuan	71	47,3 %
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UII yang menggunakan *internet banking* paling banyak adalah Laki– Laki. Dikarenakan laki – laki lebih memilih yang instan, cepat dan mudah. Sehingga tidak perlu ke bank mempermudah mahasiswa UII untuk melakukan transaksi.

#### 4.2.3 Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan merupakan rata – rata uang saku mahasiswa UII per bulan. Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan pendapatan per bulan pada 150 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel 4.4  
Karakteristik Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 559.000,00	15	10 %
Rp. 600.000,00 – Rp.1.000.000,00	98	65,3 %
> Rp1.000.000,00	37	24,6 %
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, sebanyak 98 responden atau 65,3 % adalah responden dengan pendapatan Rp. 600.000,00 – Rp 1.000.000, yang paling banyak dikarena mahasiswa yang pendapatan tersebut transaksi penggunaan lebih banyak seperti membayar pembelian online, pengisian pulsa dan lain – lainnya.

#### 4.2.4 Penggunaan *Internet Banking* Per Bulan

Pengumpulan data melalui kuisoner berdasarkan rata – rata mahasiswa menggunakan *internet banking* per bulan sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Karakteristik Penggunaan  
*Internet Banking* Per Bulan

Lama menggunakan IB	Jumlah	Persentase (%)
< 3 Kali	30	20 %
4 – 6 Kali	99	66 %
7- 10 Kali	15	10 %
> 10 Kali	6	4 %
TOTAL	150	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 150 responden ternyata sebanyak 99 responden atau 66 % adalah responden yang menggunakan *internet banking* sebanyak 4 – 6 kali dalam sebulan. Dikarena mahasiswa

menggunakan untuk melakukan transaksi seperti mengecek saldo, transfer uang, dan lain - lain.

#### 4.2.5 Berdasarkan Bank Yang Digunakan

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan bank yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6  
Karakteristik Berdasarkan  
Bank Yang Digunakan

Jenis Bank	Jumlah	Persentase (%)
Mandiri Syaiah	66	44%
BNI Syariah	42	28%
BRI Syariah	25	16,6%
Muamalat	17	11,3%
Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah paling banyak. Dikarena jarak BMS dan BNI Syariah yang paling terjangkau oleh mahasiswa UII sehingga lebih banyak yang menggunakan BMS dan BNI Syariah, sedangkan BRI Syaiah dan muamalat paling sedikit dikarena jarak bank yang tidak mudah dijangkau oleh mahasiswa UII.

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat validitas atau kesahihan suatu instrumen. Pada penelitian ini alat uji menggunakan SPSS 23,00. Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan rumus *Korelasi item–total* yaitu konsistensi antar

skor item dengan skor secara keseluruhan yang dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi antara setiap item dengan skor keseluruhan. Pertanyaan valid adalah yang mempunyai Corrected Item-Total Correlation nilai  $r$  table  $<r$  hitung atau  $r$  hitung  $> r$  table.

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	211,1500	589,757	,525	,731
M2	211,1000	591,583	,544	,732
M3	211,3500	596,096	,428	,734
M4	211,4333	599,233	,356	,736
M5	211,3667	593,253	,564	,733
PB1	210,9833	591,542	,615	,732
PB2	211,3667	602,440	,264	,738
PB3	211,2000	597,180	,396	,735
PB4	211,2000	594,027	,481	,733
PB5	211,1667	593,226	,522	,733
MS1	211,2167	589,156	,581	,731
MS2	210,8500	596,604	,492	,734
MS3	211,4167	596,451	,435	,734
MS4	211,7833	595,732	,416	,734
PKP1	210,9167	594,857	,474	,734
PKPK2	211,1000	591,583	,544	,732
PKP3	210,8833	590,478	,572	,731
PKP4	210,8500	596,604	,492	,734
PKP5	210,9500	595,404	,458	,734
K1	211,2667	598,809	,326	,736
K2	211,1500	589,757	,525	,731
K3	211,2000	595,451	,447	,734
K4	211,2833	596,342	,431	,734
PKS1	211,2167	589,156	,581	,731
PKS2	211,2833	580,884	,714	,727
PKS3	211,1500	593,147	,516	,733
PKS4	211,2500	592,564	,518	,732
PKS5	211,3333	597,887	,408	,735
TOTAL	107,5167	153,779	1,000	,895

Seperti dikemukakan diatas di dapatkan nilai valid dari table *Item-Total Statistics* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dimana setiap nilai pada kolom ini dibandingkan dengan nilai r pada tabel r dengan derajat bebas n-2 dimana jumlah responden sejumlah 60, sehingga nilai yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel r dengan derajat bebas 58 dan diperoleh nilai 0,2542. Yang dibandingkan adalah nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Semua pertanyaan valid karena mempunyai *Corrected Item-Total Correlation* di atas nilai r tabel < r hitung atau r hitung > r tabel.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Penelitian melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach's alpha*. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 4.7  
Uji Realibilitas

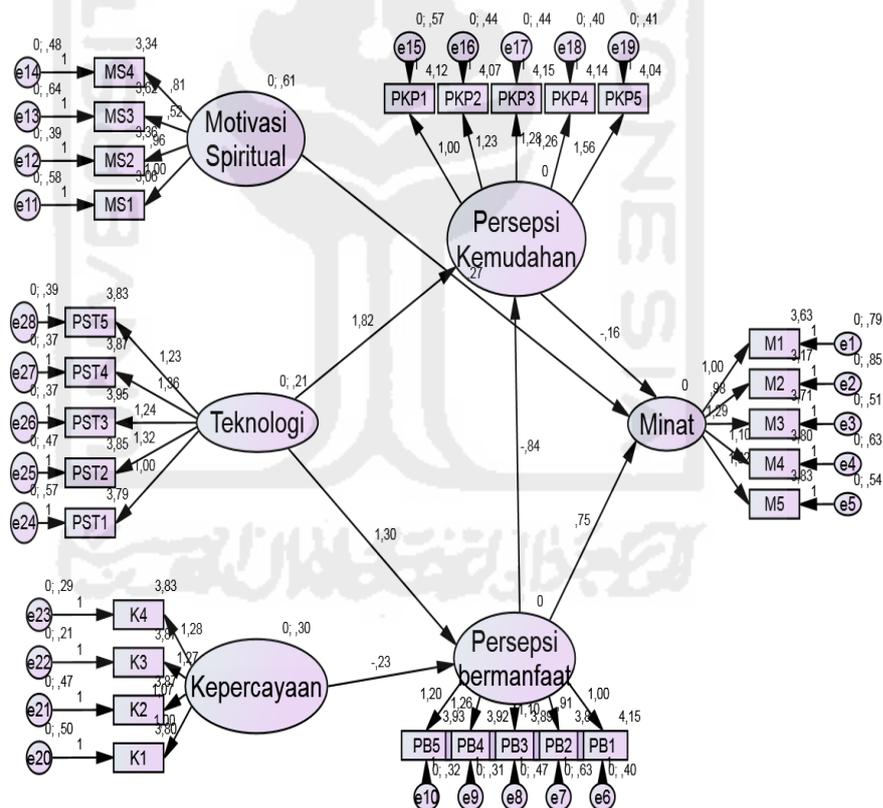
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	29

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing – masing variabel penelitian

dapat diandalkan atau reliable karena memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,741.

#### 4.4. Uji Kebaikan Model

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*goodness of fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (pengukuran tambah indeks). Uji kebaikan model ini menggunakan software Amos versi 23,00. Berikut ini gambar *goodness Of Fit Index* yang dihasilkan setelah pengujian :



Gambar 2.2

Uji Kebaikan Model

Berikut ini hasil *Goodness of Fit Index* sebagai berikut:

Tabel 4.8

*Goodness Of Fit Index*

<b><i>Goodness Of Fit Index</i></b>	<b>Hasil</b>	<b><i>Cut Off Value</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
<b><i>Absolute Fit Measured</i></b>			
<i>Likelihood Chi Square</i>	912,6	>0,05	SangatBuruk
Probability	0,000	>0,05	Buruk
CMIN/DF	2,637	< 2	Sangat buruk
RMSEA	0,104	<0,05	Buruk
<b><i>Incremental Fit Measured</i></b>			
TLI	0,678	>0,90	SangatBuruk
NFI	0,604	>0,90	SangatBuruk
<b><i>Parsimonious Fit Measured</i></b>			
PNFI	0,553	> 90	SangatBuruk

Dari hasil pengukuran *Goodness of Fit Index* di atas, dapat disimpulkan bahwa besarnya *Absolut Fit Measured* yang diukur dengan *likelihood chi square*, probability, CMIN/DF dan RMSEA diperoleh nilai yang tidak memenuhi kriteria (*cut off value*). Besarnya *Incremental Fit Measured* yang diukur menggunakan TLI, dan NFI juga diperoleh nilai yang tidak memenuhi kriteria (*cut off value*) yang diharapkan. Begitu pula dengan nilai *Parsimonious Fit Measured* yang diukur dengan menggunakan PNFI, nilainya tidak memenuhi kriteria (*cut off value*).

Dari keterangan tersebut, menunjukkan bahwa secara keseluruhan model dapat dinyatakan tidak fit.

## 4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS versi 23. Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model dan *standardized regression weight* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9  
Regression Weights:  
(Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_bermanfaat	<--	Teknologi	1,2950953	,2167104	5,9761558	***	par_25
Persepsi_bermanfaat	<--	Kepercayaan	-,2330803	,0680673	-3,4242630	***	par_27
Persepsi_Kemudahan	<--	Teknologi	1,8208263	,6049428	3,0099148	,0026132	par_24
Persepsi_Kemudahan	<--	Persepsi_bermanfaat	-,8403758	,3768652	-2,2299107	,0257534	par_28
Minat	<--	Persepsi_bermanfaat	,7501980	,1735941	4,3215646	***	par_23
Minat	<--	Persepsi_Kemudahan	-,1626404	,1997499	-,8142201	,4155189	par_26
Minat	<--	Motivasi_Spiritual	,2730893	,0643241	4,2455206	***	par_29

### 4.5.1 Pengujian H1

H1 : Motivasi spiritual berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO1 : Motivasi spiritual tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HA1 : Motivasi spiritual mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 1 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh motivasi spiritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,273 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel motivasi spiritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang merepresentasikan hubungan positif motivasi spiritual dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi spiritual yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Anita (2012) yang membuktikan bahwa motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet*

*banking* karena tingkat motivasi spiritual dilatarbelakangi adanya ilmu agama.

#### 4.5.2 Pengujian Pengujian H2

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO2 : Persepsi manfaat tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*

HA2 : Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 2 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,750 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang merepresentasikan hubungan positif persepsi manfaat dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan

*internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja.

#### 4.5.3 Pengujian H3

H3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

HO3 : Kepercayaan tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

HA3 : Kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 3 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh kepercayaan terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = -0,233 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel kepercayaan terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang merepresentasikan hubungan positif variabel kepercayaan dengan persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan internet banking karena tingkat kepercayaan menggunakan internet banking itu banyak. Seperti dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya.

#### 4.5.4 Pengujian 4

H4 : Persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

HO4 : Persepsi sistem teknologi informasi tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

HA4 : Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 4 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,002, dengan kata lain nilai probabilitas ( $P$ ) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan

penggunaan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 1,820, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan. Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya sistem teknologi informasi *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa sistem tersebut memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Almunataha (2008) yang membuktikan variabel teknologi mengakses *internet banking* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan penggunaan *internet banking*.

#### 4.5.5 Pengujian 5

H5 : Persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

HO5 : Persepsi sistem teknologi informasi tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

HA5 : Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan

positif terhadap persepsimanfaat.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 5 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 1,295 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yang merepresentasikan hubungan positif variabel persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi tingkat sistem teknologi informasi internet banking yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan internet banking, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan internet banking, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel sistem teknologi informasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Artinya semakin nasabah mengikuti perkembangan teknologi *internet banking*, nasabah semakin merasakan manfaat dari *internet banking*, begitu pun sebaliknya.

#### 4.5.6 Pengujian 6

H6 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO6 : Persepsi kemudahan penggunaan tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HA6 : Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 6 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,415 , dengan kata lain nilai probabilitas (P) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (standardized regression weight estimate) = - 0,162, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *internet banking* adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa kemudahan tersebut memberi minat mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel persepsi kemudahan

penggunaan dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Amanah (2014) yang membuktikan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

#### 4.5.7 Pengujian 7

H7 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan

HO7 : Persepsi manfaat tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan

HA7 : Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Uji signifikansi terhadap hipotesis 7 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,025 , dengan kata lain nilai probabilitas (P) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (standardized regression weight estimate) = -0,840, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan penggunaan adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan. Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan

bahwa bermanfaat dalam memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa pada saat menggunakan *internet banking*.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Almontaha (2008) yang membuktikan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan penggunaan *internet banking*.

Tabel 4.10  
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1 : <i>Motivasi spritual</i> mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Terbukti
H2 :Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Terbukti
H3 :Kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaaat	Terbukti
H4: Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan	Tidak terbukti
H5 :Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat	Terbukti
H6 :Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan negatif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Tidak terbukti
H7 :Persepsi manfaat mempunyai hubungan negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan	Tidak terbukti

#### 4.6 Pembahasan

Hasil olah data dengan menggunakan *AMOS 23* dan di analisis, maka ada beberapa yang dapat dikaji dari hasil tersebut berdasarkan hipotesis yang ada yaitu: motivasi spiritual, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Kepercayaan, persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Persepsi sistem teknologi informasi, persepsi manfaat berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi minat menggunakan *internet banking*.

Di bawah ini adalah pembahasan dari hasil analisis data pada setiap variabel yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut:

1. Motivasi spiritual (X1) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan hasil analisis data, motivasi spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Berarti semakin tinggi tingkat motivasi yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka semakin terdorong mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya.

Motivasi spiritual merupakan salah satu latarbelakang dari minat mahasiswa UII dalam menggunakan *internet banking* karena di mana mahasiswa UII dilatarbelakangi mahasiswa dari segi religius yang tinggi

dan rata-rata beragama Islam. Sehingga mahasiswa dari tingkat spiritual lebih tinggi akan lebih pandai dalam memilih menggunakan *internet banking*.

Hasil ini mendukung penelitian Rahmawaty (2012) yang membuktikan bahwa motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat motivasi spiritual yang dilatarbelakangi adanya ilmu agama

2. Persepsi manfaat (M2) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Terciptanya suatu sikap mahasiswa untuk tetap menggunakan *internet banking* tergantung pada manfaat yang diberikan, sehingga mahasiswa merasa *internet banking* bermanfaat dalam melaksanakan tugas – tugasnya. Serta mahasiswa percaya bahwa penggunaan *internet banking* akan membawa manfaat seperti peningkatan prestasi kerja mereka. Ini berarti bank melakukan keputusan yang tepat untuk menyediakan fasilitas *internet banking*. *Internet banking* memberi banyak manfaat bagi mahasiswa. Mahasiswa yang dulu harus meluangkan waktu datang ke bank untuk menjalani prosedur bertahap dan mengantri, saat ini dapat melakukan tugas perbankan dengan lebih cepat, sehingga menghemat waktu. Melakukan tugas perbankan kini

dapat dilakukan lebih cepat sehingga dapat mengerjakan tugas lainnya, hal ini tentu meningkatkan kinerja dan produktifitas sehingga bermanfaat bagi mahasiswa. Sikap yang dilakukan oleh mahasiswa dalam penggunaan internet banking adalah suatu bentuk rasa membutuhkan suatu sistem yang lebih personal, sehingga jika suatu sistem sudah memenuhi kebutuhan mahasiswa, maka mahasiswa secara otomatis akan tetap menggunakan fasilitas tersebut.

Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan internet banking karena tingkat manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja.

3. Kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (M2) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Jika *internet banking* tersebut dapat dipercaya oleh mahasiswa baik tingkat keamanannya maupun kerahasiaannya, maka akan mendorong mahasiswa mudah dalam penggunaan untuk menerima dan menggunakan *internet banking* tersebut. Dari pengaruhi ini dapat memberi mahasiswa bermanfaat dalam penggunaan *internet banking*. Ini berarti bank melakukan keputusan yang tepat untuk menyediakan fasilitas *internet banking*. *Internet banking*

memberi banyak kepercayaan bagi mahasiswa. Seperti dapat dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya sehingga bermanfaat bagi mahasiswa. Sikap yang dilakukan oleh mahasiswa dalam penggunaan *internet banking* adalah suatu bentuk rasa kepercayaan *kepada internet banking* bahwa dengan menggunakan *internet banking* memberi manfaat.

Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap persepsi manfaat yang secara tidak langsung mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*. Sehingga, hasil ini mendukung penelitian Repita (2013) yang membuktikan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat kepercayaan dan manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya.

4. Persepsi sistem teknologi informasi (X2) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (M1).

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti bahwa persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Perkembangan sistem teknologi yang semakin canggih sehingga ditujukan kepada mahasiswa karena rata – rata mahasiswa menggunakan handphone yang canggih, memiliki laptop dan tingkat pengetahuan teknologi lebih tinggi dibanding masyarakat

awam. Sehingga dengan itu mahasiswa lebih mudah menggunakan *internet banking*, dari pengaruh tersebut terbentuk lah kemudahan penggunaan *internet banking* oleh mahasiswa.

Mudah atau tidaknya sistem teknologi informasi *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa sistem tersebut memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*. Buktinya dalam penelitian ini, persepsi sistem teknologi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Hasil ini tidak mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel teknologi mengakses *internet banking* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan *internet banking*.

5. Persepsi sistem teknologi informasi (X2) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (M2) menggunakan *internet banking*

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Semakin tinggi tingkat sistem teknologi informasi *internet banking* yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk memanfaatkan dalam menggunakan *internet banking*. Ini berarti suatu sikap penggunaan *internet banking* yang dipengaruhi oleh manfaat dari teknologi ini akan membawa dampak positif pada layanan *internet banking*, dimana layanan *internet banking* adalah wujud nyata bagaimana mahasiswa percaya manfaat dalam menggunakan *internet banking* sebagai suatu

keharusan. Adanya suatu sikap positif mahasiswa yang yakin dan percaya bahwa *internet banking* adalah fasilitas yang perlu.

Hasil ini mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel sistem teknologi informasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Artinya semakin nasabah mengikuti perkembangan teknologi *internet banking*, nasabah semakin merasakan manfaat dari *internet banking*, begitu pun sebaliknya.

6. Persepsi kemudahan penggunaan (M1) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Ini berarti suatu sikap penggunaan *internet banking* yang dipengaruhi oleh minat mahasiswa menggunakan *internet banking* akan membawa dampak negatif pada layanan *internet banking*. *Internet banking* adalah wujud nyata bagaimana mahasiswa percaya mudah dalam menggunakan *internet banking* sebagai keharusan. Namun tidak selamanya kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat. Sedangkan dalam penelitian ini kemudahan penggunaan berpengaruh negatif mahasiswa dalam minat menggunakan *internet banking* karena bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa kemudahan tersebut memberi minat mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil ini tidak mendukung penelitian Ahsiyah (2014) yang membuktikan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

7. Persepsi manfaat (M2) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (M1)

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti persepsi manfaat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat mempengaruhi mahasiswa mudah dalam memanfaatkan *internet banking*, kegunaannya juga dapat dilakukan secara otomatis untuk seluruh kegiatan perbankan sehingga dari pengaruh itu terbentuk kemudahan untuk mahasiswa menggunakan *internet banking* karena manfaat *internet banking* ini mempermudah mahasiswa.

Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa manfaat dalam memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa pada saat menggunakan *internet banking*. Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sistem. Sehingga, hasil ini tidak mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*.

Dari uraian analisis di atas, diketahui bahwa dari hasil penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang tidak terbukti, yaitu hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan *internet banking*, hubungan antara persepsi manfaat dengan kemudahan penggunaan, hubungan antara persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan.

Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sistem. Dalam penelitian ini, minat menggunakan *internet banking* hanya dipengaruhi oleh motivasi spiritual dan persepsi manfaat, sedangkan kepercayaan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, dan persepsi sistem teknologi informasi dipengaruhi oleh persepsi bermanfaat.

Dari uraian di atas, mengindikasikan bahwa *internet banking* belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa UII. *Internet banking* adalah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk mempermudah nasabah yang mempunyai kesibukan dan mobilitas tinggi. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, ketidaksesuaian hipotesis dan hasil pengolahan data mungkin disebabkan oleh latar pendidikan, tujuan penggunaan *internet banking* dan bank yang digunakan oleh responden sehingga responden mempunyai pandangan yang berbeda dalam penggunaan *internet banking*. Selain itu,

sampel yang diambil dalam penelitian ini mungkin masih kurang, sehingga belum dapat mewakili populasi yang ada.



## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden yang merupakan Mahasiswa UII yang menggunakan fasilitas *internet banking* di UII. Dalam penelitian ini terdapat 7 hipotesis yang diujikan menggunakan program *AMOS versi 23*. Dari ketujuh hipotesis tersebut terdapat tiga hipotesis yang tidak terbukti, yaitu hipotesis 4, 6, dan 7. Sedangkan empat hipotesis lainnya terbukti dan terdukung oleh data.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi spiritual berhubungan positif dan signifikan dengan minat menggunakan *internet banking*.
2. Persepsi manfaat berhubungan positif dan signifikan dengan minat menggunakan *internet banking*.
3. Kepercayaan berhubungan positif dan signifikan dengan persepsi manfaat menggunakan *internet banking*.
4. Persepsi sistem teknologi informasi berhubungan negatif dan tidak signifikan dengan persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*.