

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Kuesioner disebar secara langsung ke calon responden. Total kuesioner yang disebar sebanyak 130 lembar. Dari 130 yang disebar, hanya 110 kuesioner yang dapat digunakan oleh peneliti, sedangkan sisanya 20 kuesioner tidak dapat digunakan karena kuesioner tidak diisi secara lengkap dan tidak diisi dengan serius. Keterangan lebih lengkap mengenai pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1.**  
**Data kuesioner yang disebar**

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner disebar secara langsung	130	100%
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	20	15%
Kuesioner yang digunakan	110	85%

**Sumber : data diolah**

#### 4.2 Deskripsi Responden

##### 4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 45 responden adalah laki-laki, dan 65 responden adalah perempuan. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2.**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Kategori</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>%</b>
Jenis Kelamin	Pria	45	41%
	Wanita	65	51%

**Sumber : data diolah**

#### 4.2.2 Usia

Berdasarkan Usia responden terdiri dari 3 kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-23 tahun dan > 23 tahun. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti. Sebanyak 43 responden berusia kurang dari 20 tahun, 65 responden berusia 20-23 tahun dan 2 responden berusia diatas 23. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Usia Responden**

<b>Kategori</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>%</b>
Usia	< 20	43	39%
	20-23	65	59%
	Di atas 23 tahun	2	2%

**Sumber : data diolah**

#### 4.2.3 Fakultas

Berdasarkan fakultas, dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 53 responden berasal dari Fakultas Ekonomi, 22 responden berasal dari Fakultas Teknologi Industri, 10 responden berasal dari Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, 15 responden dari Fakultas Hukum dan

10responden Fakultas Kedokteran. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan Responden**

<b>Fakultas</b>	<b>Jurusan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>%</b>
Ekonomi	Akuntansi	33	30%
	Manajemen	20	18%
Teknologi Industri	Teknik Industri	12	11%
	Teknik Informatika	10	9%
Teknik Sipil dan Perencanaan	Teknik Sipil	10	9%
Hukum	Ilmu Hukum	15	14%
Kedokteran	Pendidikan Dokter	10	9%

**Sumber : data diolah**

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara score masing-masing butir pertanyaan dengan total score setiap konstruknya. Pengujian ini menggunakan metode *Pearson Correlation*. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Pernyataan	Pearsons's Correlations	Signifikansi	Keterangan
Perceive Usefulness			
Butir 1	0,867	0.000	Valid

Butir 2	0,841	0.000	Valid
Butir 3	0,906	0.000	Valid
Butir 4	0,855	0.000	Valid
Butir 5	0,892	0.000	Valid
Butir 6	0,895	0.000	Valid
Perceive Ease Of Use			
Butir 1	0,835	0.000	Valid
Butir 2	0,847	0.000	Valid
Butir 3	0,811	0.000	Valid
Butir 4	0,860	0.000	Valid
Butir 5	0,899	0.000	Valid
Butir 6	0,855	0.000	Valid
Computer Self Efficiacy			
Butir 1	0,841	0.000	Valid
Butir 2	0,897	0.000	Valid
Butir 3	0,878	0.000	Valid
Keamanan dan Privasi			
Butir 1	0,770	0.000	Valid
Butir 2	0,794	0.000	Valid
Butir 3	0,822	0.000	Valid
Butir 4	0,872	0.000	Valid
Butir 5	0,743	0,000	Valid
Trust			
Butir 1	0,665	0.000	Valid
Butir 2	0,809	0.000	Valid
Butir 3	0,764	0.000	Valid
Butir 4	0,700	0.000	Valid
Minat Penggunaan			
Butir 1	0,819	0.000	Valid
Butir 2	0,814	0.000	Valid
Butir 3	0,868	0.000	Valid

**Sumber : Data Diolah**

Dengan melihat tabel di atas, dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dan signifikansi dari seluruh butir pernyataan variabel-variabel penelitian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang artinya seluruh butir pernyataan dan pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan reliabilitas konsistensi internal yaitu teknik *cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Apabila nilai *cronbach alpha* dari hasil pengujian > 0,6 maka dapat dikatakan bahwa konstruk atau variabel itu adalah reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Perceive Usefulness	0,942	Reliabel
Perceive Ease of Use	0,923	Reliabel
Computer Self Efficiency	0,842	Reliabel
Keamanan dan Privasi	0,847	Reliabel
Trust	0,686	Reliabel
Intention to use	0,779	Reliabel

**Sumber : data diolah**

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh seluruh variabel penelitian ini dapat dinyatakan sangat reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat

disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dan pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi atas jawaban responden dari tiap-tiap variabel. Hasil analisis deskriptif variabel penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceive Usefulness (X1)	110	1,00	5,00	3,9408	,68472
Perceive Ease of Use (X2)	110	1,00	5,00	3,8291	,61718
Computer Self Efficiency (X3)	110	1,00	5,00	2,0250	,62665
Security and Privacy (X4)	110	1,00	5,00	3,4000	,64566
Trust (X5)	110	1,00	5,00	3,7364	,56548
Intention to use (Y)	110	1,00	5,00	3,4666	,60620
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Data Output SPSS, 2016

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskripsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel *perceived usefulness* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *perceived usefulness* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *perceived usefulness* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *perceived*

*usefulness* adalah sebesar 3,9408 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *perceived usefulness*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,9408. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,68472 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *perceived usefulness* adalah sebesar 0,68472 dari 110 responden.

2. Variabel *perceived ease of use* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *perceived ease of use* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *perceived ease of use* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *perceived ease of use* adalah sebesar 3,8291 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *perceived ease of use*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,8291. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,61718 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *perceived ease of use* adalah sebesar 0,61718 dari 110 responden.
3. Variabel *computer self efficacy* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *perceived computer self efficacy* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *computer self efficacy* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *computer self efficacy* adalah sebesar 2,025 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *computer self efficacy*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,025. Sedangkan standar deviasi

sebesar 0,62655 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *computer self efficacy* adalah sebesar 0,62655 dari 110 responden.

4. Variabel *security and privacy* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *security and privacy* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *security and privacy* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *security and privacy* adalah sebesar 3,40 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *security and privacy*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,40. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,64655 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *security and privacy* adalah sebesar 0,64655 dari 110 responden.
5. Variabel *trust* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *trust* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *trust* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *trust* adalah sebesar 3,7364 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *trust*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,7364. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,56548 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *trust* adalah sebesar 0,56548 dari 110 responden.
6. Variabel *intention to use* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas *intention*



*to use* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 5 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas *intention to use* adalah sebesar 5. Nilai rata-rata *intention to use* adalah sebesar 3,4666 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas *intention to use*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,4666. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,60620 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *intention to use* adalah sebesar 0,60620 dari 110 responden.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji *autokorelasi* tidak digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* bukan data time series.

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik *kolmogorov-smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37420472
Most Extreme Differences	Absolute	,066

	Positive	,066
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,694
Asymp. Sig. (2-tailed)		,721

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Sumber : Data Output SPSS, 2016

Dari hasil uji *kolmogorov-smirnov* di atas, dihasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,721. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* di atas 0,05 dan model regresi tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* ( VIF ) dan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1.

**Table 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Perceive Usefulness (X1)	,351	2,849
Perceive Ease of Use (X2)	,306	3,273
Computer Self Efficacy (X3)	,746	1,341
Securiy and Privacy (X4)	,632	1,582
Trust (X5)	,623	1,604

Sumber : Data SPSS diolah

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada bagian *collinierity statistic*, nilai VIF pada seluruh variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance di atas 0.1. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas, artinya *varians* variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.12 di bawah ini

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,193	,218		,887	,377
	Perceive Usefulness (X1)	,006	,051	,019	,114	,910
	Perceive Ease of Use (X2)	,048	,061	,136	,780	,437
	Computer Self Efficiency (X3)	-,004	,038	-,011	-,100	,921
	Security and Privacy (X4)	,028	,041	,083	,680	,498
	Trust (X5)	-,048	,047	-,126	-1,031	,305

a. Dependent Variable: abs

Sumber : Data SPSS diolah

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas di atas, dihasilkan nilai masing-masing variabel di atas 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis mengenai koefisien model regresi adalah seperti yang tercantum dalam table berikut ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,467	,384		-1,215	,227
	Perceive Usefulness (X1)	,224	,090	,253	2,473	,015
	Perceive Ease of Use (X2)	,223	,108	,227	2,076	,040
	Computer Self Efficiency (X3)	,139	,068	,143	2,045	,043
	Securiy and Privacy (X4)	,364	,071	,388	5,097	,000
	Trust (X5)	,181	,082	,169	2,206	,030

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)  
Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = -0,467 + 0,224X1 + 0,264X2 + 0,139X3 + 0,364X4 + 0,181X5 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar -0,467 memberi pengertian jika seluruh variabel independen konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya tingkat minat penggunaan online banking sebesar -0,467 satuan.
2. Untuk variabel *perceive usefulness*, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,224 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *perceive usefulness* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan online banking akan meningkat sebesar 0,224 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
3. Untuk variabel *perceive ease of use*, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,223 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *perceive ease of use* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan online banking akan meningkat sebesar 0,223 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
4. Untuk variabel *computer self efficiency*, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,139 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *computer self efficiency* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan online banking akan meningkat sebesar 0,139 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
5. Untuk variabel *security and privacy*, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,364 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *security and privacy* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan online banking akan meningkat sebesar 0,364 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

6. Untuk variabel *trust*, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,181 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *trust* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan online banking akan meningkat sebesar 0,181 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

#### 4.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *statistic t*. Hasil uji *statistic t* dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,467	,384		-1,215	,227
1					
Perceive Usefulness (X1)	,224	,090	,253	2,473	,015
Perceive Ease of Use (X2)	,223	,108	,227	2,076	,040
Computer Self Efficacy (X3)	,139	,068	,143	2,045	,043
Securiy and Privacy (X4)	,364	,071	,388	5,097	,000
Trust (X5)	,181	,082	,169	2,206	,030

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)

**Sumber : Data Diolah**

Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *perceive usefulness*. Besarnya koefisien regresi *perceived usefulness* yaitu 0,224 dan nilai signifikansi

sebesar 0,015. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena  $0,015 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,224 dapat diartikan bahwa *perceive usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan online banking. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *perceive usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan online banking sehingga hipotesis penelitian pertama dalam penelitian ini diterima.

## 2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *perceived of use*. Besarnya koefisien regresi *perceived of use* yaitu 0,223 dan nilai signifikansi sebesar 0,040. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena  $0,040 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,223 dapat diartikan bahwa *perceived of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan banking online. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa *perceived of use* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan banking online sehingga hipotesis penelitian kedua dalam penelitian ini diterima.

## 3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *computer self efficiency*. Besarnya koefisien regresi *perceived computer self efficiency* yaitu 0,139 dan nilai signifikansi sebesar 0,043. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi

tersebut signifikan karena  $0,043 < 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *computer self efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan online banking sehingga hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini diterima.

#### 4. Pengujian Hipotesis Keempat

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *security and privacy*. Besarnya koefisien regresi *perceive security and privacy* yaitu 0,364 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,364 dapat diartikan bahwa *security and privacy* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan banking online. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *security and privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan banking online sehingga hipotesis penelitian keempat dalam penelitian ini diterima.

#### 5. Pengujian Hipotesis Kelima

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *trust*. Besarnya koefisien regresi *trust* yaitu 0,181 dan nilai signifikansi sebesar 0,030. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena  $0,030 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,181 dapat diartikan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *trust* berpengaruh positif signifikan



terhadap minat menggunakan online banking sehingga hipotesis penelitian kelima dalam penelitian ini diterima.

## **4.8 Pembahasan**

### **4.8.1 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Penggunaan *Online Banking***

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan online banking. Hal ini dikarenakan mahasiswa dalam penggunaan online banking merasakan manfaat yang lebih sehingga mahasiswa mempunyai minat untuk memakainya secara terus menerus, dan ada juga mahasiswa yang merekomendasikan kepada temannya atau keluarganya untuk menggunakan *online banking* akan mendapatkan manfaat yang banyak, seperti menghemat waktu dalam proses perbankan sehingga lebih efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Isneina Fitriasari (2010) yang menemukan hasil bahwa *perceive usefulness* berpengaruh terhadap penerimaan internet banking.

### **4.8.2 Pengaruh *Perceived of Use* Terhadap Minat Penggunaan *Online Banking***

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *perceived of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan online banking. Hasil ini membuktikan bahwa transaksi online banking yang mudah untuk dipelajari dan dioperasionalkan sehingga dapat dilakukan dengan mudah sesuai dengan apa yang

diinginkan oleh pengguna. Semakin tingginya kejelasan dan kemudahan melakukan transaksi *bankingonline* menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk melakukannya. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaan sistem.

Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan dalam penggunaan dari online banking, maka orang tersebut akan semakin berminat untuk melakukan transaksi online banking, demikian pula sebaliknya. Jika seseorang merasa transaksi online banking rumit dan sulit dipahami dan juga sulit dalam penggunaan, maka orang tersebut akan lebih berminat melakukan transaksi lainnya yang dirasa lebih jelas dan mudah dipahami, serta mudah penggunaannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Isneina Fitriyani (2010) yang menemukan hasil bahwa *perceive of Use* berpengaruh terhadap penerimaan internet banking.

#### **4.8.3 Pengaruh *Computer Self Efficacy* Terhadap Minat Penggunaan *Online Banking***

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *computer self efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin orang memiliki kemampuan menggunakan computer akan tetapi mereka akan berminat menggunakan *online banking*.

Seseorang akan berminat untuk menggunakan sistem jika orang tersebut memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer. Dengan memiliki kemampuan komputer yang tinggi maka seseorang akan merasakan bahwa sistem yang ia gunakan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya. Demikian pula halnya dengan seseorang yang mempunyai kemampuan komputer yang tinggi akan semakin mudah untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem. Tingkat *Computer Self Efficacy* (CSE) nasabah yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *online banking* itu sendiri.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Isneina Fitriasaki (2010) yang membuktikan *computer self efficiency* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*.

#### **4.8.4 Pengaruh *Security dan Privacy* Terhadap Minat Penggunaan *Online banking***

Dari hasil analisis data diatas, dapat diketahui bahwa *security dan privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki kesempatan untuk mempelajari mengenai bagaimana tingkat keamanan dan privasi mereka dalam menggunakan online banking. Untuk memprediksi resiko yang dihadapi dan sebelum melakukan transaksi, mahasiswa berusaha untuk mengumpulkan informasi mengenai *online banking*. Berdasarkan informasi tersebut mahasiswa dapat memprediksi seberapa besar resiko yang dihadapi perihal keamanan dan privasi mereka. Semakin banyak informasi yang diperoleh mengenai *online banking* yang bersifat positif, semakin

kecil resiko keamanan dan privasi yang dirasakan sehingga semakin besar kemungkinan untuk melakukan transaksi perbankan secara *online*

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Isneina Fitriasaki (2010) yang menemukan hasil bahwa *security dan privasi* berpengaruh terhadap penerimaan *online banking*.

#### **4.8.5 Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Penggunaan *Online banking***

Dari hasil analisis data diatas, dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *online banking*. Hasil ini dapat diartikan bahwa mahasiswa sebagai pengguna *online banking* sangat percaya terhadap kehandalan bank dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan transaksi mereka. Kepercayaan menjadi suatu pihak memiliki keyakinan atas kemampuan dan integritas dari pihak lain. Kepercayaan berkembang dari pengertian saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal ini sangat penting bagi loyalitas. Kepercayaan mengacu kepada keyakinan terhadap sesuatu dan kepercayaan bahwa pada akhirnya akan membawa kebaikan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa sudah meyakini bahwa pihak bank sudah memberikan apa yang terbaik buat mereka sehingga kepercayaan terhadap *online banking* meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Isneina Fitriasaki (2010) yang menemukan hasil bahwa *trust* berpengaruh terhadap penerimaan internet banking.