

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Awal mula perkembangannya yaitu dimulai dari era komputerisasi pada tahun 1960-an, dilanjutkan pada era teknologi informasi yang dimulai pada awal tahun 1970 atau disebut masa revolusi, era manajemen perubahan yang berfokus pada sistem informasi pada tahun 1980an hingga era yang sekarang ini yaitu era globalisasi informasi yang kemajuannya semakin terlihat secara eksponensial. Hal ini disebabkan karena manusia semakin menuntut untuk bisa lebih efektif dan efisien dalam beraktivitas yang dapat dibantu oleh teknologi informasi. Sehingga keberadaan dan peranan teknologi informasi semakin penting bagi manusia dalam segala aspek.

Perkembangan teknologi informasi juga dimanfaatkan oleh berbagai industri, salah satunya yaitu industri perbankan. Peranan teknologi informasi mempermudah bank dalam melakukan pekerjaannya. Proses kegiatan perbankan menjadi lebih baik, tersistematis serta optimal. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi informasi membantu bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat, tepat dan terkendali. Tidak hanya digunakan sebagai sarana pendukung untuk meningkatkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu, sistem teknologi informasi telah menjadi senjata utama dalam bersaing. Bank berlomba-lomba memberikan fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Fasilitas yang diberikan selalu di *upgrade* mengikuti perkembangan teknologi informasi. Semakin maju

dan canggih fasilitas yang ditawarkan bank kepada nasabah, semakin besar pula peran teknologi yang digunakan.

Pemanfaatan teknologi informasi oleh industri perbankan digunakan dalam rangka mempermudah jaringan pelayanan serta memberi kepuasan bagi nasabah. Kualitas pelayanan merupakan poin penting bagi suatu industri agar mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan. Menurut Tjiptono (dalam Indah 2016: 548), “Kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”. Ketika nasabah merasakan kualitas pelayanan, maka akan mendorong nasabah tersebut untuk setia atau *loyalty* kepada perusahaan tertentu. Menurut Moven dan Minor (dalam Indah 2016: 549) menyatakan bahwa “Loyalitas nasabah merupakan kondisi dimana nasabah mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen pada objek tersebut dan bermaksud meneruskan transaksinya dimasa mendatang”. Untuk mendatangkan loyalitas nasabah, perbankan memerlukan strategi demi mendapatkan kesetiaan dari para pelanggannya. Karena memiliki nasabah yang loyal merupakan asset dan kunci sukses bagi sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan akhir (keuntungan).

Salah satu fasilitas yang disediakan oleh bank demi mendapatkan kepuasan serta loyalitas nasabah yaitu *Elektronik Banking* atau *E-banking*. *E-banking* menjadi salah satu layanan yang disediakan oleh bank bagi nasabah dalam mempermudah nasabah saat bertransaksi. Tampubolon (2015: 5) mendefinisikan “*E-Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan

transaksi perbankan melalui media elektronik”. *E-banking* membantu para nasabah dalam bertransaksi dimulai dari transfer dana baik antar bank yang sama maupun berbeda, tarik tunai dan setor tunai, membantu nasabah dalam melihat informasi saldo, mengecek transaksi yang telah dilakukan, hingga pembayaran dan pembelian secara *online*.

*E-banking* adalah layanan dalam perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media bertransaksi dan mendapatkan berbagai informasi melalui website bank.

Supriyono (2011: 73) membuat gambaran mengenai *E-banking* yaitu “Meja teller/customer seolah-olah berpindah ke tempat nasabah, di mana nasabah pulalah sebagai teller/customer service-nya”. Dalam hal ini nasabah dapat bebas melakukan transaksi di mana saja, kapan saja, dan apa saja dalam 24 jam.

Hadirnya *E-banking* dalam dunia perbankan membawa banyak manfaat, baik bagi nasabah maupun bagi bank sendiri. Bagi nasabah, *E-banking* memberi kemudahan dalam bertransaksi baik dari segi waktu, tempat dan biaya. Sedangkan bagi bank, *E-banking* meningkatkan pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) dan mengurangi biaya operasional dibanding jika berlangsung secara langsung. Tampubolon (2015: 1) menjelaskan perkembangan transaksi *E-banking*:

Transaksi yang dilakukan melalui *E-Banking* setiap tahun mengalami pertumbuhan yang cukup besar pada beberapa bank. Berdasarkan data 13 bank besar di Indonesia, frekuensi transaksi melalui *E-Banking* pada tahun 2012 sebanyak 3,79 Milyar transaksi dan dengan nilai nominal Rp. 4.441 Trilyun, bertambah menjadi sebanyak 4,73 Milyar dengan nilai nominal Rp.

5.495 Trilyun pada tahun 2013, pada tahun 2014 meningkat masing-masing menjadi 5,69 Milyar transaksi dengan nilai nominal Rp. 6.447 Trilyun.

Penggunaan *E-banking* yang terus meningkat didasari oleh kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh bank seperti dalam pembayaran kartu kredit, transfer antar bank, pembayaran listrik, pembayaran tagihan ponsel, pembayaran internet, pembayaran asuransi dan masih banyak kemudahan lainnya. Dengan hadirnya fasilitas berupa *E-Banking* ini, para nasabah tak perlu mendatangi bank atau ke ATM. Nasabah hanya perlu menyediakan jaringan data internet dan ponsel pintar untuk mengakses *E-Banking* dan melakukan berbagai macam transaksi.

Salah satu bank yang menyediakan layanan *E-banking* yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Layanan *E-banking* yang disediakan oleh BRI yaitu: BRI ATM, BRI SMS Banking, BRI Internet Banking, BRI E-Buzz, BRI KIOS, BRI Mini ATM, BRIZZI, Mocash, EDC Merchant, BRILink, dan Mobile Banking.

Penggunaan *E-banking* yang terus meningkat secara pesat dipengaruhi oleh peranan teknologi informasi. Terdapat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan teknologi informasi yang dikemas dalam *E-banking*. Salah satunya yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 yang memperkenalkan persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use perceived*) dan persepsi kebermanfaatan (*usefulness perceived*) yang memiliki hubungan dengan sikap pengguna saat menggunakan teknologi informasi (Sayekti dan Putarta, 2016: 197).

Menurut Davis (dalam Irmadhani dan Nugroho 2012: 7) “Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami”. Sedangkan menurut Irmadhani dan Nugroho (2012: 6) mendefinisikan “Persepsi kebermanfaatan (*usefulness perceived*) merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan produktifitas dan efektivitas untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut”.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan *E-banking*, khususnya *E-banking* dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dengan judul **“Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Medan”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan pokok dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan berhubungan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan
2. Apakah persepsi kebermanfaatan berhubungan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan
2. Untuk mengetahui hubungan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

### **Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perbankan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam menentukan strategi maupun ke dalam hal-hal yang mendukung bank ke arah yang lebih baik.
2. Bagi pihak akademik, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan akan memperluas wawasan dan pengetahuan untuk penerapan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah.

## KAJIAN TEORITIS

### **Perbankan**

#### **Pengertian Bank**

Peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara (Kasmir, 2014:2). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank.

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi tidak ubahnya sama seperti perusahaan lainnya, yaitu tujuannya mencari keuntungan (Supriyono, 2011: 18). Seluruh pelaku usaha maupun bukan, tidak lepas dari kebutuhan jasa bank, karena apapun yang berhubungan dengan uang baik uang fisik maupun non fisik tidak terlepas dari kebutuhan jasa bank.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 1998 tentang perbankan yaitu “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”

Dapat juga disimpulkan, bank merupakan lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang berkelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana (Kasmir, 2014: 5)

## **Fungsi Bank**

Menurut Kasmir (dalam Dasar-dasar Perbankan 2014: 4-5), bank memiliki fungsi utama yaitu:

1. Menghimpun dana dari masyarakat  
Bank menghimpun dana dari masyarakat simpanan seperti simpanan giro (*demand deposito*), simpanan tabungan (*saving deposit*), dan simpanan deposito (*time deposit*).
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat  
Bank akan menyalurkan dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan melalui sistem kredit atau pinjaman. Jenis kredit yang disalurkan biasanya dalam bentuk kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.
3. Pelayanan jasa perbankan  
Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank antara lain jasa pengiriman uang (*transfer*), pemindahbukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank dan pelayanan jasa lainnya.

## **Sistem Teknologi Informasi**

### **Pengertian Sistem Teknologi Informasi**

Teknologi informasi telah berkembang dengan pesat yang membawa dunia pada masa-masa serba cepat dan praktis. Ada empat era penting perkembangan teknologi informasi yang masing-masing memiliki peranan penting dalam membawa dunia dalam masa serba cepat dan murah (menembus ruang dan waktu).

Periode yang pertama yaitu era komputerisasi yang dimulai sekitar tahun 1960-an, dimana mini computer dan mainframe diperkenalkan ke dunia industri. Era kedua dimulai pada awal tahun 1970-an ditandai dengan kemajuan teknologi digital yang dipadu dengan telekomunikasi, dimana era ini disebut masa revolusi. Era manajemen perubahan merupakan era ketiga yang terjadi diawal tahun



1980an sistem informasi lebih ditekan. Dan era yang terakhir adalah era globalisasi informasi yang sedang kita injak sekarang ini. Era globalisasi informasi bergerak dengan cepat sejalan dengan berbagai tuntutan dan kebutuhan manusia.

Menurut Indrajit (2016: 3), “Kata ‘sistem’ mengandung arti kumpulan dari komponen-komponen yang memiliki unsur keterkaitan antara satu dengan lainnya”. Teknologi menurut Sutabri (2014: 2) yaitu “Teknologi merupakan pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya”. Sedangkan informasi menurut Indrajit (2016: 2) menyatakan bahwa “Informasi merupakan hasil dari pengolahan data yang secara prinsip memiliki nilai atau *value* yang lebih dibandingkan dengan data-data mentah”.

Teknologi informasi menurut Lucas (dalam Sutabri, 2014: 2) adalah “Segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik”

Haag dan Keen (dalam Sutabri, 2014: 2), teknologi informasi adalah “Seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi”

Jadi dapat disimpulkan, teknologi informasi merupakan gabungan dari perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk melaksanakan satu atau beberapa tugas pemrosesan data dalam bentuk elektronik.

## **Peranan Teknologi Informasi Bagi Perusahaan**

Teknologi informasi kini menjadi senjata bagi sebuah perusahaan dalam bersaing. Bagi perusahaan modern, memanfaatkan secara optimum penggunaan teknologi informasi sebagai komponen utama sistem informasi perusahaan (sistem yang terdiri dari komponen-komponen untuk melakukan pengolahan data dan pengiriman informasi hasil pengolahan ke fungsi-fungsi organisasi terkait) merupakan strategi bisnis dalam menghadapi pasar (Indrajit, 2016: 87).

Teknologi informasi memiliki peranan yang sangat besar bagi manusia dalam segala aspek. Teknologi informasi memberikan andil besar pada setiap perubahan dasar baik pada struktur, operasi maupun manajemen organisasi yang membawa dampak kemudahan bagi manusia.

Transaksi melalui internet atau *e-commerce*, pengambilan uang melalui ATM, penjualan dan pembelian secara online, transfer uang melalui *E-banking* yang dapat dilakukan dimana saja, merupakan beberapa hasil penerapan teknologi informasi yang kini dirasakan oleh setiap individu.

Menurut Markus (dalam Indrajit, 2014: 6), terdapat 5 (lima) peranan mendasar teknologi informasi bagi sebuah perusahaan, yaitu:

1. Fungsi operasional  
Hadirnya teknologi informasi membantu perusahaan dari sifat birokratis karena sejumlah aspek administratif yang ketat dan teratur telah diambil ahli fungsinya.
2. Fungsi pengawasan dan control  
Mengandung arti bahwa keberadaan teknologi informasi akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan aktivitas di level manajerial-*embedded* di dalam setiap fungsi manajer sehingga struktur organisasi unit terkait dengannya harus dapat memiliki "*span of control*" atau

“*peer relationship*” yang memungkinkan terjadinya interaksi efektif dengan para manajer di perusahaan terkait.

3. Fungsi perencanaan dan pengambilan keputusan  
Teknologi informasi berperan lebih strategis karena keberadaannya sebagai *enabler* dari rencana bisnis perusahaan dan merupakan “*knowledge generator*” bagi para pimpinan perusahaan yang dihadapkan pada realitas untuk mengambil sejumlah keputusan penting sehari-hari.
4. Fungsi komunikasi  
Teknologi informasi ditempatkan posisinya sebagai sarana atau media individu perusahaan dalam berkomunikasi, berkolaborasi, dan berinteraksi.
5. Fungsi interorganisasional  
Teknologi informasi dimanfaatkan sebagai strategi kemitraan dengan perusahaan lain untuk melakukan terobosan penting dalam mendesain struktur organisasi unit teknologi informasinya.

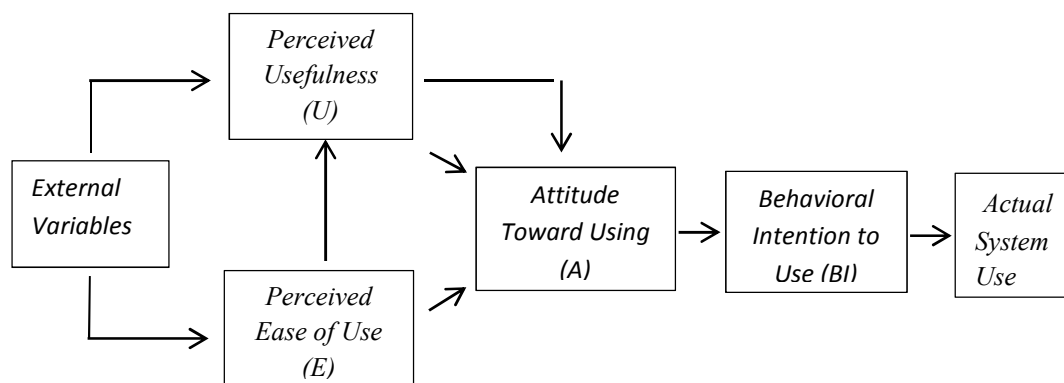
### **Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang diadopsi oleh Davis pada tahun 1989 dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA pertama kali diperkenalkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980 yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi (Sayekti dan Putarta, 2016: 197). TRA dimulai dari teori sikap dan perilaku yang ditinjau dari sudut pandang psikologi. Model TRA menyebabkan reaksi dan persepsi pengguna terhadap sistem informasi yang menjadi penentu sikap dan perilaku si pengguna.

Di tahun 1986, Davis melakukan penelitian Disertasi dengan mengadaptasi TRA. Lalu di tahun 1989, Davis mempublikasikan hasil penelitiannya tersebut dengan memunculkan teori TAM. Model TAM yaitu teori tindakan yang mempunyai alasan dengan satu premis bahwa reaksi dan pandangan seseorang terhadap sesuatu akan menentukan seperti apa sikap dan perilaku orang tersebut.

Davis meneliti faktor-faktor dari penggunaan teknologi informasi oleh pengguna yang berlandaskan pada kepercayaan, sikap, intensitas, dan hubungan perilaku pengguna.

Dapat dikatakan TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. TAM mengasumsikan bahwa si pengguna sistem informasi di pengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), bahwa si pengguna memiliki keyakinan dimana saat menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), bahwa si pengguna yakin saat menggunakan sistem ini akan mempermudah dan membebaskannya dari kesulitan. Berikut gambar awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989:



**Gambar 2.1**  
**Technology Acceptance Model (TAM)**

Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) mempengaruhi *attitude toward using* seseorang terhadap penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan yang

terus meningkat secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari persepsi kebermanfaatan karena sebuah sistem yang memiliki kemudahan penggunaan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki waktu luang untuk mengerjakan sesuatu yang lain atau dalam hal ini telah terjadi efektifitas kinerja. *Attitude toward using* memiliki konsep sebagai suatu sikap individu baik menerima dan menolak setelah menggunakan sebuah sistem. *Behavioral intention to use* merupakan sikap atau perilaku dari individu untuk tetap memakai teknologi.

Tingkat kepuasan dari sebuah teknologi dapat dilihat dari perilaku si pengguna terhadap teknologi seperti motivasi untuk tetap memakai serta keinginan untuk memengaruhi orang lain untuk menggunakannya juga. *Actual system usage* merupakan suatu keadaan nyata dari si pengguna dalam mengaplikasikan suatu sistem. Penggunaan teknologi (*actual system usage*) diukur dari seberapa sering si pengguna menggunakan teknologi tersebut.

Keberhasilan *E-banking* dapat diukur dari tingkat penerimaan nasabah terhadap sistem teknologi informasi. Oleh karena itu, penting bagi pihak perbankan dalam melihat seberapa besar penerimaan nasabah terhadap sistem ini. Model TAM sangat penting bagi bank dalam melihat seberapa besar faktor persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan mempengaruhi nasabah untuk menggunakan fasilitas layanan *E-banking*.

## **Persepsi Kemudahan**

Menurut Davis (dalam Irmadhani dan Nugroho 2012: 7) “Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami”. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakan teknologi tersebut.

Pengguna percaya bahwa pemakaian teknologi informasi yang fleksibel, mudah dipahami serta mudah dioperasikan merupakan karakteristik dari kemudahan penggunaan (Hariyadi 2017: 7). Widjana (dalam Ahmad dan Pambudi 2014: 4), “Persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha, baik waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi, sehingga dapat dikatakan bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibanding orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi atau secara manual (Hariyadi, 2017: 7)

Indikator dari kemudahan penggunaan teknologi informasi menurut Davis (dalam Apriyani dan Suharti, 2017: 24) yaitu:

1. Sistem sangat mudah dipelajari
2. Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan sistem tersebut
4. Sistem sangat mudah untuk dioperasikan

## **Persepsi Kebermanfaatan**

Jogiyanto (dalam Ahmad dan Pambudi, 2014: 4) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yaitu “Suatu tingkat dimana individu memiliki keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Davis (dalam Apriyani dan Suharti, 2017: 24) mendefinisikan “Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yaitu *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan”.

Persepsi kebermanfaatan berkaitan dengan kegunaan dari sistem yang mampu meningkatkan kinerja maupun prestasi dari individu. Persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitasnya. Suatu sistem memberikan kemudahan, mempercepat, serta memberikan keuntungan bagi si pengguna.

Menurut Davis (dalam Apriyani dan Suharti, 2017: 24) indikator dari persepsi kebermanfaatan terdiri dari:

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
2. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
3. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*)

## **Minat Penggunaan**

Menurut Jogiyanto (dalam Ahmad dan Pambudi 2014: 5), “Minat perilaku adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku”. Minat berhubungan

dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (dalam Wibowo et al., 2015: 443), “Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan berakhir pada keinginan untuk memiliki produk tersebut”.

Sedangkan menurut Cheng (dalam Yogananda dan Dirgantara 2017: 4) “Minat menggunakan merupakan suatu keputusan subjektif dari konsumen tentang kemungkinan kesediaan untuk menggunakan produk di masa depan”.

Adapun indikator dari minat penggunaan menurut Cheng (dalam Yogananda dan Dirgantara, 2017: 4)

1. Berencana menggunakan
2. Memilih menggunakan
3. Terus menggunakan

## **Electronic Banking**

### **Sejarah Elektronik Banking**

Awal mula terciptanya *Elektronik Banking* dimulai di tahun 1980. Bank di Amerika dan Eropa memulai penelitian dan percobaan pemrograman dengan menggunakan konsep *Home banking* yang menggunakan mesin fax dan telepon dalam memudahkan pelayanan kepada pelanggan.



Nottingham Building Society atau NSB meluncurkan layanan resmi perbankan internet di Inggris di tahun 1983. Di tahun 1994, layanan perbankan online internet diperkenalkan oleh Stanford Federal Credit Union, dimana uang elektronik diperkenalkan dan menjadi sebuah revolusi.

Di Indonesia, internet banking pertama kali diperkenalkan di tahun 2001. Bank Sentral Asia (BCA) merupakan bank pertama yang berani mengoperasikan *E-banking* secara masif di Indonesia melalui situs Klik BCA. *Klik* BCA milik bank BCA ini diamankan menggunakan enkripsi SSL 2048 bit dan fasilitas firewall. Berikut urutan bank yang menggunakan *electronic banking* yang dirangkum oleh Marezco dalam (<https://tonnymarezco-.wordpress.com/2014-04-17-sejarah-internet-banking/>) yaitu:

1. Bank Sentral Asia (BCA), 2001
2. Bank Mandiri, 2003
3. Bank PermataNet, 2005
4. Bank Permata e-Business, 2006
5. Bank Negara Indonesia dan Bank Lippo , 2007
6. Bank Danamon Indonesia, 2008
7. Bank Rakyat Indonesia, 2009
8. Bank Mega, 2010

### **Pengertian Electronic Banking**

Kemajuan pesat teknologi baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem *host to host*, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik (Supriyono, 2011: 66).

Perbankan Elektronik atau *E-Banking* yang juga dikenal dengan istilah internet banking ini adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan

transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank dilengkapi sistem keamanan.

Menurut Clarke (dalam Indah, 2016: 547), *E-Banking* adalah “Penyediaan jasa perbankan pada sektor retail dan skala kecil melalui saluran elektronik”.

### **Perkembangan transaksi Electronic Banking**

Ada beberapa bidang teknologi yang saling berkaitan dan sangat berpengaruh dalam perkembangan *E-Banking* menurut Supriyono (2011:68) yaitu:

1. Hardware  
Perkembangan hardware tertuju kepada perkembangan teknologi mikroprosesor (sebagai otak dari computer). Peningkatan kemampuan mikroprosesor dalam melakukan jumlah instruksi per detik dan peningkatan kemampuan multitasking dan lain-lain.
2. Software  
Menyangkut ke perkembangan dan kemampuan aplikasi program.
3. Teknologi Komunikasi Data  
Internet, TV Digital, pelayanan data service merupakan contoh dari teknologi komunikasi data.
4. Host to Host  
Ini berkaitan dengan hubungan kerjasama antara pihak bank dengan pihak lain. Sebagai contoh, pembayaran rekening listrik dapat dibayar di bank Yellow via ATM bank Yellow. Maka server bank Yellow harus dapat berhubungan dengan server PLN (Host to Host) untuk komunikasi data.

### **Produk-produk Electronic Banking**

Tampubolon (2015: 6- 22) merangkum produk yang termasuk dalam layanan *E-Banking*, yaitu:

1. ATM (Automated Teller Machine)  
ATM atau yang lebih dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri merupakan suatu terminal/mesin computer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari teller ataupun petugas bank lainnya.

2. EDC (Electronic Data Capture)  
EDC merupakan suatu perangkat/terminal yang dapat digunakan untuk bertransaksi menggunakan kartu debit/kredit/prabayar di merchant atau toko.
3. Internet Banking  
Internet Banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapat informasi lainnya melalui website milik bank.
4. SMS Banking  
SMS Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone dengan menggunakan media SMS (*Short Message Service*)
5. Mobile Banking  
Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone.
6. E-Commerce  
E-Commerce atau perdagangan electronic merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi. Melalui e-commerce, pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi secara online.
7. Phone Banking  
Phone banking (call center) adalah layanan untuk bertransaksi perbankan atau mendapatkan informasi perbankan lewat telepon dengan menghubungi nomor layanan pada bank yang dapat diakses selama 24 jam.

### **Jenis Transaksi Electronic Banking**

Supriyono (2011: 66) menyebutkan berbagai macam jenis transaksi yang dapat dilakukan, yaitu:

1. Transfer dana atau pemindahan dana
  - a. Dua rekening di bank yang sama
  - b. Rekening di bank yang berbeda, misalnya rekening di bank A ke rekening di bank B
  - c. Dan lain-lain
2. Informasi
  1. Saldo
  2. Transaksi
  3. Dan lain-lain
3. Pembayaran

- a. Listrik
  - b. Handphone berbagai operator
  - c. Iuran TV kabel
  - d. PBB
  - e. Kartu Kredit
  - f. Dan lain-lain
4. Pembelian
- a. Pulsa telepon berbagai operator
  - b. Pulsa PLN Prabayar
  - c. Dan lain-lain (masih bisa dikembangkan)

### **Keuntungan Penggunaan Electronic Banking**

Supriyono (2011: 70) menyebut beberapa keuntungan dari penggunaan *E-banking*, yaitu:

1. Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja.
2. Sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui computer dan/atau handphone, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Efisiensi waktu dan efisiensi biaya.
3. Electronic banking dilengkapi dengan *security user ID* dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan KeyToken alat tambahan untuk mengamankan transaksi.

### **Risiko Penggunaan Electronic Banking**

Risiko yang banyak terjadi adalah adanya orang atau kelompok orang yang sengaja melakukan kegiatan phising. Phising artinya mereka membuat situs yang mirip dengan situs bank aslinya, sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama persis menyerupai aslinya (Supriyono, 2011: 70).

Pelaku phising akan mendapatkan informasi yang sangat rahasia; user name dan nomor PIN. Dengan informasi lengkap ini mereka akan bebas bergerak memindahkan dana nasabah ke rekening mana yang mereka mau.

## Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama penelitian ini terlihat dalam Tabel 2.1 berikut:

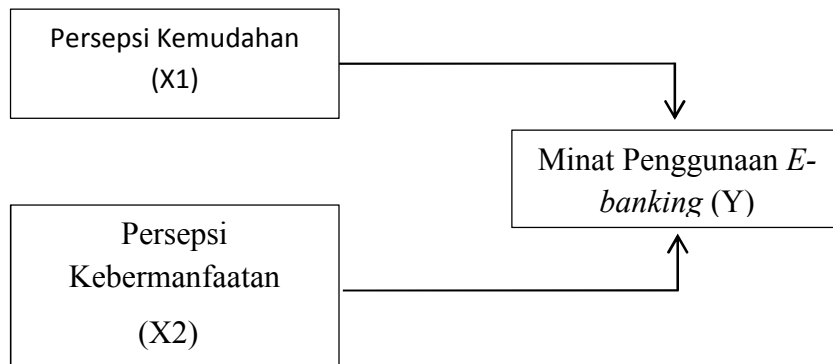
**Tabel 2.1**  
**Penelitian terdahulu**

| No. | Nama Peneliti                  | Judul Peneliti   | Variabel   | Kesimpulan   |
|-----|--------------------------------|--|--|--|
| 1.  | Rezza Resita Himata (2018)     | Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo) | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persepsi manfaat</li> <li>▪ Persepsi kemudahan</li> <li>▪ Sikap</li> <li>▪ Minat</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</li> <li>▪ Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>Mobile Banking</i></li> <li>▪ Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat</li> <li>▪ Sikap tidak berpengaruh sebagai variabel mediasi antara pengaruh persepsi manfaat terhadap minat.</li> </ul>                 |
| 2.  | Priestiani Putri Rahayu (2019) | Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persepsi kegunaan</li> <li>▪ Persepsi kemudahan</li> <li>▪ Persepsi kepercayaan</li> <li>▪ Persepsi kenyamanan</li> <li>▪ Minat penggunaan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terhadap pengaruh positif dan signifikan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan</li> <li>▪ Terhadap pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan</li> <li>▪ Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan</li> <li>▪ Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan.</li> </ul> |
| 3.  | Yana Amaliah (2019)            | Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi pada Nasabah Perbankan <i>Internet Banking</i> di BRI Kantor Cabang Puwokerto)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persepsi kemudahan</li> <li>▪ Persepsi manfaat</li> <li>▪ Persepsi kepercayaan</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ada pengaruh antara persepsi kemudahan dengan minat menggunakan <i>internet banking</i> pada BRI Kantor Cabang Purwokerto</li> <li>▪ Ada pengaruh antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan <i>internet banking</i></li> <li>▪ Ada pengaruh antara persepsi kepercayaan dengan minat menggunakan <i>internet banking</i></li> </ul>  |

## Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara

panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Adapun variabel yang akan diteliti oleh penulis pada penelitian ini yaitu:



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

Keterangan:

→ = Hubungan antara masing-masing variabel

X1 = Persepsi kemudahan *E-banking*

X2 = Persepsi kebermanfaatan *E-banking*

Y = Minat penggunaan *E-banking*

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan dengan didukung dengan teori yang relevan, maka hipotesis atau jawaban sementara dapat dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0: \rho = 0$  Tidak terdapat hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan  
 $H_a: \rho \neq 0$  Terdapat hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

2.  $H_0: \rho = 0$  Tidak terdapat hubungan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

$H_a: \rho \neq 0$  Terdapat hubungan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode kuantitatif korelasional. Noor (2011: 38) menyatakan bahwa “Metode kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel”. Sedangkan metode penelitian korelasional adalah bentuk penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya hubungan antara dua atau lebih variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas, yaitu: Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan dengan variabel terikat yaitu: Minat Penggunaan *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk di Kota Medan.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi

Tempat dilakukannya penelitian ini yaitu di kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Keputusan pemilihan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia memiliki jumlah nasabah yang banyak di kota Medan dan *E-banking* telah digunakan oleh banyak orang di Kota Medan.



## 2. Waktu

Jadwal penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

| NO | KEGIATAN                     | WAKTU KEGIATAN |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
|----|------------------------------|----------------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|
|    |                              | Feb-21         |   |   |   | Mar-21 |   |   |   | Apr-21 |   |   |   | Mei-21 |   |   |   | Jun-21 |   |   |   | Jul-21 |   |   |   | Agu-21 |   |   |   |
|    |                              | 1              | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Pengajuan Judul              |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 2  | ACC Judul                    |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 3  | Persetujuan Pembimbing       |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 4  | Penyusunan Proposal          |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 5  | Bimbingan Proposal           |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 6  | Seminar Proposal             |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 7  | Revisi Proposal              |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 8  | Pengumpulan Data             |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 9  | Pengolahan dan Analisis Data |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 10 | Bimbingan Skripsi            |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| 11 | Periksa Buku                 |                |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |

## Populasi dan Sampel Penelitian

### Populasi

Populasi menurut Fraenkel dan Wallen (dalam Winarni, 2018: 38) adalah “Kelompok yang menarik peneliti, dimana kelompok tersebut oleh peneliti dijadikan sebagai objek untuk mengeneralisasikan hasil penelitian”.

Sedangkan menurut Yusuf (2014: 145) mendefinisikan populasi sebagai “Totalitas semua nilai-nilai yang mungkin dari pada karakteristik tertentu sejumlah objek yang ingin dipelajari sifatnya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *E-banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan

### **Sampel**

Menurut Yusuf (2014: 150), menyatakan pengertian sampel sebagai “Sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut”. Sedangkan menurut Winarni (2018: 40), sampel adalah “bagian integral yang tak dapat dipisahkan dengan populasi dan menjadi cermin dari populasi ‘potret’ sampel yang seharusnya menjadi ‘wajah’ populasi”.

Dalam penelitian ini metode penarikan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah Non Probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pemilihan sampel yang tidak berdasarkan atas hukum probabilitas, dan oleh sebab itu tidak mengharuskan adanya peluang yang sama terhadap anggota populasi untuk dipilih, pemilihannya berdasarkan kriteria-kriteria subjektif tertentu, namun kriterianya harus tetap jelas sehingga tidak menimbulkan bias. Jenis Non Probability Sampling yang peneliti pilih yaitu Purposive Sampling. Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti, yang tidak murni berdasarkan kriteria subjektif si peneliti, namun didasarkan pada tujuan (*purposive*) dan pertimbangan-pertimbangan (*judgment*) tertentu.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan dijadikan subjek penelitian yaitu sebanyak 150 orang, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki rekening BRI

2. Sudah lama menjadi nasabah BRI setidaknya 1 tahun lamanya
3. Berada di Kota Medan
4. Menggunakan *E-banking*

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dari objek penelitian secara langsung.

Data ini dapat diperoleh dengan cara mengisi kuesioner. Kuesioner berasal dari bahasa Latin: *Questionnaire*, yang berarti suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.

### **Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang dibuat dengan spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran dengan tujuan agar pembaca memiliki pengertian yang sama dengan si penulis.

Metode pemecahan masalah terhadap objek pembahasan ditentukan dengan menetapkan variabel penelitian yang dijabarkan ke dalam sub variabel. Setelah itu akan dijabarkan ke dalam indikator. Indikator tersebut akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument (alat ukur) yang dapat berubah pernyataan atau pertanyaan.

### **Tabel 3.2**

### Definisi Operasional

| Variabel                     | Definisi  | Indikator  |
|------------------------------|---|--|
| Persepsi Kemudahan (X1)      | Persepsi kemudahan penggunaan sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami dan digunakan               | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistem sangat mudah dipelajari</li> <li>▪ Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna</li> <li>▪ Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan sistem tersebut</li> <li>▪ Sistem sangat mudah untuk dioperasikan</li> </ul>                       |
| Persepsi Kebermanfaatan (X2) | Persepsi kebermanfaatan merupakan suatu sistem yang digunakan memberikan keuntungan   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (<i>improves job performance</i>)</li> <li>▪ Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (<i>inhances effectiveness</i>)</li> <li>▪ Penggunaan sistem dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja</li> </ul> |
| Minat penggunaan (Y)         | Minat penggunaan merupakan suatu keputusan subjektif dari konsumen tentang kemungkinan kesediaan untuk menggunakan produk di masa depan | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berencana menggunakan</li> <li>▪ Memilih menggunakan</li> <li>▪ Terus menggunakan</li> </ul>  |

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data dari subjek penelitian yaitu angket.

Dalam penelitian ini, angket akan digunakan menggunakan skala likert. Berikut merupakan tabel pengukuran angket dengan menggunakan skala likert:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

| NO | JAWABAN                   | SKOR |
|----|---------------------------|------|
| 1  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |
| 2  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 3  | Kurang Setuju (KS)        | 3    |
| 4  | Setuju (S)                | 4    |
| 5  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |

*Sumber: Sudaryono (2017: 191)*

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas Instrumen

Menurut Noor (2011: 132), “Validitas/ kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur”. Menurut Sujarweni (2015: 192) menyebutkan “Untuk mendapatkan validitas, hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df$  (degree of freedom) =  $n - 2$  dengan sig 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid”. Adapun rumus manual yang sering digunakan untuk menguji validitasi kecocokan atau keabsahan suatu alat ukur, yaitu dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment dibawah ini :

**Rumus :**

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

**Keterangan :**

|           |   |                                      |
|-----------|---|--------------------------------------|
| $r_{xy}$  | = | Angka indeks korelasi antara X dan Y |
| $n$       | = | Jumlah sampel                        |
| $\sum xy$ | = | Jumlah perkalian antara skor X dan Y |
| $\sum x$  | = | Skor variabel bebas (X)              |
| $\sum y$  | = | Skor variabel terikat (Y)            |

**Uji Reliabilitas Instrumen**

Menurut Noor (2011: 130), “Reliabilitas/ keterandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan”. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner.

Berikut rumus Alpha Cronbach yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas, sebagai berikut :

**Rumus :**

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Keterangan :**

|                   |   |  |
|-------------------|---|--|
| $\alpha$          | = | Koefisien reliabilitas instrumen           |
| $k$               | = | Banyaknya butir pertanyaan dalam instrumen |
| $\sum \sigma_i^2$ | = | Jumlah varians butir instrumen             |
| $\sigma_t^2$      | = | Varians skor total                         |

Menurut Sujarweni (2015:192), “Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan”. Lalu ia juga menambahkan, “jika nilai Cronbach Alpha dinyatakan reliabel harus  $> 0,60$  baru bisa dikatakan reliabel”.

## **Analisis Data**

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen (dalam Yusuf, 2014: 400) yaitu:

Suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain.

### **Uji Statistik Deskriptif**

Uji statistik deskriptif merupakan beberapa metode yang berkaitan dengan pengumpulan suatu data yang mengolah menjadikan sebuah informasi yang dapat berguna dalam suatu penelitian. Uji statistik deskriptif ini dapat juga dilakukan untuk menganalisis data melalui pendeskripsian data yang telah dikumpulkan lalu membuat satu kesimpulan yang berupa informasi.

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2016: 21), adalah “statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (generalisasi/inferensi)”.

### **Uji Persyaratan Analisis**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: >

- a. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal

b. Jika Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

## 2. Uji Linieritas

Uji Linieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini melihat bagaimana variabel (X) mempengaruhi variabel (Y), baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik. Uji linieritas ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linear.

### Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016:228), “Teknik korelasi digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio, dan sumber dari dua variabel atau lebih tersebut sama”. Uji ini merupakan hal yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan sebelumnya secara statistik lalu menarik suatu kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat sebelumnya. Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dapat menggunakan teknik Korelasi Product Moment menurut Sugiyono (2016:228), yaitu sebagai berikut :

**Rumus :**

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

**Keterangan :**



|           |   |                                      |
|-----------|---|--------------------------------------|
| $r_{xy}$  | = | Angka indeks korelasi antara X dan Y |
| $n$       | = | Jumlah sampel                        |
| $\sum xy$ | = | Jumlah perkalian antara skor X dan Y |
| $\sum x$  | = | Skor variabel bebas (X)              |
| $\sum y$  | = | Skor variabel terikat (Y)            |

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

**Tabel 3.4**  
**Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199              | Sangat Rendah           |
| 0,20 – 0,399              | Rendah                  |
| 0,40 – 0,599              | Sedang                  |
| 0,60 – 0,799              | Kuat                    |
| 0,80 – 1,000              | Sangat kuat             |

*Sumber: Sugiyono (2016: 231)*

Dari hipotesis yang telah dibahas sebelumnya sebagai dugaan sementara, maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-banking* Bank BRI dan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *E-banking* Bank BRI. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk menentukan terdapat atau tidak terdapat hubungan adalah dengan cara melihat nilai signifikansi dengan kriteria:

a). Jika nilai sig  $> 0,05$  maka **H<sub>0</sub> diterima** dan **H<sub>a</sub> ditolak** ; b). Jika nilai sig  $< 0,05$  maka **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>a</sub> diterima**. Selain itu, cara kedua untuk mengetahuinya adanya hubungan antara kedua variabel yaitu melalui perbandingan nilai *Pearson correlation* dengan  $r_{tabel}$  dimana: a). Jika nilai *Pearson correlation* lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>a</sub> diterima** ; b).

Jika nilai *Pearson correlation* lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka **H<sub>0</sub>** diterima dan **H<sub>a</sub>** ditolak.

