

# PENGARUH PERSEPSI NASABAH ATAS RISIKO, KEPERCAYAAN, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)

Muhammad Fadhli\*<sup>1</sup>, Rudy Fachruddin\*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala  
e-mail: asfadhlii@gmail.com\*<sup>1</sup>

## *Abstract*

*The research examines the influence of Customers Perceived of Risk, Trust, Usefulness, and Ease of Use on the use of Internet Banking. The results of this study are expected to contribute to the Banks in order to enhancement service programs that easier for its customers. The object of this study is the Banks customers in Banda Aceh city who use internet banking. samples were taken by purposive sampling method. There are 100 samples of the data that become the object to be researched. The results of this research show that simultaneous of Perceived of Risk, Trust, Usefulness, and Ease of Use have effect on the use of Internet Banking. Partially the research shows that Perceived of Trust, Usefulness, and Ease of Use have positive effect on the use of Internet Banking, and Perceived of Risk have negative effect on the use of Internet Banking.*

**Keywords:** *Perceived of risk, trust, usefulness, ease of use, and the use of internet banking*

## 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, penggunaan internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* tersebut berdampak terhadap industri perbankan, dimana terjadinya perubahan besar dari sistem perbankan tradisional menjadi *electronic banking*. Minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan layanan elektronik perbankan sangat tinggi Hal ini dapat dilihat dari masuknya situs-situs perbankan seperti Bank BCA, Bank BNI dan Bank Mandiri ke dalam peringkat situs 100 *top website* Indonesia versi Alexa.com (layanan pemeringkat situs).

Berdasarkan data dari alexa tersebut, mengindikasikan bahwa tingginya masyarakat Indonesia yang memanfaatkan teknologi informasi perbankan. Menurut Davis (1989), pemanfaatan teknologi informasi dapat diukur dengan menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) yang merupakan hasil pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. TAM merupakan teori tindakan yang beralasan dengan satu asumsi bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi dari pengguna teknologi informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah

persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi.

Teknologi informasi yang dijadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah teknologi internet banking. Internet banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan (Nurastuti, 2011:113).

Dari Salah satu fenomena dalam penelitian ini adalah dikarenakan fasilitas internet banking merupakan suatu inovasi dari kemajuan teknologi. Untuk diterimanya teknologi internet banking tersebut dalam masyarakat, dibutuhkan beberapa ukuran atau parameter yang dapat memotivasi masyarakat tersebut menerima pelayanan internet banking. Dalam penelitian ini digunakan parameter persepsi dari risiko, kepercayaan dan pemanfaatan serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas internet banking tersebut. Persepsi risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas internet banking. Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal seperti serangan hacker dan lain sebagainya. Dengan adanyaantisipasi dan jaminan dari bank terkait risiko tersebut, diharapkan dapat melahirkan sikap kepercayaan dari para nasabah untuk mencoba fasilitas internet banking, sehingga nasabah dapat

menerima manfaatnya. Manfaat tersebut salah satunya dapat memotivasi nasabah dalam menggunakan fasilitas internet banking tersebut.

#### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Apakah terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 2) Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 3) Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 4) Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 5) Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.

#### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui apakah persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 2) Untuk mengetahui apakah persepsi risiko berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 3) Untuk mengetahui apakah persepsi kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 4) Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh
- 5) Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh

#### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain, yaitu:

- 1) Bagi akademisi, dapat dijadikan referensi sebagai penelitian sejenis dimasa yang akan datang,
- 2) Bagi perbankan, dapat dijadikan suatu referensi dalam peningkatan program pelayanan *internet banking* khususnya di wilayah Kota Banda Aceh, dan
- 3) Bagi masyarakat, sebagai pengetahuan mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan fasilitas *internet banking*.

## **2. KERANGKA TEORI DAN PERUMUSAN MASALAH**

### **Internet Banking**

Menurut Nurastuti (2011:113), *internet banking* merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan internet banking merupakan penggunaan internet sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan. Jasa-jasa yang diberikan melalui penggunaan internet banking adalah jasa-jasa yang juga diberikan melalui perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan dan melakukan transfer dana antar rekening. Selain itu juga terdapat jenis layanan baru seperti tagihan pembayaran elektronik yang memungkinkan nasabah untuk menerima dan melakukan pembayaran melalui internet banking.

### **Persepsi Risiko**

Menurut Yudha (2015), risiko adalah suatu keadaan tidak pasti yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Pertimbangan tersebut berupa jarak dan suasana impersonal dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Dari pernyataan di atas, dapat dijelaskan persepsi risiko merupakan anggapan risiko menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atau situasi. Besarnya persepsi nasabah mengenai risiko mempengaruhi besarnya minat nasabah terhadap *internet banking* dan sistem dari *internet banking* tersebut.

### **Persepsi Kepercayaan**

Persepsi Dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Pihak bank memerlukan

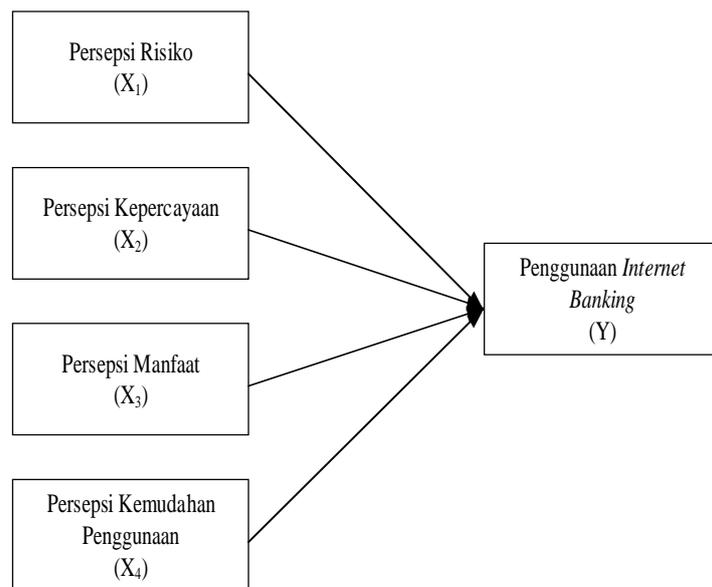
nasabah atau pelanggan yang loyal (customer loyalty) yang percaya terhadap eksekusi jasa elektronik agar bank dapat mempertahankan eksistensinya dalam era online banking. Seiring dengan maraknya kejahatan elektronik seperti pembobolan akun (account hacking), faktor kepercayaan (trust) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan internet banking dalam transaksi perbankan. Oleh karena itu, tingkat persepsi kepercayaan nasabah terhadap teknologi internet banking suatu perbankan sangat menentukan keputusan nasabah tersebut dalam menggunakan layanan internet banking. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap kemampuan pihak bank dalam menjamin nasabah merasa menguntungkan serta tidak merasa dirugikan, salah satu caranya yaitu dengan cara menjaga nama baik perbankan tersebut (goodwill).

**Persepsi Manfaat**

Menurut Cahyo (2014), persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) merupakan *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Jadi, persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks penggunaan internet banking, persepsi manfaat dapat dinyatakan bahwa penggunaan internet banking dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan internet banking apabila orang tersebut mempercayai bahwa internet banking dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, tingkat persepsi manfaat internet banking mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan layanan internet banking tersebut.

**Persepsi Kemudahan penggunaan**

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, Persepsi Kemudahan Penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan pada *internet banking* ini dimaksudkan agar nasabah dapat menggunakan layanan online banking dengan mudah, baik itu mudah dipelajari, mudah dimengerti, mudah menguasai, dan tentunya mudah untuk digunakan. Dengan adanya kemudahan tersebut, diharapkan nasabah dapat dengan baik dan senang serta termotivasi melakukan transaksi dalam layanan *internet banking*. Gambar skema Kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

**3. METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Jenis investigasi dalam penelitian ini yaitu studi kausal (Causal Study). Studi kausal adalah studi yang dilakukan untuk menyatakan bahwa variabel independen menyebabkan atau mempengaruhi variabel dependen (Sekaran, 2006:164). Tingkat intervensi dalam penelitian ini adalah intervensi minimal, yaitu hanya mengumpulkan data dan kemudian menganalisisnya. Situasi studi dalam penelitian ini adalah situasi tidak diatur, tanpa intervensi peneliti terhadap sumber data di lapangan. Unit analisis merujuk pada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data selanjutnya (Sekaran, 2006:173). Unit analisis dalam penelitian ini adalah unit analisis individu yang terlibat dalam penggunaan fasilitas pelayanan internet banking pada perbankan umum di Kota Banda Aceh. Horizon waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi cross sectional, yaitu data yang hanya sekali dikumpulkan pada suatu batas waktu dalam rangka menjawab pernyataan penelitian

populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank umum di Kota Banda Aceh dengan karakteristiknya adalah yang menggunakan fasilitas internet banking. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel, yang dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012:122), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana dalam

penelitian ini yang menjadi pertimbangan tertentu, yaitu:

- 1) Responden merupakan nasabah pada salah satu dari keempat bank yang ditentukan peneliti (Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI dan Bank BCA).
- 2) Responden memiliki fasilitas akses *internet banking* pada salah satu dari keempat bank tersebut, dan
- 3) Responden pernah melakukan transaksi dengan *internet banking*.

Dikarenakan jumlah populasi relatif besar dan tidak dapat diidentifikasi secara pasti jumlahnya, maka mengacu kepada pendapat Ferdinand dalam Yudha (2015), yang menyatakan bahwa dalam penelitian multivariate besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen, dan dalam penelitian ini memiliki 4 variabel independen sehingga membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui persepsi atau pendapat para responden terkait dengan penggunaan fasilitas *internet banking*, yang diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:132). Dalam penelitian ini skala yang digunakan berisi 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu:

**Tabel 1**  
**Skala Pengukuran Dalam Data**  
**(Skala Likert)**

No	Keterangan	Skor (+)
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono (2012:132)

### Operasional Variabel

Dalam Penelitian ini terdapat dua tipe variabel yang akan digunakan yaitu variabel independen (*independent variable*) dan variabel dependen (*dependent variable*). Secara ringkas, operasional variabel dapat dilihat pada tabel Tabel 2.

### Metode analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yang dikarenakan penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), dengan persamaannya sebagai berikut:

$$Y = + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + {}_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = *Internet Banking*
- X<sub>1</sub> = Persepsi risiko
- X<sub>2</sub> = Persepsi kepercayaan
- X<sub>3</sub> = Persepsi manfaat
- X<sub>4</sub> = Persepsi kemudahan penggunaan
- = Konstanta
- = Koefisien regresi
- e = *error term*

dasar pengambilan keputusan dalam uji analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 (α = 5%). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak (Koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, dan
- 2) Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka hipotesis diterima (Koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### Rancangan Pengujian Hipotesis Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Pengujian hipotesis secara simultan disebut juga dengan Uji-F statistik. Berikut rancangan pengujian hipotesis untuk uji-F, yaitu sebagai berikut:

H<sub>01</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

H<sub>a1</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

Dengan kriteria penerimaan hipotesis, yaitu:  
Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak  
Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

### Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Pengujian hipotesis secara parsial untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual atau parsial dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian secara parsial disebut juga dengan uji-T statistik. Berikut rancangan pengujian hipotesis untuk uji-T, yaitu sebagai berikut:

- H<sub>02</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>a2</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>03</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>a3</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>04</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>a4</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>05</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*
- H<sub>a5</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

Dengan kriteria penerimaan hipotesis, yaitu:

Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

### Pengujian Kualitas Data

#### Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan. Dalam penelitian ini, penentuan validitas dapat dilakukan dengan mencari nilai korelasi skor masing-masing item dengan skor total item untuk setiap variabel. Kemudian nilai R<sub>hitung</sub> yang diperoleh dari korelasi tersebut dibandingkan dengan nilai R<sub>tabel</sub> pada tingkat keyakinan 95%, dengan ketentuan apabila nilai R<sub>hitung</sub> > R<sub>tabel</sub> item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai R<sub>hitung</sub> < R<sub>tabel</sub> maka item pernyataan tersebut tidak valid.

#### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data telah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala

tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Tolak ukur reliabilitas suatu kuisioner adalah nilai *cronbach alpha* yang diperoleh melalui perhitungan statistik. Nilai *cronbach alpha* minimum yang dapat diterima adalah 0,60. Hal ini berarti suatu kuisioner dinyatakan handal apabila nilai *cronbach alpha* yang diperoleh berada diatas 0,60.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Menurut Sarjono dan Julianita (2011:53), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki nilai rata-rata dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas dapat dihitung dengan bantuan program SPSS. Hasil dari pengujian normalitas pada SPSS dapat dilihat melalui tabel *output test of normality* pada kolom *sig kolmogorov-smirnov*. Pedoman pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas <0,05, distribusi tidak normal,
- 2) Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas >0,05, distribusi normal.

##### Uji Multikolinearitas

Menurut Sarjono dan Julianita (2011:53), uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Hubungan linear antar variabel inilah yang disebut dengan multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi (multikolinieritas) antar variabel independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Deskripsi responden bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik umum responden yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi usia, pendidikan, jenis kelamin serta pekerjaan dari masing-masing para responden. Hasil deskripsi responden dalam penelitian ini dapat dengan ringkasannya disajikan pada tabel 3.

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan sebagian besar berusia antara 20 tahun sampai dengan 29 tahun dan rata-rata pendidikannya sudah sarjana. Kemudian dari aspek

pekerjaannya, sebagian besar responden yang digunakan dalam penelitian ini berprofesi sebagai pegawai swasta, dengan jenis kelaminnya didominasi oleh pria.

### Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan tanggapan para responden terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Tanggapan para responden terlebih dulu dikonversikan ke dalam bentuk interval dengan menggunakan skala likert. Berikut penjelasan deskripsi masing-masing variabel.

#### 1) Persepsi Risiko (*Risk*)

Persepsi risiko merupakan anggapan risiko yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atau situasi. . Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju atau peduli terhadap risiko yang akan dihadapinya dalam menggunakan fasilitas *internet banking*, baik itu risiko keamanan internal seperti kegagalan sistem maupun risiko eksternal seperti serangan *hacker*, maupun risiko lainnya seperti risiko *confidential* atau jaminan kerahasiaan dan jaminan keamanan bertransaksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel persepsi risiko sebesar 4,08 pada satuan skala Likert.\

#### 2) Persepsi Kepercayaan (*Trust*)

Persepsi kepercayaan mengacu pada suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju atau merasa percaya dalam menggunakan fasilitas *internet banking*, baik itu dikarenakan nama baik suatu bank (*goodwill*), kemampuan suatu bank, ataupun dampak baik yang dirasakannya dan tidak merasa dirugikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel persepsi kepercayaan sebesar 3,85 pada satuan skala Likert.

#### 3) Persepsi Manfaat (*Usefulness*)

Persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Deskripsi variabel persepsi manfaat dalam. dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju atau merasa bermanfaat menggunakan fasilitas *internet banking*, baik itu manfaat yang dirasakannya dari aspek peningkatan produktivitas dan efektivitas kerja, ataupun manfaat yang membuat pekerjaannya menjadi lebih cepat dan fleksibel. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata

variabel persepsi manfaat sebesar 4,22 pada satuan skala Likert.

#### 4) Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa *internet banking* membawa suatu kemudahan bagi penggunanya. Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju atau merasa mudah dalam menggunakan fasilitas *internet banking*, baik itu mudah dipelajari dan terawasi, serta jelas dan mudah dimengerti, mudah dikuasai dan mudah digunakan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* sebesar 4,02 pada satuan skala Likert.

#### 5) Penggunaan Internet Banking

*Internet banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju dalam menerapkan atau menggunakan *internet banking*, yang dapat dilihat dari frekuensi penggunaannya serta konsisten, keberagaman transaksi (diversitas) dan tentunya sesuai dengan kebutuhan para penggunanya. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel penggunaan *internet banking* sebesar 4,05 pada satuan skala Likert.

### Pengujian Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menggunakan SPSS (*statistical package for social science*) versi 21. Pengujian validitas bertujuan untuk melihat valid tidaknya suatu indikator yang digunakan dalam suatu variabel penelitian, dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , maka indikator suatu variabel dinyatakan valid, dan
- Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$ , maka indikator suatu variabel dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui semua nilai  $r_{hitung}$  indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  pada jumlah sampel ( $n$ ) 100, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

### Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji kehandalan (reliabel) setiap indikator pernyataan kuisioner yang digunakan, dengan dasar keputusannya mengacu kepada nilai *cronbach alpha* yang lazim

digunakan untuk penelitian ilmu sosial, dimana jika nilai *cronbach alpha* variabel lebih besar dari 0,60, maka indikator pernyataan dinyatakan handal (reliabel) begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui semua nilai *cronbach alpha* setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai ketentuan batas minimum yaitu 0,600, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah handal (reliabel).

### Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidak normalnya suatu distribusi data, dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas <0,05, maka distribusi datanya tidak normal, dan
- Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas >0,05, maka distribusi datanya normal.

Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran VII huruf (a) tentang pengujian normalitas, dengan ringkasannya disajikan pada tabel 6.

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui besarnya nilai VIF dari keempat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini lebih kecil dari 10, dan nilai *tolerancenya* lebih besar dari 0,1, sehingga dapat dinyatakan bahwa keempat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

### Pengujian Regresi Linear

Pengujian regresi linear bertujuan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, beserta arah dan besarnya pengaruh.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi persepsi risiko (*risk*), persepsi kepercayaan (*trust*), persepsi manfaat (*usefulness*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*), dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan *internet banking*.

Hasil pengujian regresi linear dalam penelitian ini dapat dilihat dengan ringkasannya pada tabel 7.

Berdasarkan tabel 7, maka dapat diperoleh persamaan linear yaitu:

$$Y = 2,374 - 0,244 + 0,282 + 0,403 + 0,273 + e$$

Dari persamaan linear di atas, maka dapat dijelaskan yaitu:

- 1) Nilai konstanta ( ) sebesar 2,374 yang berarti bahwa apabila tidak ada keempat variabel independen atau keempat variabel tersebut dianggap konstan atau tetap, maka besarnya tingkat nasabah bank dalam menggunakan fasilitas *internet banking* sebesar 2,374 pada satuan skala likert.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel independen I (  $X_1$  ) sebesar -0,244 yang berarti apabila terjadi peningkatan risiko penggunaan *internet banking*, maka tingkat nasabah bank menggunakan fasilitas *internet banking* akan menurun sebesar 24,4%.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel independen II (  $X_2$  ) sebesar 0,282 yang berarti apabila terjadi peningkatan kepercayaan nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*, maka tingkat penggunaan fasilitas *internet banking* akan meningkat sebesar 28,2%.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel independen III (  $X_3$  ) sebesar 0,403 yang berarti apabila manfaat penggunaan *internet banking* yang dirasakan nasabah suatu bank semakin meningkat, maka meningkat pula tingkat penggunaan fasilitas *internet banking* pada bank tersebut sebesar 40,3%.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel independen IV (  $X_4$  ) sebesar 0,273 yang berarti apabila kemudahan penggunaan *internet banking* semakin mudah, maka kemudahan tersebut dapat meningkatkan tingkat penggunaan fasilitas *internet banking* oleh nasabah suatu bank sebesar 27,3%.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Simultan

#### 1) Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

$H_{01}$ : Terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

$H_{a1}$ : Tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear yang telah disajikan pada tabel 7, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6,166 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,47 (lihat lampiran XII pada  $df_{(n-k)}$  untuk penyebut 95 dan  $df$  untuk pembilang 4), dimana nilai  $F_{hitung}$  lebih besar (>) dari nilai  $F_{tabel}$ , yang berarti menerima  $H_{01}$  dan menolak  $H_{a1}$ . Artinya terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* para nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.

#### Uji Parsial

#### 2) Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

$H_{02}$ : Terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*

$H_{a2}$ : Tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*

**3) Hipotesis Ketiga (H<sub>3</sub>)**

H<sub>03</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*

H<sub>a3</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*

**4) Hipotesis Keempat (H<sub>4</sub>)**

H<sub>04</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*

H<sub>a4</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*

**5) Hipotesis Kelima (H<sub>5</sub>)**

H<sub>05</sub>: Terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

H<sub>a5</sub>: Tidak terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear yang telah disajikan pada tabel 7, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari keempat variabel independen, yaitu variabel persepsi risiko dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,365, variabel persepsi kepercayaan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,968, variabel persepsi manfaat dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,302, dan variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,767, dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 (lihat lampiran XIII pada  $df_{(n-k)}$  95 dengan tingkat signifikan 0,050), dimana nilai  $t_{hitung}$  lebih besar ( $>$ ) dari nilai  $t_{tabel}$ , yang berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , artinya setiap variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking* para nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN****Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian statistik untuk menguji pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh, maka peneliti dapat menyimpulkan yaitu sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh, dengan besarnya pengaruh sebesar 71,8%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya, baik itu seperti kualitas pelayanan, kualitas sistem, perilaku nasabah, dan lain sebagainya.
- 2) Secara parsial, persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif

terhadap penggunaan *internet banking*, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.

**Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya:

- 1) Penelitian ini hanya menguji empat persepsi para nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*, sehingga diperlukan tambahan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat penggunaan *internet banking*, baik itu yang berkaitan dengan sistem pelayanan ataupun perilaku nasabah, dan
- 2) Penelitian ini menggunakan data atau menggunakan kuesioner dalam memperoleh data. Permasalahan subjektivitas dan keseriusan para responden dalam mengisi kuesioner merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan oleh peneliti.

**Saran****Saran Untuk Pengembangan Teori**

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang dikemukakan di atas, maka peneliti dapat menyarankan yaitu sebagai berikut:

- 1) Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan lagi hasil dari penelitian ini seperti penambahan variabel penelitian, seperti kualitas sistem, kualitas pelayanan, perilaku nasabah, dan lainnya, dan
- 2) Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengubah atau menambah teknik pengumpulan data dengan teknik lainnya, supaya dapat meminimalisir permasalahan subjektivitas dan ketidakseriusan responden, seperti wawancara, dan lain sebagainya.

**Saran Untuk Praktisi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti dapat menyarankan yaitu sebagai berikut:

- 1) Disarankan kepada setiap bank umum untuk terus dilakukannya pengembangan terhadap teknologi *internet banking*, sehingga dapat meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dari sistem tersebut, dan
- 2) Disarankan kepada nasabah-nasabah bank yang menggunakan fasilitas *internet banking*, khususnya di wilayah Kota Banda Aceh untuk selalu selektif dalam menggunakan fasilitas-fasilitas *bank online*, salah satunya yaitu *internet banking*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adhiputra, Made Wahyu (2015). *Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking*. ISSN 2356 – 4385. Melalui <http://www.pps.unud.ac.id>. (Diakses 18 April 2016)
- alexa.com. *The top 500 sites on the web*. Melalui <http://www.alexa.com/topsites/countries/ID>. (Diakses 25 April 2016)
- Budi (2010). *Sekilas Tentang Technology Acceptance Model (TAM)*. Melalui <https://statistikomputasi.wordpress.com>. (Diakses 25 April 2016)
- Cahyo, Wanardi Yoso Hanur (2014). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Davis, Fred (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 3 : (319-340). Melalui <http://www.jstor.org>. (Diakses 18 April 2016)
- Hartanto, Andi (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Terhadap Bank XYZ)*. Tesis Tidak Dipublikasikan. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hong-lei Song. (2010). *Customer Adoption of Internet banking: An Integration of TAM with Trust, Perceived Risk, and Quality*. School of Business Renmin University of China. Beijing, China. Melalui <http://www.ipublishing.co.in>. (Diakses 18 April 2016)
- id.wikipedia. *Perdagangan Elektronik*. Melalui [https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik). (Diakses 12 Mei 2015).
- Kasmir (2008). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maryono dan Istiana Patmi (2008). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Perpustakaan Nasional
- Nurastuti, Wiji (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Pandia, Frianto (2012). *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta
- Pavlou, Paul (2001). Integrating trust in electronic commerce with the technology acceptance model: model development and validation. *Amcis 2001 proceedings*. Melalui <http://www.aisel.aisnet.org>. (Diakses 25 April 2016)
- Ratnaningrum, Ayu (2013). *Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kota Denpasar*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Bali: Universitas Udayana
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan*.
- Republik Indonesia. *Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/18/DPNP Tahun 2004 Perihal Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet*.
- Robbiyansyah, Reza (2014). *Analisis Faktor-faktor (Nilai Lebih dan Komunikasi) yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking di Bank BNI Syariah'ah KCP Sidoarjo*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Surabaya: UIN Sunan Ampel
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita (2011). *SPSS Vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku 1. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Thompson, Warshaw (1991). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 39 No.5. 912-1102. <http://iris.nyit.edu>. (Diakses 25 April 2016)

Triandaru, Sigit dan Budisantoso, Totok (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat.

Yahyapour, Nima (2008) *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System. Case of Iran*. Thesis. Sweden: Lulea University of Technology Division of Industrial Marketing and E-commerce. <http://www.wseas.us>. (Diakses 25 April 2016)

Yudha, Hafid Nur (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta). *Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, Halaman 1. ISSN: 2337-3806*.

**Tabel 2. Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala
I	Persepsi Risiko	Keamanan Internal	Likert
		Keamanan Eksternal	
		Jaminan Transaksi	
		Jaminan Kerahasiaan Identitas	
II	Persepsi Kepercayaan	<i>Goodwill</i>	Likert
		Kemampuan Perbankan	
		Kebaikan	
		Tidak Merugikan	
III	Persepsi Manfaat	Produktif	Likert
		Efektif	
		Fleksibel	
		Hemat Waktu	
IV	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Mudah dipelajari	Likert
		Mudah dimengerti	
		Mudah menguasai	
		Mudah digunakan	
V	Penggunaan <i>Internet Banking</i>	Frekuensi Penggunaan	Likert
		Konsisten	
		Diversitas Transaksi	
		Sesuai	

**Tabel 3. Deskripsi Responden**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
<b>A.</b>	<b>Usia</b>		
	1. 20 – 29 Tahun	63	63,0%
	2. 30 – 39 Tahun	21	21,0%
	3. 40 – 49 Tahun	14	14,0%
	4. > 50 Tahun	2	2,0%
<b>B.</b>	<b>Pendidikan</b>		
	1. SMA	3	3,0%
	2. Diploma	23	23,0%
	3. Sarjana	68	68,0%
	4. Pascasarjana	6	6,0%
<b>C.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>		
	1. Pria	67	67,0%
	2. Wanita	33	33,0%
<b>D.</b>	<b>Pekerjaan</b>		
	1. Pegawai Negeri	16	16,0%
	2. Pegawai Swasta	44	44,0%
	3. Pegawai BUMN	13	13,0%
	4. Wiraswasta	27	27,0%
<b>E.</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas**

No	Item	Variabel	Koefisien Korelasi ( $R_{Hitung}$ )	Nilai Kritis 5% ( $R_{Tabel}$ )	Ket
1	X <sub>1.a</sub>	Persepsi Risiko ( <i>Risk</i> )	0,854	0,195	Valid
2	X <sub>1.b</sub>		0,938		
3	X <sub>1.c</sub>		0,879		
4	X <sub>1.d</sub>		0,726		
5	X <sub>2.a</sub>	Persepsi Kepercayaan ( <i>Trust</i> )	0,857	0,195	Valid
6	X <sub>2.b</sub>		0,859		
7	X <sub>2.c</sub>		0,908		
8	X <sub>2.d</sub>		0,956		
9	X <sub>3.a</sub>	Persepsi Manfaat ( <i>Usefulness</i> )	0,770	0,195	Valid
10	X <sub>3.b</sub>		0,836		
11	X <sub>3.c</sub>		0,836		
12	X <sub>3.d</sub>		0,803		
13	X <sub>4.a</sub>	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> )	0,892	0,195	Valid
14	X <sub>4.b</sub>		0,827		
15	X <sub>4.c</sub>		0,888		
16	X <sub>4.d</sub>		0,871		
17	Y.a	Penggunaan <i>Internet Banking</i>	0,922	0,195	Valid
18	Y.b		0,878		
19	Y.c		0,830		
20	Y.d		0,881		

**Tabel 5. Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai $\alpha$	Batas Minimum	Ket
1	Persepsi Risiko ( <i>Risk</i> )	4	0,871	0,600	Reliabel
2	Persepsi Kepercayaan ( <i>Trust</i> )	4	0,914	0,600	Reliabel
3	Persepsi Manfaat ( <i>Usefulness</i> )	4	0,823	0,600	Reliabel
4	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> )	4	0,892	0,600	Reliabel
5	Penggunaan <i>Internet Banking</i>	4	0,893	0,600	Reliabel

**Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas**

No	Variabel	Jumlah Item	Sig (2-Tailed)	Distribusi Data 5%	Ket
1	Persepsi Risiko ( <i>Risk</i> )	4	0,955	0,05	Normal
2	Persepsi Kepercayaan ( <i>Trust</i> )	4	0,955	0,05	Normal
3	Persepsi Manfaat ( <i>Usefulness</i> )	4	0,955	0,05	Normal
4	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> )	4	0,955	0,05	Normal
5	Penggunaan <i>Internet Banking</i>	4	0,955	0,05	Normal

**Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linear**

Keterangan	Unstandardized Coefficients		Parsial		Simultan	
	B	Std. Error	T	Sig.	F	Sig.
Konstanta	2,374	0,743	3,196	0,002	6,166	0,017
Persepsi Risiko ( <i>Risk</i> )	-0,244	0,105	-2,365	0,015		
Persepsi Kepercayaan ( <i>Trust</i> )	0,282	0,085	2,968	0,036		
Persepsi Manfaat ( <i>Usefulness</i> )	0,403	0,122	3,302	0,001		
Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> )	0,273	0,095	2,767	0,045		
Koefisien Regresi (R)	= 0,343					
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	= 0,718		T <sub>tabel</sub>	=1,99	F <sub>tabel</sub>	= 2,47
Adjusted (R <sup>2</sup> )	= 0,580					