

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN  
DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN E-BANKING PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :  
**DWIMASTIA HARLAN**  
12812147010

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2014**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN  
DAN RISIKO PERSEPSIANTERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN E-BANKING PADA UMKM  
DI KOTA YOGYAKARTA.**

SKRIPSI

Oleh:

DWIMASTIA HARLAN

12812147010

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 30 Mei 2014

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing,



Endra Murti Sagoro, M.Sc.

NIP. 19850409 201012 1 005

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

### PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA

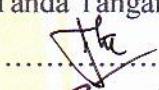
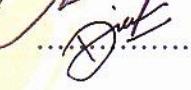
yang disusun oleh:

DWIMASTIA HARLAN

NIM 12812147010

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 Juni 2014 dan dinyatakan lulus.

#### DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Sukanti, M.Pd	Ketua Penguji Merangkap Penguji		24/6/2014
Endra Murti Sagoro, M.Sc.	Penguji Pendamping Merangkap		24/6/2014
Diana Rahmawati, M.Si.	Sekretaris Penguji Utama		24/6/2014

Yogyakarta, 25 Juni 2014

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dwimastia Harlan  
NIM : 12812147010  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEPERCAYAAN DAN RISIKO PERSEPSIAN  
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA UMKM  
DI KOTA YOGYAKARTA.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 9 Juni 2014  
Penulis,



Dwimastia Harlan  
NIM. 12812147010

## **MOTTO**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Q. S. Al Insyirah: 5-6).

“Tiada kesuksesan diraih tanpa keterlibatan orang lain. Pandai membawa diri di setiap pergaulan adalah ilmu hidup yang mutlak dimiliki oleh setiap orang yang mau sukses” (Andri Wongso).

## **PERSEMBAHAN**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu tercinta dan ayah terhebat

Terima kasih untuk kerja keras, kasih sayang, doa serta dukungan yang diberikan untukku hingga aku bisa seperti ini.

2. Mbak Puspaninda Harlan dan Mas Rudi Daniyanto.

Terima kasih atas motivasi dan kasih sayang yang selalu diberikan.

3. Daradinda Azzakira.

Keponakan kecilku, yang selalu membawa keceriaan.

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN  
DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN E-BANKING PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh:  
Dwimastia Harlan  
12812147010

**ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif yang bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta, (2) pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta (3) pengaruh Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta dan (4) pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengusaha UMKM yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian Kota Yogyakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 80 pelaku UMKM. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner. Uji coba instrumen menggunakan 30 responden di dalam populasi di luar sampel. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen, semua item pernyataan yang digunakan valid dan reliabel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,519 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,480 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (3) Terdapat pengaruh negatif dan signifikan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,160 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (4) Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,409 atau 40,9% yang berarti bahwa Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian adalah sebesar 40,9%.

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Persepsian dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan FE UNY yang telah memberikan ijin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Endra Murti Sagoro, M.Sc., dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
4. Diana Rahmawati, M.Si., narasumber yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Para pengusaha UMKM Kota Yogyakarta yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian.
6. Ibu tersayang Daryati dan ayah terhebat Sutarlan, terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tak pernah padam.

7. Mbak Puspaninda Harlan dan Mas Rudi Daniyanto yang selalu memberi dukungan setiap saat.
8. Teman-teman PKS 2012, Yoba, Fitri, Diana, Upi, Nisa, Dian, Firdha, Piqa, Cipu, Lia, Angga, Nunung, Damar, Rifki dan Edo, terima kasih kalian adalah penyemangatku.
9. Keluarga Kecil KKN 44, terima kasih atas kebersamaan dan kasih sayang sampai saat ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga semua amal baik mereka diterima Allah SWT dan dicatat sebagai amalan yang terbaik, Amin. Harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung di dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 23 Juni 2014

Penulis,



Dwimastia Harlan

NIM. 12812147010

## **DAFTAR ISI**

Halaman

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....	13
A. Tinjauan Teori .....	13
1. Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	13
a. Minat Berperilaku .....	13
b. <i>E-Banking</i> .....	16
c. Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	19
d. TAM dan TPB .....	21
2. Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	23
3. Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	25
4. Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	28
B. Penelitian yang Relevan.....	30
C. Kerangka Berpikir .....	32
D. Paradigma Penelitian .....	37
E. Hipotesis Penelitian .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
A. Desain Penelitian .....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Populasi Penelitian.....	39
D. Sampel Penelitian .....	40
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44

G. Instrumen Penelitian .....	44
H. Uji Coba Instrumen .....	46
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	49
I. Teknik Analisis Data.....	50
1. Analisis Deskriptif .....	50
3. Analisis Prasyarat .....	51
2. Uji Hipotesis .....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60
A. Deskripsi Data Umum .....	60
B. Deskripsi Data Khusus .....	61
C. Analisis Data.....	69
1. Uji Prasyarat.....	69
2. Hasil Uji Hipotesis.....	74
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	83
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	85
3. Pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	86
4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi Secara Bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada UMKM di Kota Yogyakarta .....	88

E. Keterbatasan Penelitian.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN.....	100

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Daftar UMKM di Kota Yogyakarta.....	40
2. Skor Skala Likert.....	45
3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	45
4. Hasil Pengujian Validitas Butir-butir Perntanyaan .....	48
5. Uji Reliabel Variabel .....	50
6. Deskriptif Variabel Penelitian .....	63
7. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	64
8. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan..	65
9. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Kepercayaan.....	67
10. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Risiko Persepsian .....	68
11. Hasil Uji Normalitas.....	70
12. Rangkuman Hasil Uji Linearitas .....	71
13. Hasil Uji Multikolinearitas .....	72
14. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
15. Regresi Sederhana Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	75
16. Regresi Sederhana Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	77
17. Regresi Sederhana Pengaruh Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> .....	79

18. Hasil Regresi Linier Berganda .....	81
---	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 1. Minat Perilaku Mempengaruhi Perilakunya .....	14
2. Konstruk TAM.....	21
3. TAM dan TPB.....	22
4. Paradigma Penelitian .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	101
2. Data Hasil Uji Coba Penelitian .....	106
3. Data Hasil Penelitian.....	110
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	122
5. Deskripsi Data Penelitian.....	131
6. Pengujian Prasyarat dan Asumsi Klasik .....	135
7. Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	143
8. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	147

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, diantaranya transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara *online*. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan. Bank di Indonesia memasuki dunia maya yaitu *internet banking* yang merupakan salah satu produk dari *elektronik banking* atau *E-Banking*, yang merupakan bentuk layanan perbankan melalui media elektronik. *E-Banking* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media internet dan media elektronik.

*E-Banking* mulai menjadi primadona di kalangan nasabah bank akhir-akhir ini. Kemudahan bertransaksi dengan fitur yang lengkap tanpa harus keluar rumah, merupakan kelebihan *E-Banking*. Gaya hidup modern masyarakat saat ini, membuat bank untuk berlomba-lomba meluncurkan produk-produk layanan *E-Banking*.

Perkembangan teknologi informasi meliputi perkembangan infrastruktur TI, seperti perangkat keras, perangkat lunak, teknologi penyimpanan data, dan teknologi komunikasi. Dengan adanya perkembangan, TI banyak memberikan kemudahan pada berbagai aspek bisnis. Hal ini disebabkan karena teknologi berperan sebagai alat bantu dalam pembuatan keputusan bisnis. Selain sebagai alat bantu dalam pembuatan keputusan bisnis, teknologi juga berperan terhadap pembuatan keputusan perseorangan, dalam hal ini nasabah bank yang salah satunya adalah pelaku UMKM. Penggunaan *E-Banking* bagi nasabah meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses transaksi. Proses transfer, penarikan, dan pembayaran transaksi yang dilakukan melalui *E-Banking* akan mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi tersebut.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi. Teknologi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Hal tersebut merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantre di bank atau ATM (Widyarini, 2005).

Di era modern, UMKM yang sudah berbasis pemanfaatan teknologi sangat terbantu dengan adanya *E-Banking*. Layanan *E-Banking* akan semakin populer digunakan oleh masyarakat, khususnya para pelaku UMKM dalam waktu dekat ini. Pasalnya, layanan tersebut memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan.

Penduduk di Indonesia berjumlah sebanyak 231,83 juta penduduk, dari jumlah tersebut hanya terdapat 64.240 unit usaha berskala kecil menengah dan besar atau 0,24 persen dari total penduduk. Padahal, menurut para ahli, suatu negara hanya bisa maju jika jumlah wirausaha sebesar dua persen dari total penduduk. Untuk memenuhi itu, Indonesia membutuhkan sebanyak 4,07 juta wirausaha baru (Media Indonesia 30 Oktober 2010). Usaha kecil dan menengah merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. Kurangnya jumlah UMKM di Indonesia inilah yang mendorong saya untuk meneliti tentang UMKM, yang disini kaitannya dengan pelaku UMKM tersebut dalam kaitannya menggunakan *E-Banking*.

Di Yogyakarta jumlah UMKM sebesar 2082 unit (data dari Desperindakop tahun 2014). Tidak semua pemilik UMKM merupakan lulusan sarjana, banyak pelaku UMKM yang merupakan lulusan SMA atau sederajat. Dari jumlah UMKM tersebut, banyak yang pengelolaannya masih sederhana, misalnya saja para pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi langsung tanpa menggunakan *E-Banking*. Pelaku UMKM yang sudah berbasis teknologi dalam pengelolaannya, maka dalam menjalankan bisnisnya sudah menggunakan produk-produk *E-Banking*.

Menurut Utami (2008) dalam Kinanti (2013), *Electronic Banking (E-Banking)* merupakan suatu aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. Fungsi penggunaannya mirip dengan mesin ATM dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer dana antar rekening atau antarbank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti: listrik, telepon, kartu kredit dan sebagainya.

Pelaku UMKM yang tingkat kesibukannya tinggi menganggap bahwa fasilitas *E-Banking* sangat dibutuhkan dan tergolong penting karena sangat membantu mereka dalam melakukan suatu transaksi ditengah aktivitas dan kesibukan mereka. Hal tersebutlah yang mendorong Minat para pelaku UMKM dalam menggunakan *E-Banking*. Walaupun banyak keuntungan yang dapat kita peroleh dari penggunaan layanan *E-Banking* dan terdapat aturan yang telah mengaturnya, *E-Banking* kurang diminati oleh pelaku UMKM padahal mereka memiliki fasilitas untuk dapat menikmati layanan tersebut. Salah satu faktor kurang diminatinya *E-Banking* dikarenakan keterbatasan informasi mengenai adanya layanan *E-Banking* beserta dengan kelebihannya. Keterbatasan informasi tersebut dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi pihak bank terhadap para nasabahnya. Para pelaku UMKM kurang mengerti produk apa saja yang terdapat pada *E-Banking*, hal ini dapat dibuktikan masih banyak nasabah yang lebih memilih untuk mengantri di bank (Maharsi & Mulyadi, 2007).

Adanya keterbatasan informasi, menyebabkan pelaku UMKM kurang mengerti akan produk *E-Banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. Pelaku UMKM yang terlalu sibuk dengan urusan usahanya, terkadang

mengesampingkan informasi-informasi produk-produk bank. Padahal di era yang modern ini, pihak bank gencar meluncurkan produk yang dapat mempermudah nasabahnya. Pada prinsipnya, pelaku UMKM menganggap produk yang belum popular di kalangan UMKM maka para pelaku UMKM tersebut belum berminat untuk mencari informasi akan produk bank tersebut. Padahal pihak bank meluncurkan produk *E-Banking* untuk menghemat dan mempermudah para nasabahnya, termasuk pelaku UMKM tersebut. Pelaku UMKM lebih memilih mengantri di bank, daripada mencari informasi tentang produk *E-Banking* tersebut, biasanya pelaku UMKM juga mengalami kesulitan dimana harus mencari informasi akan produk *E-Banking*.

Menurut Heri (1998), Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak – gerik. Dalam menjalankan fungsinya Minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan Minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati. Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan akan benda, aktivitas atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu sebagai pilihannya. Pelaku UMKM yang menginginkan bertransaksi menggunakan *E-Banking*, secara pasti memiliki Minat yang tinggi pada hal tersebut.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan teknologi, menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan satu peneliti kadang tidak konsisten dengan penelitian serupa yang dilakukan peneliti lainnya. Hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena

perbedaan sampel, waktu penelitian, dan populasi yang diteliti. Contohnya penelitian yang dilakukan oleh Restu Guriting (2012) yang berjudul Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet Banking*: Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior* (Subjek Penelitian Pada Karyawan Dengan Posisi Middle Up Di Universitas Brawijaya Malang) dari hasil penelitian tersebut Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Digunakannya Layanan *Internet Banking*, sedangkan pada penelitian Totok Tri Setyanto (2011) yang berjudul Analisis Pengaruh *Trust* dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara *Online* (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Semarang) dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap Minat.

Minat keperilakuan akan mempunyai pengaruh ke penggunaan teknologi, (Jogiyanto 2007: 328). Menurut Jogiyanto (2007:113), didalam TAM dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan minat merupakan variabel yang saling berkaitan. Menurut Lewis et al (2003), kepercayaan dapat membentuk seseorang dalam hal penggunaan teknologi. Menurut Dowling dan Staelin (1994), risiko persepsi adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan penggunaan. Untuk itu di dalam penelitian ini menggunakan variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko persepsi sebagai variabel independen dan minat sebagai variabel dependen.

Suatu sistem akan lebih cepat diterima ketika pengguna merasakan kemudahan pengoperasian sistem tersebut. Dalam berbagai literatur mengenai proses penerapan *E-Banking*, Kemudahan Penggunaan telah terbukti sebagai

variabel yang berpengaruh. Pada penelitian terpisah, Wang (2002) menemukan bahwa Kemudahan Penggunaan merupakan variabel terkuat dalam menentukan Minat seseorang dalam menggunakan *e-file*. Pada penelitian Kumaradewi (2013) menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif pada sikap penggunaan aplikasi *forecasting satker*.

Pada saat ini, meskipun teknologi menawarkan berbagai macam kemudahan dalam mengakses produk-produk *E-Banking* tapi masih banyak pelaku UMKM yang memilih transaksi secara langsung yaitu mendatangi bank untuk melakukan transaksi. Pada dasarnya sebuah layanan *E-Banking* memberikan kegunaan bagi para pengguna pasti akan diterima dengan baik. Semakin pengguna merasa *E-Banking* berguna maka *E-Banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila pengguna menganggap *E-Banking* kurang berguna, maka pengguna cenderung akan meninggalkan layanan tersebut.

Namun di samping keuntungan yang ditawarkan layanan *E-Banking*, transaksi menggunakan *E-Banking* juga memberikan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan-permasalahan tersebut diantaranya: takut tertipu, biaya besar, kadang menerima transferan yang lama, takut kurang keakuratan transaksi, dan lain-lain. Berbagai permasalahan-permasalahan tersebut yang menimbulkan sikap ketidakpercayaan pelaku UMKM terhadap produk *E-Banking*. Oleh karena itu, masalah Kepercayaan penting dalam menjaga keberlangsungan transaksi. Pelaku UMKM yang belum berfikir modern, akan mengurungkan Minatnya untuk menggunakan *E-Banking*. Mereka beranggapan bahwa *E-Banking* merupakan transaksi yang

membutuhkan biaya, rumit serta mudah tertipu. Pelaku UMKM rela mengantri di bank daripada memanfaatkan produk *E-Banking*.

Dalam dunia bisnis Kepercayaan adalah hal penting. Menurut Lee (2009) Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Penelitian mengenai pengaruh Kepercayaan terhadap Minat telah banyak dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Yousafzai et al. (2009) yang mengemukakan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat dalam penggunaan *internet banking*. Akan tetapi hasil yang berbeda dikemukakan dalam penelitian Kinanti (2013) yang menyatakan bahwa Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat.

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan diatas menunjukkan bahwa transaksi menggunakan layanan *E-Banking* mempunyai Risiko yang cukup besar. Hal ini disebabkan karena di dalam transaksi menggunakan layanan *E-Banking*, para pihak yang melakukan kegiatan hanya berhubungan melalui jaringan *public elektronik* yang berbasis internet, sehingga hal ini menimbulkan konsekuensi bahwa transaksi menggunakan *E-Banking* yang dilakukan dengan koneksi internet adalah bentuk transaksi yang berisiko tinggi.

Menurut Smadi (2012), Risiko dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan resiko dari penggunaan tersebut. Penelitian mengenai pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat dilakukan oleh Lee (2009) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Risiko Persepsi mempunyai

pengaruh yang signifikan secara negatif terhadap Minat penggunaan layanan *internet banking*. Hal ini dikarenakan adanya kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas yang dapat dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Akan tetapi hasil yang berbeda diungkapkan dalam penelitian Saraswati (2013) yang mengungkapkan bahwa Risiko Persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat.

Salah satu teori yang meneliti tentang Minat pemanfaatan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Beberapa peneliti terdahulu juga menggunakan kerangka model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menjelaskan perilaku Minat. Variabel Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan, Risiko Persepsi dan Minat merupakan bagian variabel dari teori TPB dan TAM, variabel tersebut telah dipakai dalam penelitian sebelumnya antara lain oleh Ramadhani (2008) dan Artha (2011).

Berdasarkan fenomena tersebut timbul ketertarikan untuk meneliti kembali Minat bertransaksi dalam penggunaan *E-Banking*. Penelitian ini menggunakan model TPB dan TAM. Pada penelitian kali ini, peneliti mencoba untuk melakukan hal yang sama yaitu meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yang selanjutnya juga mempengaruhi Minat penggunaan *E-Banking*. Konteks penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini berfokus pada penggunaan *E-Banking* pada UMKM yang berada di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka penulis akan mengadakan penelitian dengan judul: “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT

## BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Masih banyak pelaku UMKM yang belum paham akan Kemudahan Penggunaan bertransaksi menggunakan *E-Banking*, hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan informasi.
2. Pelaku UMKM yang tidak mengerti produk *E-Banking* akan mengurungkan Minatnya untuk menggunakan produk *E-Banking*, sehingga banyak pelaku UMKM yang lebih memilih untuk mengantri di Bank.
3. Adanya sikap ketidakpercayaan pelaku UMKM pada sistem transaksi menggunakan *E-Banking*.
4. Pelaku UMKM takut akan Risiko yang didapat jika menggunakan *E-Banking* diantaranya Risiko kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas.

### **C. Pembatasan Masalah**

Tujuan pembatasan masalah ini adalah agar ruang lingkup peneliti tidak luas dan lebih fokus untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah hanya pada Kemudahan Penggunaan dalam bertransaksi menggunakan *E-Banking*, Kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *E-Banking* dan Risiko Persepsi

yang mempengaruhi Minat bertransaksi menggunakan *E-Banking* pada pelaku UMKM di Kota Yogyakarta.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta ?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Persepsi secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai, adalah :

1. Mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

4. Mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

## F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat memberikan manfaat untuk referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik yang sama dengan penelitian ini.
  - b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian yang selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Penulis  
Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya bidang akuntansi keperilakuan, akuntansi perbankan dan sistem informasi akuntansi.
  - b. Bagi Peneliti Lain  
Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.
  - c. Bagi Pelaku UMKM  
Memberikan penjelasan akan manfaat penggunaan *E-Banking* dalam menunjang kinerja pelaku UMKM.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

###### a. Minat Berperilaku

Menurut Jogiyanto (2007: 116), Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (Minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa Minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.

Witherington (1999) dalam Suharsimi Arikunto (2006), Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Slameto (1995) dalam Kinanti (2013), Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakan di masa yang akan datang.

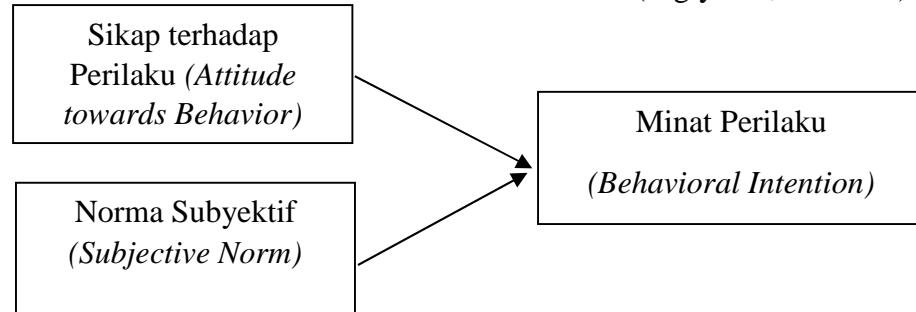
Dalam menjalankan fungsinya Minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Saraswati (2013), Minat

merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu.

Minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar yaitu:

- 1) Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi  
Penentu ini adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi Kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.
- 2) Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial  
Penentu ini adalah norma subyektif. Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan perskripsi normati persepsi, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi Minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

(Jogiyanto, 2007: 31)



Gambar 1: Minat Perilaku Mempengaruhi Perilakunya.

Dalam gambar di atas mengasumsikan bahwa kepentingan relatif dari sikap terhadap perilaku dan norma subjektif tergantung sebagian dari Minat yang sedang diinvestigasi (Jogiyanto, 2007: 33).

Menurut Sudarsono dalam Smadi (2012), faktor-faktor yang menimbulkan Minat dapat digolongkan sebagai berikut :

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

- 2) Faktor motif sosial, timbulnya Minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Di dalam penelitian ini termasuk golongan yang ketiga yaitu faktor emosional, sebab dalam penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Kegiatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan Minat Bertransaksi Menggunakankn *E-Banking* dan objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berfokus pada *E-Banking*.

Kenyataan yang sebenarnya, Minat tidak selalu bersifat tetap. Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak individu yang bersangkutan. Semakin panjang rentan waktu, semakin besar juga terjadi perubahan dalam Minat yang akan dialami. Begitu juga sebaliknya, apabila rentan waktu semakin kecil, dapat meminimalisir terjadinya perubahan Minat tersebut.

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasaan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan.

**b. *E-Banking***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk megakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses *E-Banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer/PC, *laptop*, PDA, ATM atau telefon.

Berikut adalah beberapa saluran *E-Banking* yang telah diterapkan bank-bank di Indonesia : ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))

- 1) *Internet Banking*, ini termasuk saluran teranyar *E-Banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindah buku antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap tertampang di layar komputer/PC atau PDA.
- 2) *SMS/m-Banking*, saluran ini pada dasarnya evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu

informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya pada dasarnya dapat pula dilakukan, namun tergantung pada akses yang dapat diberikan bank. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam prakteknya agak merepotkan karena nasabah harus menghapal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms, kecuali pada bank yang melakukan kerjasama dengan operator seluler, menyediakan akses banking menu – Sim Tool Kit (STK) pada simcardnya.

3) *Phone Banking*, ini adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam/HP, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada. Pada awalnya, layanan *Phone Banking* hanya bersifat informasi yaitu untuk informasi jasa/produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh Customer Service Operator/CSO. Namun profilnya kemudian berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain; serta dilayani oleh *Interactive Voice Response (IVR)*. Fasilitas ini boleh dibilang lebih praktis ketimbang ATM untuk transaksi non tunai, karena cukup menggunakan telepon/HP di manapun kita berada, kita bisa melakukan berbagai transaksi, termasuk transfer ke bank lain.

4) ATM, *Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan yang terkini transfer ke bank lain (dalam satu *switching* jaringan ATM). Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja di tempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan Kemudahan Penggunaannya.

Di balik kemudahan *E-Banking* tersimpan pula Risiko, untuk itu diperlukan pengaman yang baik. Untuk ATM, nasabah diberikan kartu ATM dan kode rahasia pribadi (PIN), sedangkan untuk *phone banking*, *internet banking* dan *sms banking* nasabah diberikan kode pengenal (*user id*) dan PIN.

Di Indonesia, *E-Banking* telah diperkenalkan pada konsumen perbanka sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank yang menyediakan

layanan tersebut adalah BNI, BCA, Bank Mandiri, BII, dan sebaginya. Ini yang menyebabkan setiap bank memfokuskan diri terhadap keinginan serta kepuasan nasabah. Hubungan antara bank dengan nasabah merupakan hal penting, bukan hanya menyangkut peningkatan asset bank melainkan juga menyangkut kepuasaan nasabah. Berdasarkan uraian di atas, *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Nasabah tidak perlu berlama-lama mengantri di bank, cukup bermodal *handphone*, mesin ATM dan koneksi internet para nasabah dapat melakukan transaksi. Penyelenggaraan *E-Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis yang cepat, aman, nyaman murah dan tersedia di setiap saat dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, komputer, *laptop/ note book*, PDA, mesin ATM yang disediakan oleh bank-bank atau yang lainnya.

**c. Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta.**

Minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasaan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut

telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan.

*E-Banking* adalah jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Nasabah tidak perlu berlama-lama mengantri di bank, cukup bermodalkan *handphone* dan koneksi internet para nasabah dapat melakukan transaksi.

Dari pengertian di atas, maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai keinginan atau rasa ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan atau menggunakan teknologi internet, *handphone*, mesin ATM yang disediakan bank-bank dan PC/laptop dengan mengakses layanan *E-Banking* yang ditawarkan pihak bank tanpa perlu berlama-lama mengantri di bank.

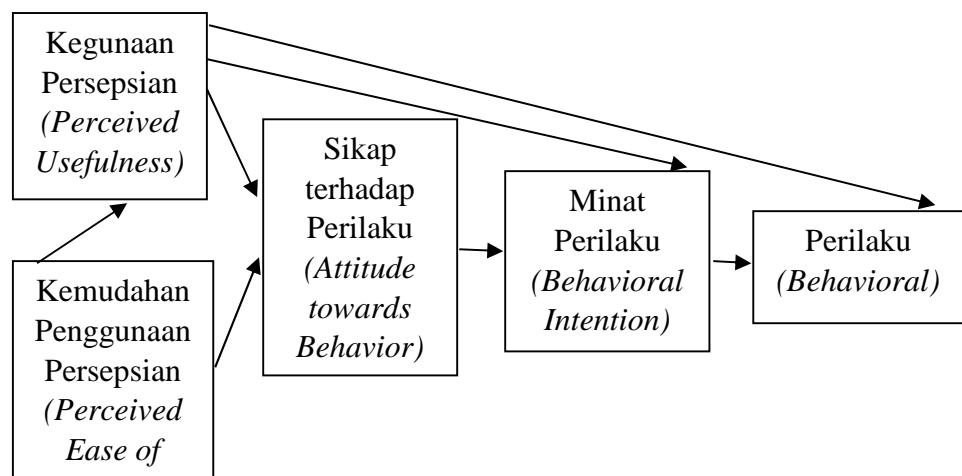
Untuk merepresentasikan variabel Minat agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner. Indikator-indikator untuk mengukur variabel Minat diadaptasi dari Bhattacherjee (2001) dalam Jogiyanto (2007: 77), yaitu:

- 1) Keinginan menggunakan  
Para nasabah yang berminat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.
- 2) Akan tetap menggunakan di masa depan.  
Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan *E-Banking* tersebut, maka para nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakan kembali di masa yang akan datang.

**d. TAM (*Technology Acceptance Model*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*)**

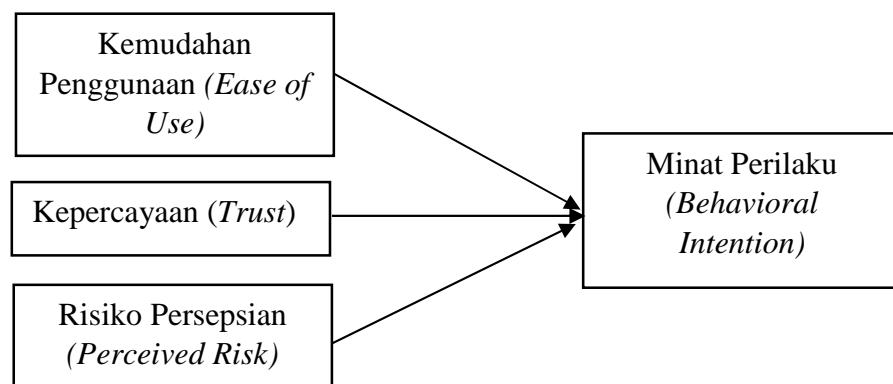
Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM mendefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi Kemudahan Penggunaan dan persepsi akan manfaat teknologi. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. TAM dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi. Menurut Davis (1986), tujuan utama TAM adalah untuk mendirikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap sikap (personalisasi) dan tujuan pengguna komputer. Menurut Jogiyanto (2007: 113), terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut :

- 1) Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).
- 2) Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- 3) Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
- 4) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- 5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)



Gambar 2: Konstruk TAM

TPB yang telah dikembangkan oleh Icck Ajzen pada tahun 1988 merupakan pengembangan atas *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa Kepercayaan dan Risiko Persepsi mempengaruhi Minat atau keinginan untuk menggunakan teknologi. TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi. Salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya untuk menganalisis suatu situasi dimana individu-individu tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya (Jogiyanto, 2007: 86). Dan didukung dengan TAM (*Technology Acceptable Model*) yang mengambil salah satu variabelnya yaitu Kemudahan Penggunaan, maka dalam penelitian ini, variabel Minat dianalisis dengan menggunakan TPB (*Theory Planned Behavior*) dan TAM (*Technology Acceptable Model*).



Gambar 3: TAM dan TPB

## **2. Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta**

Kemudahan Penggunaan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991). Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2008).

Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap Kemudahan Penggunaan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan adalah dua karakteristik yang banyak dipelajari secara mendalam karena merupakan hal utama dalam TAM.

Dari definisi di atas, diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Variabel Kemudahan Penggunaan teknologi *E-Banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan *E-Banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan. Dalam penelitian ini Kemudahan Penggunaan berarti pelaku UMKM percaya bahwa bertransaksi menggunakan *E-Banking* akan bebas dari usaha, yang selanjutnya pelaku UMKM tersebut akan menggunakan *E-Banking* dan akan berlanjut di masa yang akan datang.

Untuk merepresentasikan variabel Kemudahan Penggunaan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner. Berdasarkan uraian di atas, maka dalam konteks penelitian ini indikator untuk variabel Kemudahan Penggunaan yaitu mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007: 129). Apabila para nasabah beranggapan *E-Banking* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Apabila para

nasabah beranggapan bahwa *E-Banking* mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, jika para nasabah beranggapan *E-Banking* tidak mudah untuk dipelajari, tidak simple, terlalu rumit dan susah dalam pengoperasiannya, maka layanan *E-Banking* tersebut tidak menimbulkan rasa Minat bagi para nasabah untuk menggunakannya. Jika para nasabah beranggapan penggunaan layanan *E-Banking* tidak membutuhkan banyak usaha dan ketika menggunakan layanan tersebut mereka merasa bahwa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka *E-Banking* akan sering digunakan.

### **3. Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta**

Menurut Lee (2009) Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Menurut Ainur Rofiq (2007: 30) Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari bisnis karena transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Peneliti terdahulu yang menguji konstruk Kepercayaan adalah Yousafzai et al (2009) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat dalam penggunaan *internet banking*. Hal senada diungkapkan dalam penelitian Lee (2009) bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat selain itu juga

diungkapkan bahwa pengguna awal cenderung mengandalkan Kepercayaan dalam penggunaan suatu teknologi.

Menurut Lewis et al (2003) dalam Jogiyanto (2007: 398), individual-individual membentuk kepercayaan-kepercayaan mengenai teknologi-teknologi informasi selain dipengaruhi oleh faktor-faktor individual, juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, dan institusional dimana mereka berinteraksi. Dengan demikian, Kepercayaan terhadap teknologi informasi merupakan Kepercayaan sentral yang dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor-faktor individual, sosial, dan institusional.

Scoot (1995) dan juga Orlikowski (1992) mengidentifikasi tiga cara bagaimana faktor institusional mempengaruhi kognisi dan perilaku individual, yaitu melalui proses signifikasi, legitimasi, dan dominasi. Signifikasi yaitu berarti individu menggunakan informasi dari institusi untuk memahami bagaimana mereka seharusnya membentuk Kepercayaan tentang teknologi baru yang dikenalkan di dalam organisasi. Legitimasi yaitu berupa berita-berita yang berasal dari manajemen puncak yang digunakan sebagai bentuk-bentuk normatif untuk meyakinkan seseorang tentang organisasional tentang Kepercayaan dan tindakan. Dominasi adalah menunjukkan situasi dimana organisasi meregulasi Kepercayaan individual.

Penelitian Foon & Fah (2011) yang mengambil konteks dalam bidang *internet banking* serta penelitian Man (2006) yang mengambil konteks dalam bidang *online banking* menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat. Akan tetapi hasil berbeda dikemukakan dalam penelitian

Kinanti (2013) menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan teknologi.

Konsep Kepercayaan ini berarti bahwa pelaku UMKM percaya terhadap keamanan dan kerahasiaan data. Keamanan berarti bahwa penggunaan sistem informasi itu aman, Risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil dan Risiko pencurian sangat rendah. Kepercayaan juga dapat didefinisikan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Dari beberapa uraian di atas, bahwa variabel Kepercayaan merupakan suatu dasar dalam menjalin suatu hubungan dalam kecenderungan pelaku UMKM untuk mempercayai akan keandalan dari produk bank. Dapat dinyatakan bahwa Kepercayaan yaitu Kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Untuk menimbulkan rasa Kepercayaan terhadap pihak bank, Kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan rasa percaya tersebut.

Untuk merepresentasikan variabel Kepercayaan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner. Indikator-indikator untuk mengukur variabel Kepercayaan mengacu pada penelitian Reipita Sari (2013) yaitu sistem Kepercayaan dan sistem keamanan. Para nasabah lebih cenderung meragukan

aspek percaya terhadap bank dan para nasabah juga cenderung meragukan aspek keamanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Kepercayaan memiliki pengaruh yang tinggi pada ketertarikan dalam bertransaksi secara *online*.

#### **4. Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta**

Menurut Smadi (2012) Risiko Persepsi dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan Risiko dari penggunaan tersebut. Menurut Pavlou (2001: 10) Risiko Persepsi merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Peneliti terdahulu yang menguji konstruk Resiko Persepsi adalah Yousafzai et al. (2009) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Risiko Persepsi berpengaruh terhadap Minat dalam penggunaan *internet banking*. Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian Yaghoubi & Bahmani (2011) yang mengambil konteks dalam bidang *internet banking* menunjukkan bahwa Risiko Persepsi berpengaruh terhadap Minat dalam penggunaan *internet banking*. Akan tetapi hasil berbeda dikemukakan dalam penelitian Saraswati (2013) bahwa Risiko Persepsi tidak berpengaruh signifikan secara negatif terhadap Minat. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan Risiko dari penggunaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Risiko Persepsi merupakan suatu rasa ketidakpastian tentang Risiko yang akan didapat oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu penggunaan produk atau jasa. Pelaku UMKM semakin terdorong untuk mencari tambahan informasi ketika dihadapkan pada penggunaan suatu sistem dengan Risiko tinggi. Risiko Persepsi menjadi lebih tinggi salah satunya adalah ketika rendahnya ekspektasi diri pelaku UMKM dalam memandang *E-Banking*. Pelaku UMKM masih merasa ragu-ragu ketika memutuskan untuk menggunakan suatu sistem perbankan sehingga Risiko Persepsiannya juga semakin tinggi.

Besarnya Risiko Persepsi mempengaruhi Minat terhadap *E-Banking* sehingga ketika memproses transaksi melalui *E-Banking* pelaku UMKM sering menganggap bahwa ada Risiko yang tinggi walaupun Risiko tersebut sebenarnya rendah. Pelaku UMKM yang mempunyai lebih banyak informasi mengenai kelebihan mengenai *E-Banking* akan beranggapan Risikonya rendah dan karena itu mereka mempunyai Kepercayaan yang lebih dalam transaksinya. Risiko menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelaku UMKM dalam membuat keputusan apakah akan menggunakan *E-Banking* atau tidak. Semakin tinggi Risiko Persepsiannya, maka pelaku UMKM akan mengurungkan Minatnya untuk menggunakan *E-Banking*.

Untuk merepresentasikan variabel Risiko Persepsi agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam

item-item pernyataan di dalam kuesioner. Menurut Pavlou (2002), indikator-indikator untuk mengukur variabel Risiko Persepsi yaitu:

- a) Kemungkinan terdapat Risiko pencurian

Para nasabah beranggapan bahwa produk layanan *E-Banking* yang digunakan mudah dicuri, baik data maupun uangnya secara langsung.

- b) Membutuhkan biaya yang besar

Para nasabah beranggapan bahwa *E-Banking* itu dalam penggunaannya membutuhkan biaya yang besar.

- c) Kemungkinan terdapat Risiko penipuan

Para nasabah beranggapan bahwa *E-Banking* rawan adanya penipuan, baik penipuan data nasabah maupun penipuan jumlah transaksi.

## B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dengan judul “Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet Banking* : Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior* (Subjek Penelitian pada karyawan dengan posisi *middle up* di Universitas Brawijaya Malang)” yang dilakukan oleh Restu Guriting tahun 2012. Analisis penelitian ini menggunakan Software Smart PLS. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan, serta resiko persepsi tidak berpengaruh terhadap Minat digunakannya layanan *internet banking*. Dapat dilihat bahwa nilai statistik T dari konstruk Kepercayaan terhadap Minat untuk menggunakan *internet banking* adalah sebesar 0,9606 atau 1,64, hal tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh positif. Risiko Persepsi dalam

penelitian ini menunjukkan hasil nilai  $T$  terhadap Minat menggunakan internet banking adalah sebesar 0,9732 atau 1,64. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan Restu Guriting (2012) adalah variabel yang sama yaitu Kepercayaan dan Risiko Persepsi. Perbedaan antara penelitian yang sekarang dengan yang dulu adalah terletak pada variabel  $Y$ . Penelitian yang dulu menggunakan Minat *Internet Banking* sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Subjek penelitian dalam penelitian terdahulu adalah karyawan di Universitas Brawijaya, sedangkan dalam penelitian yang sekarang adalah UMKM yang tersebar di Kota Yogyakarta.

2. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dengan judul “ Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Dimediasi Minat Pengguna *Mobile Banking* Nasabah Bank BCA di Surabaya” yang dilakukan oleh Devy Pisheila Pratiwi tahun 2012 dari STIE Perbanas Surabaya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan *mobile banking*. Persamaan dalam penelitian ini adalah adanya variabel Kemudahan Penggunaan. Perbedaan antara penelitian ini dengan yang terdahulu adalah terletak pada variabel dependennya yaitu Minat penggunaan *mobile banking*, sedangkan pada penelitian ini variabel dependennya adalah Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dan subjek penelitian dalam penelitian terdahulu adalah nasabah Bank BCA

Surabaya, sedangkan penelitian yang sekarang adalah UMKM yang tersebar di Kota Yogyakarta.

3. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Trust* dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Semarang)” yang dilakukan oleh Totok Tri Setyanto tahun 2011. Berdasarkan penelitian tersebut, menunjukkan hasil bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap Minat. Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah *E-Banking* dijadikan variabel X (independen) sedangkan penelitian sekarang *E-Banking* dijadikan variabel Y (dependen). Persamaan dari penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan *trust* dan minat sebagai variabel dan sama-sama menggunakan teknologi layanan *E-Banking* didalam penelitian. Subjek penelitian pada penelitian terdahulu adalah Nasabah BNI Semarang sedangkan penelitian sekarang adalah UMKM di Kota Yogyakarta.

## C. Kerangka Berpikir

### 1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Pengguna teknologi mempercayai bahwa TI yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik Kemudahan Penggunaan.

Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* menekankan pada anggapan tentang kemudahan yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Pelaku UMKM yang beranggapan bahwa *E-Banking* yang dipelajari mudah, tentu akan mengesampingkan segala kekurangan *E-Banking*, dan mereka akan memiliki Minat untuk menggunakan *E-Banking* tersebut. Sebaliknya pelaku UMKM yang terlanjur berpikiran bahwa *E-Banking* yang akan dipelajari sulit, maka akan cenderung takut dan tidak mempunyai Minat untuk menggunakan *E-Banking* tersebut.

## **2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking***

Menurut Morgan dan Hunt (1994: 23), Kepercayaan merupakan keyakinan dalam kehandalan dan integritas yang dimiliki seseorang dengan mitranya. Dalam Kepercayaan terdapat penilaian seseorang dengan suatu sistem yang akan digunakan untuk melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah ketidakpastian. Kepercayaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kepercayaan pelaku UMKM terhadap produk dari *E-Banking* yaitu mengenai tingkat keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh pihak perbankan. Saat pelaku UMKM mempunyai Kepercayaan yang tinggi terhadap *E-Banking* tersebut, maka dapat dijadikan ukuran perilaku untuk menumbuhkan Minat dalam menggunakan *E-Banking*.

Kepercayaan pelaku UMKM terhadap *E-Banking* akan mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*, karena dengan Kepercayaan yang tinggi nasabah yakin bahwa pihak perbankan mampu menjalankan

penyelenggaraan transaksi, sehingga faktor Kepercayaan secara langsung mempengaruhi Minat pelaku UMKM dalam menggunakan *E-Banking* dalam transaksinya. Jika seorang pelaku UMKM percaya dan yakin akan suatu kinerja sistem yang baik, maka pelaku UMKM akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya. Kepercayaan merupakan bagian dari keyakinan, jadi apabila pelaku UMKM sudah merasa yakin terhadap *E-Banking*, maka akan timbul Minat untuk mempercayai *E-Banking* tersebut. Dalam hal ini pelaku UMKM percaya pada pihak bank yang menyediakan produk *E-Banking*.

### **3. Pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking***

Semakin besar Risiko Persepsi semakin besar pula kemungkinan keterlibatan pelaku ekonomi dalam penggunaan sistem (Engel et al, 1995). Ketika Risiko Persepsi menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan menghindari penggunaan atau meminimumkan risiko melalui pencarian dan evaluasi alternatif pra-penggunaan dalam tahap pengambilan keputusan. Kondisi ini menghasilkan pengambilan keputusan yang kompleks. Pelaku UMKM mungkin akan mengevaluasi sistem secara detail. Informasi mengenai *E-Banking* sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Tak terkecuali pelaku ekonomi tersebut adalah pelaku UMKM di Kota Yoagyakarta. Proses pengambilan keputusan yang demikian menggambarkan adanya keimbangan pelaku UMKM dengan suatu produk perbankan yaitu *E-Banking*. Karena Risiko Persepsi akan membuat pelaku UMKM berpikir ulang mengenai penggunaan *E-Banking* tersebut, maka semakin tinggi Risiko

Persepsi yang dipikirkan pelaku UMKM, akan semakin menurun Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*.

Besarnya Risiko Persepsi mempengaruhi Minat terhadap *E-Banking* dan sistem terhadap *E-Banking* tersebut sehingga ketika memproses transaksi melalui *E-Banking* pelaku UMKM sering menganggap bahwa ada Risiko yang tinggi walaupun Risiko tersebut sebenarnya rendah (Mukherjee dan Nath 2003). Jadi sebelum menggunakan sebuah sistem *E-Banking*, pelaku UMKM terlebih dahulu mempertimbangkan Risiko apa yang akan didapat apabila menggunakan sistem tersebut. Apabila sistem tersebut dinilai memiliki Risiko rendah, maka pelaku UMKM akan senantiasa secara kontinuitas menggunakan sistem tersebut, begitupun sebaliknya. Semakin tinggi ketidakpastian yang akan didapat, maka akan semakin meningkatkan Risiko Persepsi. Apabila Risiko yang dihadapi rendah, maka dapat menarik Minat pelaku UMKM untuk menggunakan *E-Banking*.

#### **4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking***

Kemudahan Penggunaan berarti bahwa suatu *E-Banking* dibuat untuk mempermudah penggunanya. Dengan adanya teknologi informasi yang akurat, mudah dan canggih tidak ditutup kemungkinan para pelaku UMKM ataupun pelaku bisnis lainnya akan menggunakan layanan *E-Banking* yang diberikan oleh suatu perbankan dalam mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan usaha ataupun lainnya. Kemudahan yang dimaksud adalah *E-Banking* simple, *E-Banking* tidak rumit, *E-Banking* mudah dipelajari dan *E-Banking* mudah dalam pengoperasiannya. Dengan adanya

kemudahan pengoperasian tersebut, para pelaku UMKM akan dengan mudah mempelajarinya, sebab cukup lumayan banyak pelaku UMKM di Yogyakarta yang berpendidikan rendah. Jadi apabila ada produk yang mudah pengoperasian dan menguntungkan, maka akan banyak pelaku UMKM yang tertarik untuk menggunakan *E-Banking* tersebut.

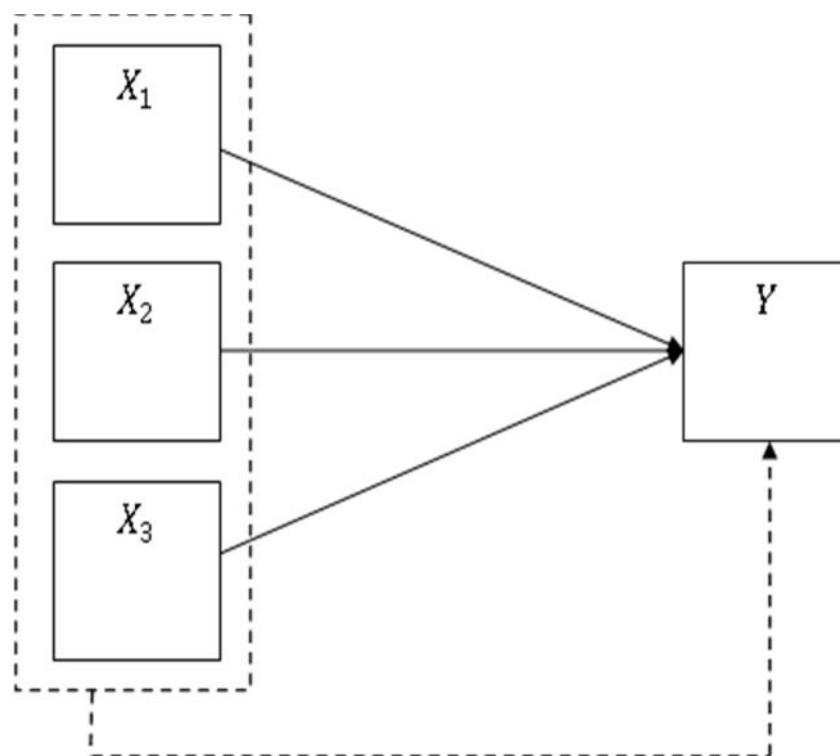
Kepercayaan yang ditekankan yaitu terhadap kendala pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akan nasabah. Keamanan yang diberikan oleh pihak bank tinggi membuat seseorang merasa memiliki rasa Minat lebih untuk menggunakan layanan *E-Banking*. Semakin tinggi Kepercayaan pelaku UMKM terhadap produk *E-Banking*, maka pelaku UMKM tersebut akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat Kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan produk *E-Banking*, maka pelaku UMKM akan menjadi tidak berMinat untuk menggunakan *E-Banking*.

Namun adanya Risiko Persepsi yang semakin tinggi, maka semakin rendah Minat pelaku UMKM untuk memunculkan Minat perilaku menggunakan *E-Banking*. Semakin tinggi pemikiran akan konsekuensi-konsekuensi yang akan didapat apabila menggunakan *E-Banking*, maka semakin rendah pula Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* atau bahkan pelaku UMKM akan menghindari *E-Banking* tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila Risiko-Risiko yang akan didapat rendah dalam menggunakan *E-Banking*, pelaku UMKM cenderung tertarik untuk menggunakannya.

Maka dengan demikian, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Persepsi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada pelaku UMKM.

#### D. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas (independen) yaitu Kemudahan Penggunaan pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $X_1$ ), Kepercayaan pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $X_2$ ), dan Risiko Persepsi pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikatnya (dependen) adalah Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $Y$ ).



Gambar 4. Paradigma Penelitian

Keterangan :

$X_1$  : Variabel bebas 1, yaitu Kemudahan Penggunaan.

- $X_2$  : Variabel bebas 2, yaitu Kepercayaan.
- $X_3$  : Variabel bebas 3, yaitu Risiko Persepsian.
- $Y$  : Variabel terikat, yaitu Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*
- : Garis regresi sederhana.
- : Garis regresi berganda.

## E. Hipotesis Penelitian

Peneliti mengajukan beberapa hipotesis yang akan digunakan untuk menarik kesimpulan yaitu :

- H1: Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
- H2: Terdapat pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
- H3: Terdapat pengaruh negatif signifikan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
- H4: Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif dengan unit analisis yang diteliti adalah pelaku UMKM di Kota Yogyakarta. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Risiko Persepsi ( $X_3$ ), berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $Y$ ).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, khususnya pelaku UMKM yang terdaftar di Disperindakop Kota Yogyakarta dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM. Waktu penelitian dilaksanakan selama satu bulan yaitu bulan Maret 2014.

#### **C. Populasi Penelitian**

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan (Zuriah, 2007: 116). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha UMKM yang ada di Kota Yogyakarta. Menurut data yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian

Perdagangan Koperasi dan Pertanian Kota Yogyakarta, berikut daftar UMKM yang ada di Kota Yogyakarta :

Tabel 1. Daftar UMKM Kota Yogyakarta

No.	Kategori	Jumlah
1.	Usaha Mikro	1.822 unit
2.	Usaha Kecil	237 unit
3.	Usaha Menengah	23 unit
	Total	2.082 unit

Sumber :umkm.jogjakota.go.id

#### D. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi (Zuriah, 2007: 119). Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1+N e^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

(Husein Umar, 2011: 78)

N : 2082

e : 10% (0,1)

$$n = \frac{2082}{1+2082(0,1)^2}$$

$$= 95,417$$

Batas kesalahan yang dapat ditolerir dalam penelitian ini sebesar 10%, sehingga jumlah sampelnya sebanyak 95 orang (dibulatkan menjadi 100 pelaku UMKM). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non proportionate stratified random sampling*.

#### E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta (Y), adalah Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Risiko Persepsi ( $X_3$ ). Pengaruh variabel-variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel-variabel bebasnya terhadap variabel terikat. Variabel-variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, yang selanjutnya indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini, tidak mencantumkan pilihan jawaban Ragu-ragu karena peneliti membutuhkan jawaban yang pasti dari responden. Daftar pernyataan dalam kuesioner ini bukan berasal dari adaptasi penelitian sebelumnya, yang artinya daftar pernyataan dikembangkan sendiri oleh penulis.

## 1. Variabel Terikat atau Dependen

Variabel terikat penelitian ini adalah Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta (Y) yang subjek penelitiannya adalah UMKM di Kota Yogyakarta. UMKM tersebut dinilai dapat merepresentasikan penggunaan produk *E-Banking*. Minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasaan penggunaan teknologi. Indikator-indikator untuk mengetahui Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* adalah keinginan menggunakan dan akan tetap menggunakan di masa depan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

## 2. Variabel Bebas atau Independen

Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini ada tiga yaitu sebagai berikut:

### a. Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ )

Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna *E-Banking* berpikir bahwa produk *E-Banking* lebih fleksibel, mudah dipahami, tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik Kemudahan

Penggunaan. Indikator-indikator untuk mengetahui Kemudahan mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

**b. Kepercayaan ( $X_2$ )**

Kepercayaan yaitu Kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Indikator-indikator untuk mengetahui Kepercayaan adalah sistem Kepercayaan dan sistem keamanan dari pihak bank. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

**c. Risiko Persepsi ( $X_3$ )**

Risiko Persepsi adalah risiko yang didapat atas ketidakpastian suatu penggunaan suatu produk. Indikator untuk mengetahui Risiko Persepsi adalah kemungkinan terdapat risiko kehilangan data, risiko pencurian, risiko biaya besar dan risiko penipuan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk

pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian (Sugiyono, 2010: 193). Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada UMKM yang berada di Kota Yogyakarta. Kuesioner yang dimaksud merupakan daftar pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang merupakan sampel dari penelitian. Responden akan menilai setiap pernyataan dengan menggunakan Skala *Likert* 4 poin, dari persepsi responden bahwa responden sangat tidak setuju atau sangat tidak dipertimbangkan sampai dengan sangat setuju atau sangat dipertimbangkan terhadap suatu pernyataan yang ada dalam kuesioner.

## **G. Instrumen Penelitian**

Penelitian ini terdapat empat instrumen penelitian yaitu Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Persepsi dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Instrumen penelitian Kemudahan Penggunaan yang digunakan terdiri dari sepuluh item pernyataan, instrumen penelitian Kepercayaan terdiri dari sembilan item pertanyaan, Risiko Persepsi terdiri dari sembilan item pernyataan, dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* terdiri dari delapan item pernyataan. Responden akan menilai setiap pernyataan dengan menggunakan Skala Likert 4 point, dari persepsi responden bahwa

responden sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2001: 86). Didalam kisi-kisi dibawah ini, untuk item pernyataan negatif pada akhir nomer item terdapat tanda \* (bintang). Berikut ini merupakan skor skala *Likert* untuk analisis kuantitatif dalam penelitian:

Tabel 2. Skor Skala *Likert*

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat setuju	4	Sangat setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak setuju	1	Sangat Tidak setuju	4

Adapun kisi-kisi instrumen penelitiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor item	Sumber data
Kemudahan Penggunaan	ATM mudah dipelajari. <i>Internet banking</i> mudah, simple,tidak rumit. <i>Phone banking</i> dan <i>sms banking</i> mudah dipelajari, mudah pengoperasiannya dan simple.	1,2,3 4, 5, 6, 7 8, 9, 10	Pelaku UMKM
Kepercayaan	Sistem Kepercayaan Sistem keamanan dari pihak bank	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8, 9	Pelaku UMKM

Variabel	Indikator	Nomor item	Sumber data
Risiko Persepsi	Terdapat risiko pencurian Membutuhkan biaya yang besar Terdapat risiko penipuan	1*,2*,3*,4* 5*, 6* 7*, 8*, 9*	Pelaku UMKM
Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i>	Keinginan menggunakan Akan tetap menggunakan di masa depan	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8	Pelaku UMKM

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan cara mengantar kuesioner langsung ke pelaku UMKM yang ada di Kota Yogyakarta yang menjadi objek dalam penelitian ini. Masing-masing dari kuesioner tersebut disertai dengan surat permohonan untuk mengisi kuesioner. Surat permohonan tersebut berisi identitas peneliti, maksud penelitian yang dilakukan dan jaminan kerahasiaan data penelitian.

## H. Uji Coba Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini haruslah valid, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen juga harus reliabel, yang berarti instrumen bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji coba instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2014 dengan ketentuan jumlah yaitu 30 responden pelaku UMKM di Kota

Yogyakarta. Sejumlah 30 responden tersebut diambil di luar sampel dalam penelitian, sehingga data uji coba tersebut tidak dapat digunakan kembali dalam penelitian. Untuk mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel maka harus diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

### **1. Uji validitas**

Uji validitas adalah pengujian instrumen untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan (Husein Umar, 2011: 166). Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas dilakukan dengan mengukur derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan peneliti. Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara X dan Y

$N$  : Jumlah responden

$X$  : Jumlah skor butir soal (jumlah nilai X)

$Y$  : Jumlah skor total (jumlah Y)

$XY$  : Total perkalian skor item dan total (jumlah hasil kali nilai X dan Y)

$X^2$  : Jumlah kuadrat skor butir soal (jumlah kuadrat nilai X)

$Y^2$  : Jumlah kuadrat skor total (jumlah kuadrat nilai Y)

(Suharsimi Arikunto, 2006: 170)

Setelah  $r$  hitung ditemukan, nilai  $r$  hitung tersebut kemudian dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui butir yang valid dan butir tidak valid. Dengan pedoman bila  $r$  hitung  $> r$  tabel pada signifikansi 5 % maka butir item dianggap valid, sedangkan bila  $r$  hitung  $< r$  tabel maka item itu dianggap tidak valid. Butir yang dipakai dalam pengumpulan data adalah butir yang valid (Imam Ghozali, 2006). Dengan bantuan SPSS 16.0 diperoleh rangkuman hasil perhitungan uji validitas seperti tercantum pada tabel.

Tabel 4: Hasil Pengujian Validitas Butir-butir Pertanyaan

Item Pertanyaan	Jumlah Butir	Jumlah Valid	Jumlah Gugur
Kemudahan Penggunaan	10	10	-
Kepercayaan	9	9	-
Risiko Persepsi	9	9	-
Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> pada UMKM di Kota Yogyakarta	8	8	-

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2014.

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Reliabilitas instrumen merujuk kepada konsistensi hasil pengukuran data jika instrumen itu digunakan oleh orang atau kelompok orang yang sama dalam waktu berlainan atau jika instrumen itu digunakan orang atau kelompok orang yang berbeda dalam waktu yang sama atau dalam waktu yang berlainan (Husein Umar, 2011: 58). Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran berulang, akan mendapatkan hasil yang sama. Kriteria pengujian instrumen dikatakan andal apabila r dihitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%.

$$r_I = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_{12}}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

$k$  : Mean kuadrat antara subjek

$S_t^2$  : Mean kuadrat kesalahan

$S_{12}^2$  : Varian total (Sugiyono, 2012: 365)

Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai Alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Imam Ghazali, 2006).

Perhitungan untuk mencari tingkat keandalan data instrumen dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS 16.0. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel 5. Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran halaman 122-130.

Tabel 5. Uji Reliabel Variabel

Nama Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i> pada UMKM di Kota Yogyakarta	0,620	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,914	Reliabel
Kepercayaan	0,722	Reliabel
Risiko Persepsi	0,841	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah.

## I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini menggunakan program SPSS versi 16, yang sebelumnya harus memenuhi syarat uji asumsi klasik. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar data yang akan dimasukkan dalam model regresi telah memenuhi ketentuan dan syarat dalam regresi. Beberapa asumsi tersebut adalah pengujian asumsi normalitas, pengujian asumsi linearitas, dan pengujian asumsi heteroskedastisitas.

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis statistika deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta ( $X_1$ ), Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta ( $X_2$ ), dan Risiko Persepsi ( $X_3$ ) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta ( $Y$ ). Analisis statistika deskriptif meliputi nilai maksimum,

nilai minimum, dan rata-rata (*mean*) dari variabel-variabel penelitian. Untuk menentukan kecenderungan penelitian responden terhadap variabel penelitian berdasarkan pengelompokan atas 3 ranking, bagaimana disebutkan oleh Suharsimi Arikunto (2006: 263). Pengelompokan atas 3 ranking tersebut yaitu rendah, sedang dan tinggi. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

## **2. Analisis Prasyarat**

### **a. Uji normalitas**

Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Husein Umar, 2008: 79). Sampel penelitian diuji dengan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah sampel merupakan jenis distribusi normal. Jika angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Sig > 0,05* maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya jika angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Sig < 0,05* maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$$KD = 1,36 \sqrt{\frac{n_1+n_2}{n_1n_2}}$$

Keterangan:

$K_D$  = harga *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

$n_2$  = jumlah sampel yang diobservasi

$n_1$  = jumlah sampel yang diharapkan

$H_0$ : Data X berdistribusi normal

Ha: Data X tidak berdistribusi normal

Pengambilan keputusan:

Jika  $\text{Sig.(p)} > 0,05$  maka  $H_0$  didukung

Jika  $\text{Sig.(p)} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (Joko Sulistyo, 2010)

### b. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terhadap hubungan yang linier atau tidak antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji ini menggunakan harga koefisien signifikansi. Jika signifikansi  $> 0,05$  maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linear (Sarjono dan Julianita, 2011: 80). Analisis regresi linear dapat dilakukan apabila asumsi linieritas terpenuhi. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan uji F dengan rumus:

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

$F_{reg}$  : Harga bilangan F untuk garis regresi

$RK_{reg}$  : Rerata kuadrat garis regresi

$RK_{res}$  : Rerata kuadrat residu

Dari hasil perhitungan nilai F hitung kemudian nilai ini dibandingkan dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa spesifikasi model dalam bentuk fungsi linear ditolak.

### c. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji asumsi tersebut secara lebih jelas diuraikan sebagai berikut.

#### 1. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen (Husein Umar, 2008: 82). Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

Kriteria pengambilan keputusan jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 berarti tidak terjadi multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi multikolinearitas yaitu nilai VIF (*Varian Inflation Factors*)  $< 10$ . VIF dapat dihitung dengan rumus:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance\ Value}$$

*Tolerance Value* dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat). *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena  $VIF = 1/Tolerance\ Value$ . Nilai yang umum dipakai

untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance Value* 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10 maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independennya ( Imam Ghazali, 2006).

## **2. Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. (Gujarati dalam Imam Ghazali, 2006), dengan rumus:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya  $< 0,05$ , yang berarti bahwa apabila signifikansinya  $> 0,05$  penelitian dapat dilanjutkan.

## **3. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Iqbal Hasan, 2003: 140). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap

variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### a. Analisis regresi linier sederhana

Analisis data ini digunakan untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3 yaitu pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta, Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta, dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

- 1) Membuat garis linear sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

$Y$  : variabel dependen (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta)

$X$  : variabel independen (Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi)

$a$  : konstanta, nilai  $Y$  jika  $X : 0$

$b$  : koefisien regresi linier sederhana

- 2) Mencari koefisien determinasi ( $r^2$ ) antara prediktor  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dengan  $Y$

$$r^2_{(x1y)} = \frac{a_1 \sum X_1 Y}{\sum Y^2}$$

$$r^2_{(x_2y)} = \frac{a_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

$$r^2_{(x_3y)} = \frac{a_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

$r^2_{(x_1y)}$  : Koefisien determinasi antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r^2_{(x_2y)}$  : Koefisien determinasi antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r^2_{(x_3y)}$  : Koefisien determinasi antara  $X_3$  dengan  $Y$

$a_1$  : Koefisien prediktor  $X_1$

$a_2$  : Koefisien prediktor  $X_2$

$a_3$  : Koefisien prediktor  $X_3$

$X_1Y$  : Jumlah produk  $X_1$  dengan  $Y$

$X_2Y$  : Jumlah produk  $X_2$  dengan  $Y$

$X_3Y$  : Jumlah produk  $X_3$  dengan  $Y$

$Y^2$  : Jumlah kuadrat kriteria  $Y$

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

3) Menguji signifikansi koefisien korelasi dengan uji t

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t$  : Nilai  $t_{hitung}$

$r$  : Koefisien korelasi

$n$  : Jumlah sampel

(Sugiyono, 2010: 230)

Kriteria pengambilan kesimpulannya sebagai berikut :

- a) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima yaitu Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*, Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*, dan Risiko Persepsi berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*.
- b) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

### **b. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam hal ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis keempat.

- 1) Membuat persamaan garis regresi tiga prediktor dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

$Y$  : variabel dependen (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta)

$X_1$  : Kemudahan Penggunaan

$X_2$  : Kepercayaan

$X_3$  : Risiko Persepsi

$a$  : konstanta, nilai  $Y$  jika  $X : 0$

$b$  : koefisien linier berganda

- 2) Mencari koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) antara prediktor  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dengan kriteria  $Y$  dengan menggunakan rumus :

$$R^2_{y(x_1x_2x_3)} = \frac{a_1\Sigma X_1 Y + a_2\Sigma X_2 Y + a_3\Sigma X_3 Y}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan:

$R^2_{y(x_1x_2x_3)}$  : Koefisien determinasi antara Y dengan  $X_1$ ,  $X_2$ , dan

$X_3$

$a_1$  : Koefisien prediktor  $X_1$

$a_2$  : Koefisien prediktor  $X_2$

$a_3$  : Koefisien prediktor  $X_3$

$X_1Y$  : Jumlah produk  $X_1$  dengan Y

$X_2Y$  : Jumlah produk  $X_2$  dengan Y

$X_3Y$  : Jumlah produk  $X_3$  dengan Y

$Y^2$  : Jumlah kuadrat kriteria Y

(Hadi, 2004: 22)

### 3) Menguji keberartian regresi ganda dengan uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y secara bersama-sama dengan membandingkan nilai F hitung ( $F_h$ ) dengan F tabel ( $F_t$ ).

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

(Sugiyono, 2012: 235)

Kriteria pengambilan kesimpulannya sebagai berikut :

- a) Jika nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) didukung yaitu variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak yaitu variabel independen secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data Umum**

Dalam bab ini penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dengan subjeknya yaitu pelaku UMKM di Kota Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan sampel pada pelaku UMKM yang ada di Kota Yogyakarta sebanyak 100 pelaku UMKM. Hasil penyebaran data terdapat 20 eksemplar tidak memenuhi syarat. Kuesioner yang tidak memenuhi syarat tersebut karena banyak item pernyataan yang tidak diisi, lembar kuesioner dibawa pulang oleh pegawai UMKM jadi ada yang hilang dan ada beberapa yang awalnya sanggup mengisi tapi setelah kuesioner dikembalikan para pelaku UMKM samasekali belum mengisi kuesioner. Dengan demikian total data yang dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 80 data.

Penelitian ini dilakukan selama 2 minggu. Penelitian dilakukan di daerah Timoho, Kusumanegara, Tamansiswa, Pojok Beteng Kulon, Glagahsari, Kotagede dan daerah Tamansari. Penulis menemui langsung pemilik UMKM, sebab apabila karyawan yang mengisi, maka karyawan tidak tahu tentang penggunaan *E-Banking* pada perusahaan. Setelah

kuesioner penulis bagikan, pelaku UMKM tidak langsung diminta untuk mengisi, sebab penulis memberikan tenggang waktu setengah hari sampai sehari untuk mengisi kuesioner tersebut. Alasan penulis untuk meninggalkan kuesioner adalah para pelaku UMKM agar lebih dapat memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Dengan demikian, jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut juga dapat dipertanggungjawabkan dengan kata lain pelaku UMKM tidak asal mengisi. UMKM yang penulis temui bermacam-macam usaha dan kegiatannya.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, Uji Prasyarat Analisis dan Pengujian Hipotesis.

## B. Deskriptif Data Khusus

Penelitian ini memiliki empat data yaitu data tentang Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Persepsi dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta. Deskripsi data yang akan disajikan meliputi nilai Mean (M), Median (Me), Modus

(Mo) dan Deviasi Standar. Selain itu juga disajikan tabel distribusi frekuensi.

Untuk menentukan kecenderungan penilaian responden terhadap variabel penelitian berdasarkan pengelompokan atas 3 ranking, sebagaimana disebutkan oleh Suharsimi Arikunto (2006: 263) adalah:

1) Kelompok atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak skor rata-rata plus 1 deviasi standar ke atas ( $> M_i + 1 SD_i$ )

2) Kelompok sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus 1 deviasi standar dan skor rata-rata plus 1 deviasi standar (antara  $M - 1 SD_i$  sampai  $M_i + 1 SD_i$ )

3) Kelompok kurang

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata minus 1 deviasi standar ( $< M_i - 1 SD_i$ )

Untuk menghitung rata-rata dan deviasi standar ideal digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Mean Ideal } (M_i) = \frac{\text{skor maksimum ideal} + \text{skor minimum ideal}}{2}$$

$$\text{Deviasi Standar Ideal} = \frac{\text{skor maksimum ideal} - \text{skor minimum ideal}}{6}$$

Dari hasil penilaian responden maka dapat dijelaskan besarnya jawaban responden untuk masing-masing variabel dapat ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Deskriptif Variabel Penelitian

**Statistics**

	N		Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Min	Max
	Valid	Missing						
X1	80	0	32.1000	32.0000	30.00 <sup>a</sup>	3.63736	23.00	40.00
X2	80	0	28.0750	28.0000	27.00	3.54992	20.00	36.00
X3	80	0	19.8125	20.5000	23.00	5.95360	9.00	36.00
Y	80	0	25.4125	25.0000	24.00	3.47393	17.00	32.00

### 1. Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* diukur dengan 8 pertanyaan sehingga dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum ideal} = 8 \times 1 = 8$$

$$\text{Skor maksimum ideal} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Nilai rata-rata ideal} = \frac{32 + 8}{2} = 20$$

$$\text{Nilai deviasi standar ideal} = \frac{32 - 8}{6} = 4$$

Berdasarkan Tabel 6 di atas, deskriptif pada variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 32 dan skor total terendah adalah 17. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 25,4125, Median sebesar 25 dan Modus sebesar 24 serta Deviasi Standarnya sebesar 3,47393. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking dengan menggunakan nilai *Mean*

ideal dan Deviasi Standar ideal. Nilai *Mean ideal* variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar 20 dan Deviasi Standar ideal sebesar 4.

$$\text{Mean} + 1 \text{ SD}_i = 20 + 4 = 24$$

$$\text{Mean} - 1 \text{ SD}_i = 20 - 4 = 16$$

Tabel 10. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
1	< 16	0	0.0%	Rendah
2	16 – 24	34	42.5%	Sedang
3	> 24	46	57.5%	Tinggi
		80	100.0%	

Tabel tersebut menunjukkan bahwa terlihat bahwa sebanyak 34 pelaku UMKM atau 42,5% responden yang berada dalam kategori sedang, 46 pelaku UMKM atau 57,5% responden berada dalam kategori tinggi dan tidak ada responden (0%) berada pada kategori rendah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

## 2. Variabel Kemudahan Penggunaan

Variabel Kemudahan Penggunaan diukur dengan 10 pertanyaan sehingga dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum ideal} = 10 \times 1 = 10$$

Skor maksimum ideal =  $10 \times 4 = 40$

$$\text{Nilai rata-rata ideal} = \frac{40 + 10}{2} = 25$$

$$\text{Nilai deviasi standar ideal} = \frac{40 - 10}{6} = 5$$

Berdasarkan tabel 6, Kemudahan Penggunaan menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 40 dan skor total terendah adalah 23. Selain itu juga didapatkan nilai rerata sebesar 32,10, Median sebesar 32 dan Modus sebesar 30 serta Deviasi Standarnya sebesar 3,63736. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Kemudahan Penggunaan dengan menggunakan nilai *Mean* ideal dan Deviasi Standar ideal. Nilai *Mean ideal* variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 25 dan Deviasi Standar ideal sebesar 5.

$$\text{Mean} + 1 \text{ SDi} = 25 + 5 = 30$$

$$\text{Mean} - 1 \text{ SDi} = 25 - 5 = 20$$

Tabel 7. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
1	< 20	0	0,0%	Rendah
2	20 – 30	26	32,5%	Sedang
3	> 30	54	67,5%	Tinggi
		80	100.0%	

Tabel tersebut menunjukkan bahwa terlihat bahwa sebanyak 26 pelaku UMKM atau 32,5% responden yang berada dalam kategori sedang, sebanyak 54 pelaku UMKM atau 67,5% responden berada dalam kategori tinggi dan tidak ada responden (0%) berada pada kategori rendah.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kemudahan Penggunaan Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

### **3. Variabel Kepercayaan**

Variabel Kepercayaan diukur dengan 9 pertanyaan sehingga dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum ideal} = 9 \times 1 = 9$$

$$\text{Skor maksimum ideal} = 9 \times 4 = 36$$

$$\text{Nilai rata-rata ideal} = \frac{36 + 9}{2} = 22,5$$

$$\text{Nilai deviasi standar ideal} = \frac{36 - 9}{6} = 4,5$$

Berdasarkan Tabel 6 di atas, deskriptif pada variabel Kepercayaan menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 36 dan skor total terendah adalah 20. Selain itu juga didapatkan nilai rerata sebesar 28,0750, Median sebesar 28 dan Modus sebesar 27 serta Deviasi Standarnya sebesar 3,54992. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Kepercayaan dengan menggunakan nilai *Mean ideal* dan Deviasi Standar ideal. Nilai *Mean ideal* variabel Kepercayaan sebesar 22,5 dan Deviasi Standar ideal sebesar 4,5.

$$\text{Mean} + 1 \text{ SDi} = 22,5 + 4,5 = 27$$

$$\text{Mean} - 1 \text{ SDi} = 22,5 - 4,5 = 18$$

Tabel 8. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Kepercayaan

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
1	< 18	0	0.0%	Rendah
2	18 – 27	22	27,5%	Sedang
3	> 27	58	72,5%	Tinggi
		80	100.0%	

Tabel tersebut menunjukkan bahwa terlihat bahwa sebanyak 22 pelaku UMKM atau 27,5% responden yang berada dalam kategori sedang, sebanyak 58 pelaku UMKM atau 72,5% responden berada dalam kategori tinggi dan tidak ada responden (0%) berada pada kategori rendah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kepercayaan Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

#### 4. Variabel Risiko Persepsian

Variabel Risiko Persepsian diukur dengan 9 pertanyaan sehingga dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum ideal} = 9 \times 1 = 9$$

$$\text{Skor maksimum ideal} = 9 \times 4 = 36$$

$$\text{Nilai rata-rata ideal} = \frac{36 + 9}{2} = 22.5$$

$$\text{Nilai deviasi standar ideal} = \frac{36 - 9}{6} = 4,5$$

Berdasarkan Tabel 6 di atas, deskriptif pada variabel Risiko Persepsian menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah

36 dan skor total terendah adalah 9. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 19,8125, Median sebesar 20,5 dan Modus sebesar 23 serta Deviasi Standarnya sebesar 5,95360. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Risiko Persepsi dengan menggunakan nilai *Mean* ideal dan Deviasi Standar ideal. Nilai *Mean ideal* variabel Risiko Persepsi sebesar 22,5 dan Deviasi Standar ideal sebesar 4,5.

$$\text{Mean} + 1 \text{ SD}_i = 22,5 + 4,5 = 27$$

$$\text{Mean} - 1 \text{ SD}_i = 22,5 - 4,5 = 18$$

Tabel 9. Distribusi Kecenderungan Frekuensi Variabel Risiko Persepsi

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
1	< 18	31	38,8%	Rendah
2	18– 27	37	46,3%	Sedang
3	> 27	12	15,0%	Tinggi
		80	100,0%	

Tabel tersebut menunjukkan bahwa terlihat bahwa sebanyak 31 pelaku UMKM atau 38,8% responden yang berada dalam kategori rendah, 37 pelaku UMKM atau 46,3% responden berada dalam kategori sedang dan sebanyak 12 pelaku UMKM atau 15% berada pada kategori tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Risiko Persepsi Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta adalah sedang karena mayoritas responden memberikan penilaian sedang.

## C. Analisis Data

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik sebenarnya model persamaan regresi yang diajukan adalah sudah memenuhi syarat, dalam arti eratnya hubungan variabel bebas dengan variabel tidak bebasnya. Tetapi, agar model persamaan tersebut dapat diterima secara ekonometrik maka harus memenuhi uji normalitas dan uji linearitas serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Prasyarat

#### a. Uji Normalitas

Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Sampel penelitian diuji dengan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah sampel merupakan jenis distribusi normal. Jika angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Sig* > 0,05 maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya jika angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Sig* < 0,05 maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel 11 berikut ini.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	X1	X2	X3	Y
N	80	80	80	80
Normal Mean	32.1000	28.0750	19.8125	25.4125
Parameters <sup>a</sup> Std. Deviation	3.63736	3.54992	5.95360	3.47393
Most Absolute	.111	.106	.099	.083
Extreme Positive	.111	.106	.099	.083
Differences Negative	-.107	-.106	-.091	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z	.993	.952	.883	.741
Asymp. Sig. (2-tailed)	.278	.324	.416	.642

a. test distribution is normal

b. calculated from data

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, didapatkan nilai signifikansi dari Uji K-S pada model regresi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,993, Kepercayaan sebesar 0,952, Risiko Persepsi sebesar 0,883 dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta sebesar 0,741. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

### b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas regresi dilakukan dengan uji Statistik F. Harga F dihitung kemudian dikonsultasikan dengan F tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila harga F hitung lebih kecil atau sama

dengan F tabel maka hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan linier.

Tabel 12. Rangkuman Hasil Uji Linieritas

Variabel	F hitung	Sig	Keterangan
X1	1,557	0,113	Linier
X2	0,590	0,871	Linier
X3	1,317	0,206	Linier

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 12 menunjukkan bahwa, nilai signifikansi pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta sebesar 0,113, pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta sebesar 0,871 dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta sebesar 0,206. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,050, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen bersifat linier. Jadi antara variabel x dan y terdapat hubungan yang linier dan hubungan antara variabel independen dengan dependen dalam bentuk garis lurus.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinearitas

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai

*tolerance* dan lawan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* <0,10 atau nilai VIF > 10 dengan tingkat kolonieritas 0,50, dan iktisar hasil multikolinieritas pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada tabel 13 berikut

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	<i>Tolerance</i>	Keterangan
X <sub>1</sub>	1,464	0,683	Tidak terjadi multikolinieritas
X <sub>2</sub>	1,481	0,675	Tidak terjadi multikolinieritas
X <sub>3</sub>	1,055	0,948	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2014 (lampiran halaman: 141)

Hasil uji multikolinearitas antar variabel bebas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel bebas tidak lebih dari 10 yaitu pada variable Kemudahan Penggunaan sebesar 1,464, Kepercayaan sebesar 1,481 dan Risiko Persepsian sebesar 1,055. Selain itu, nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 yaitu pada variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,683, variabel Kepercayaan sebesar 0,675 dan variabel Risiko Persepsian sebesar 0,948. Dengan demikian dapat disimpulkan antara variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode *Glejser* yang selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai sig-t dengan 0,05. Heteroskedastisitas dapat diartikan yaitu hubungan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  dengan variabel di luar penelitian ini. Jika  $\text{Sig-t}_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari 0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya jika  $\text{sig-t}_{\text{hitung}}$  lebih besar dari 0,05 maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji *Glejser* dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t hitung	sig t	Keterangan
$X_1$	-0,236	0,814	Tidak terjadi heteroskedastisitas
$X_2$	-0,096	0,924	Tidak terjadi heteroskedastisitas
$X_3$	0,121	0,904	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2014 (lampiran halaman: 141)

Dari hasil heteroskedastisitas terhadap masing-masing variabel independen diperoleh *p-value* (sig-t)  $> 0,05$ . Untuk variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,814, variabel Kepercayaan sebesar 0,924 dan variabel Risiko Persepsian sebesar 0,904, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen.

## 2. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi berganda untuk menguji hipotesis. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis satu sampai dengan tiga, sedangkan regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis keempat. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 16. Metode-metode pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana, uji regresi berganda, uji-t dan uji F untuk menguji signifikansi persamaan regresi. Dalam uji hipotesis ini  $X=0$  tidak akan mungkin terjadi, sebab jumlah nilai pernyataan kuesioner tidak ada yang nilainya 0.

### a. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :  $\mathbf{Y} = \mathbf{a} + \mathbf{bX}_1$ . Dengan bantuan SPSS 16.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut :

Tabel 15. Regresi Sederhana Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Model Regresi $X_1$	Perhitungan		Sig	Konstanta	Koefisien	$t_{hitung}$
	$r_{(x1y)}$	$r^2_{(x1y)}$				
$X_1 f Y$	0,544	0,296	0,000	8,745	0,519	5,721

Sumber: Data Primer yang Diolah (lampiran halaman: 143)

Berdasarkan tabel 15 dapat disusun persamaan regresinya yaitu:  $Y = 8,745 + 0,519 X_1$

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 8,745 menunjukkan besanya Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan positif jika tanpa dipengaruhi oleh Kemudahan Penggunaan ( $X = 0$ ). Dengan koefisien regresi sebesar 0,519 dapat diartikan bahwa jika Kemudahan Penggunaan meningkat sebesar 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan meningkat sebesar 0,519. Nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) yang berarti pengaruhnya signifikan.

Hal ini berarti Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y). Dengan  $t_{hitung}$  sebesar 5,721 yang nilainya di atas  $t_{tabel}$  sebesar 1,664 yang menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X) terhadap Minat

Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) adalah signifikan. Artinya semakin baik Kemudahan Penggunaan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta juga akan mengalami peningkatan. Jika ditinjau dari nilai  $r^2$  sebesar 0,296, artinya 29,6% Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel Kemudahan Penggunaan, sedangkan sebesar 70,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini. Dan dapat diartikan pula bahwa variabel independen (Kemudahan Penggunaan) mampu menjelaskan variabel dependen (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta) sebesar 29,6%. Hal ini berarti hipotesis pertama didukung.

### b. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :  $\mathbf{Y} = \mathbf{a} + \mathbf{bX}$ . Dengan bantuan SPSS 16.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 16. Regresi Sederhana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Model Regresi $X_2$	Perhitungan		Sig	Konstanta	Koefisien	$t_{hitung}$
	$r_{(x2y)}$	$r^2_{(x2y)}$				
X <sub>2</sub> -Y	0,490	0,240	0,000	11,946	0,480	4,966

Sumber : Data Primer yang Diolah (lampiran halaman: 144)

Berdasarkan tabel 16 dapat disusun persamaan regresinya yaitu :  $Y = 11,946 + 0,480X_2$ . Hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar, 11,946 menunjukkan besanya Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan positif sebesar 11,946 jika tanpa dipengaruhi oleh Kepercayaan ( $X = 0$ ). Dengan koefisien regresi sebesar 0,480 menunjukkan bahwa jika Kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan meningkat sebesar 0,480.

Hal ini berarti Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y). Dengan  $t_{hitung}$  sebesar 4,966 yang nilainya diatas  $t_{tabel}$  sebesar 1,664 menunjukkan bahwa Kepercayaan (X) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) adalah signifikan. Artinya semakin baik Kepercayaan maka Minat Bertransaksi

Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta juga akan mengalami peningkatan.

Jika ditinjau dari nilai  $r^2$  sebesar 0,240, artinya 24,0% Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel Kepercayaan, sedangkan sebesar 76% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini, dan dapat diartikan pula bahwa variabel independen (Kepercayaan) mampu menjelaskan variabel dependen (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta) sebesar 24%. Hal ini berarti hipotesis kedua didukung.

### c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah : “Terdapat pengaruh negatif signifikan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :  $\mathbf{Y} = \mathbf{a} + \mathbf{bX}$ .

Dengan bantuan SPSS 16.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut :

Tabel 17. Regresi Sederhana Pengaruh Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

Model Regresi $X_3$	Perhitungan		Sig	Konstanta	Koefisien	$t_{hitung}$
	$r_{(x3y)}$	$r^2_{(x3y)}$				
$X_3-Y$	0,273	0,075	0,014	28,574	-0,160	-2,511

Sumber : Data Primer yang Diolah (lampiran halaman: 146)

Berdasarkan tabel 17 dapat disusun persamaan regresinya yaitu :  $Y = 28,574 - 0,160 X_3$

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar, 28,574 menunjukkan besanya Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan positif sebesar 28,574 jika tanpa dipengaruhi oleh Risiko Persepsian ( $X = 0$ ). Hasil koefisien regresi -0,160 berarti jika Risiko Persepsian meningkat sebesar 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) akan menurun sebesar -0,160.

Hal ini berarti Risiko Persepsian ( $X_3$ ) berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y). Dengan  $t_{hitung}$  sebesar -2,511 yang nilainya di bawah  $t_{tabel}$  sebesar -1,664 menunjukkan bahwa Risiko Persepsian (X) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta (Y) adalah signifikan. Artinya semakin tinggi Risiko Persepsian maka Minat

Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta akan mengalami penurunan.

Jika ditinjau dari nilai  $r^2$  sebesar 0,075, artinya 7,5% Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel Risiko Persepsian, sedangkan sebesar 92,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini. Dan dapat diartikan pula bahwa variabel independen (Risiko Persepsian) mampu menjelaskan variabel dependen (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta) sebesar 7,5%. Hal ini berarti hipotesis ketiga didukung.

#### **d. Pengujian Hipotesis Keempat**

Pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Langkah-langkah dalam membuat regresi berganda yaitu:

- 1) Membuat garis persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Dengan bantuan SPSS 16.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 18. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	Sig t
Konstanta	9,051	2,953	0,004
X <sub>1</sub>	0,314	3,146	0,002
X <sub>2</sub>	0,344	3,341	0,001
X <sub>3</sub>	-0,171	-3,300	0,001
F hitung	19,227		
Korelasi R	0,657		
Sig F	0,000		
Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> )	0,409		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (lampiran halaman: 147)

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta yaitu sebagai berikut :  $Y = 9,051 + 0,314 X_1 + 0,344X_2 - 0,171X_3$

Nilai koefisien X<sub>1</sub> sebesar 0,314 yang berarti Kemudahan Penggunaan meningkat sebesar 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta akan naik sebesar 0,314 satuan dengan asumsi X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> tetap. Nilai koefisien X<sub>2</sub> sebesar 0,344 yang berarti Kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta akan naik sebesar 0,344 satuan dengan asumsi X<sub>1</sub> dan X<sub>3</sub> tetap. Nilai koefisien X<sub>3</sub> sebesar -0,171 yang berarti Risiko Persepsi meningkat sebesar 1

satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta akan menurun sebesar -0,171 satuan dengan asumsi  $X_1$  dan  $X_2$  tetap. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi ( $R$ ) yang bernilai positif antara Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta sebesar 0,657.

Hasil signifikansi ketiga variabel menunjukkan dibawah 0,05, yaitu variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,002, variabel Kepercayaan sebesar 0,001 dan variabel Risiko Persepsian sebesar 0,001, jadi hipotesis keempat menunjukkan hasil signifikan, itu berarti hipotesis keempat didukung.

## 2) Mencari Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) menunjukkan angka sebesar 0,409 atau 40,9% yang berarti bahwa Minat Bertransaksi Menggunaan *E-Banking* dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian dan sisanya sebesar 0,591 atau 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

## 3) Uji F

Untuk menguji apakah variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian berpengaruh secara serentak terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dilakukan

dengan uji F. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, dengan tingkat signifikansi 5%. Dari hasil perhitungan seperti dalam tabel 18 diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 19,227 dan F tabel sebesar 2,7249, dengan demikian F hitung lebih besar F tabel, artinya secara bersama-sama Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. Hasil ini berarti hipotesis keempat dalam penelitian ini didukung.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ) dan Risiko Persepsian ( $X_3$ ) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* ( $Y$ ). Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM di Kota Yogyakarta**

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar

0,519 menyatakan bahwa setiap kenaikan Kemudahan Penggunaan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta sebesar 0,519 satuan. Nilai signifikansi variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,000 hal ini berarti di bawah 0,05. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,721 > 1,664$ ), sehingga mengindikasikan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. Total nilai kuesioner pada penelitian sebesar 2568, total ini paling banyak diantara variabel lainnya (lampiran halaman: 111). Hal ini berarti variabel Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* memberikan kontribusi yang paling besar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Devy Pisheila Pratiwi (2012) yang menemukan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan Penggunaan yang dirasakan merupakan penilaian setiap individu terhadap interaksi dengan sebuah sistem informasi spesifik atau teknologi yang bebas dari usaha mental (Davis, 1989). Kemudahaan Penggunaan adalah salah satu dari keyakinan berperilaku utama yang mempengaruhi pengguna untuk menerima sebuah teknologi baik yang original maupun model TAM yang telah direvisi

dan hal ini sudah termasuk dalam penelitian ini untuk menentukan pengaruh dan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta.

## **2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta**

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,480 menyatakan bahwa setiap kenaikan Kepercayaan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar 0,480 satuan. Nilai signifikansinya lebih kecil 0,05 yaitu sebesar 0,000. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,966 > 1,664$ ) mengindikasikan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Total nilai kuesioner pada penelitian sebesar 2246 (lampiran halaman: 114).

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyanto (2011) yang menemukan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap Minat . Kepercayaan adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para pelanggan terhadap karakteristik bank dan kemungkinan perilaku konsumen bank di masa datang. Semua transaksi bisnis memerlukan beberapa elemen Kepercayaan

khususnya yang berhubungan dalam lingkungan yang tidak pasti (Lee 1998). Kepercayaan pelaku UMKM terhadap *E-Banking* akan mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*, karena dengan Kepercayaan yang tinggi nasabah yakin bahwa pihak perbankan mampu menjalankan penyelenggaraan transaksi, sehingga faktor Kepercayaan secara langsung mempengaruhi Minat pelaku UMKM dalam menggunakan *E-Banking* dalam transaksinya. Jika seorang pelaku UMKM percaya dan yakin akan suatu kinerja sistem yang baik, maka pelaku UMKM akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya.

### **3. Pengaruh Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM di Kota Yogyakarta**

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel Risiko Persepsi ( $X_3$ ) berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar -0,160 menyatakan bahwa setiap kenaikan Risiko Persepsi sebesar 1 satuan akan menurunkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar -0,160 satuan.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (-2,511>-1,664) mengindikasikan bahwa Risiko Persepsi berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Total nilai

kuesioner pada penelitian sebesar 1585, total ini paling rendah diantara variabel lainnya (lampiran halaman: 117). Hal ini berarti variabel Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* memberikan kontribusi yang paling kecil.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Restu Guriting (2012) yang menemukan bahwa Risiko Persepsian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menggunakan *internet banking*. Semakin besar Risiko Persepsian semakin besar pula kemungkinan keterlibatan pelaku ekonomi dalam penggunaan sistem (Engel et al, 1995). Ketika Risiko Persepsian menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan menghindari penggunaan atau meminimumkan risiko melalui pencarian dan evaluasi alternatif pra-penggunaan dalam tahap pengambilan keputusan. Kondisi ini menghasilkan pengambilan keputusan yang kompleks. Pelaku UMKM mungkin akan mengevaluasi sistem secara detail. Informasi mengenai *E-Banking* sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Tak terkecuali pelaku ekonomi tersebut adalah pelaku UMKM di Kota Yoagyakarta. Proses pengambilan keputusan yang demikian menggambarkan adanya keimbangan pelaku UMKM dengan suatu produk perbankan yaitu *E-Banking*. Karena Risiko Persepsian akan membuat pelaku UMKM berpikir ulang mengenai penggunaan *E-Banking* tersebut, maka semakin tinggi Risiko Persepsian yang dipikirkan pelaku UMKM, akan semakin menurun Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*.

#### **4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta**

Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat bahwa variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta, hal ini ditunjukkan oleh nilai  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  ( $19,227 > 2,7249$ ). Nilai signifikansi ketiga variabel tersebut yaitu variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,002, variabel Kepercayaan sebesar 0,001 dan variabel Risiko Persepsi sebesar 0,001. Total nilai kuesioner pada penelitian sebesar 2033 (lampiran halaman: 120).

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Devy Pishelia Pratiwi (2012) yang menemukan bahwa ada pengaruh secara signifikan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan *Mobile Banking*. Semakin tinggi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan nasabah, semakin percaya pelaku UMKM terhadap sistem *E-Banking* dan semakin rendah risiko yang dipersepsikan nasabah tersebut maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan semakin meningkat.

Kemudahan Penggunaan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991). Ketika Pelaku UMKM menganggap *E-Banking* mudah, maka mereka akan senantiasa menggunakannya terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan sebesar 54 pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi. Menurut Lee (2009) Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Hal tersebut terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan sebanyak 58 pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi. Pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta berkeyakinan bahwa pihak bank mampu menjaga komitmennya. Menurut Pavlou (2001: 10) Risiko Persepsi merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Hal tersebut terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan sebanyak 37 pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta berada pada kategori sedang, hal itu berarti pelaku UMKM berpikiran tentang risiko-risiko ketidakpastian dalam melakukan transaksi menggunakan *E-Banking*. Menurut Jogiyanto (2007: 116), Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (Minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku

tertentu. Hal tersebut terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan sebanyak 46 pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi, hal tersebut berarti Minat pelaku UMKM Di Kota Yogyakarta dalam menggunakan *E-Banking* sangat tinggi.

Dengan adanya teknologi informasi yang akurat, mudah dan canggih tidak ditutup kemungkinan para pelaku UMKM ataupun pelaku bisnis lainnya akan menggunakan layanan *E-Banking* yang diberikan oleh suatu perbankan dalam mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan usaha ataupun lainnya. Kepercayaan yang ditekankan yaitu terhadap kendala pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akan nasabah. Keamanan yang diberikan oleh pihak bank tinggi membuat seseorang merasa memiliki rasa Minat lebih untuk menggunakan layanan *E-Banking*. Namun adanya Risiko Persepsi yang semakin tinggi, maka semakin rendah Minat pelaku UMKM untuk memunculkan perilaku menggunakan *E-Banking*.

## **E. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. *E-Banking* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *E-Banking* secara umum yang dimiliki bank-bank, bukan dikhususkan pada *E-Banking* salah satu bank saja.

2. Temuan dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Persepsi terdapat faktor-faktor lain yang digunakan dalam studi mengenai Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi memberikan sumbangan sebesar 40,9% terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Sedangkan 51,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Atau dengan kata lain, dilihat dari R determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,409, berarti dalam penelitian ini Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi hanya memberikan kontribusi yang kecil.
3. Dalam penelitian ini sampel penelitian sebanyak 100 pelaku UMKM. Tetapi peneliti hanya menyebar 100 eksemplar kuesioner dan yang memenuhi syarat sebanyak 80 eksemplar kuesioner seharusnya dengan sampel 100 pelaku UMKM maka peneliti harus menyebar minimal 200 eksemplar kuesioner.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta, terbukti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar  $5,721 > 1,664$ . Dan dibuktikan dengan nilai koefisien dari Kemudahan Penggunaan sebesar 0,519 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan Kemudahan Penggunaan akan menaikan variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar 0,519 satuan. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,296 berarti bahwa 29,6% variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan Penggunaan. Hal ini berarti Kemudahan Penggunaan semakin baik mengakibatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* juga baik, begitu pula dengan Kemudahan Penggunaan yang semakin rendah maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan menurun.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta, terbukti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar  $4,966 > 1,664$ . Dan dibuktikan dengan nilai koefisien dari Kepercayaan sebesar 0,480 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan Kepercayaan

akan menaikan variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar 0,480 satuan. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,240 berarti bahwa 24% variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dapat dijelaskan oleh variabel Kepercayaan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya variabel Kepercayaan akan mengakibatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* juga akan tinggi, begitu pula dengan Kepercayaan yang semakin rendah maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan menurun.

3. Terdapat pengaruh negatif signifikan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta terbukti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar  $-2,511 < -1,664$ . Dan dibuktikan dengan nilai koefisien dari Risiko Persepsi sebesar -0,160 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan Risiko Persepsi akan menurunkan variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar -0,160 satuan. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,075 berarti bahwa 7,5% variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dapat dijelaskan oleh variabel Risiko Persepsi. Hal ini menunjukkan semakin meningkat Risiko Persepsi mengakibatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan menurun, begitu pula dengan Risiko Persepsi yang semakin rendah maka Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* akan meningkat.
4. Terdapat pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi secara bersama – sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* Pada UMKM Di Kota Yogyakarta, terbukti nilai F

$F_{hitung} > F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% adalah sebesar  $19,227 > 2,7249$ . Dan dibuktikan dengan koefisien regresi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,314 menjelaskan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 satuan Kemudahan Penggunaan maka akan menaikkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* 0,314 satuan, koefisien regresi Kepercayaan sebesar 0,344 menjelaskan bahwa setiap terjadi kenaikan Kepercayaan sebesar 1 satuan maka akan menaikkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar 0,344 satuan, dan koefisien regresi Risiko Persepsian sebesar -0,171 menjelaskan bahwa setiap terjadi penurunan Risiko Persepsian sebesar 1 satuan maka akan menaikkan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* sebesar -0,171 satuan. Tingkat signifikansi ketiga variabel yaitu variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,002, variabel Kepercayaan sebesar 0,001 dan variabel Risiko Persepsian sebesar 0,001. Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) adalah sebesar 0,409 atau 40,9% yang berarti bahwa Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian dan sisanya sebesar 0,591 atau 59,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

## B. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*.

1. Disarankan untuk menggunakan variabel Kemudahan Penggunaan, sebab variabel ini mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap Minat dalam

hal penggunaan teknologi khususnya teknologi layanan *E-Banking*. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada hasil total kuesioner yaitu sebesar 2568.

2. Penelitian dapat dilakukan pada saat pemilik UMKM tidak sedang melakukan banyak kegiatan agar mendapatkan lebih banyak sampel penelitian.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan faktor gender dan faktor tingkat pendidikan. Faktor gender karena faktor psikologis antara laki-laki dan perempuan berbeda sehingga dapat menentukan tingkat penggunaan *E-Banking* dimana perempuan lebih mudah berminat atau tertarik untuk menggunakan suatu produk yang baru. Faktor tingkat pendidikan karena mayoritas orang yang berpendidikan rendah tidak mengetahui cara menggunakan *E-Banking*.
4. Disarankan untuk lebih menekankan pada indikator-indikator pada variabelnya, bukan menekankan pada produk-produk *E-Banking*, agar dapat tercapai tujuan yang telah ditentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icck. (1991). “The Theory of Planned Behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes Journal*. Vol. 50. No. 2: 179-211.
- Al-Smadi, M. dan S.A. Al-Wabel. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks . *Journal of Internet Banking and Commerce*. vol. 29, pp.130 141.
- Ainur Rofiq. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce* (Studi Pada Pelanggan *E-Commerce* Di Indonesia). *Thesis*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Bhattacherjee, A. “Understanding Information System Continuance: an Expectation-Confirmation Model,” *MIS Quarterly* (25), 2001, pp. 301-370.
- Davis, Fred D. (1986). “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Us, and User Acceptance of Information Technology*”, MIS Quartely, Sept,pp. 319-340.
- Devy Pishelia Pratiwi. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Dimediasi Minat Penggunaan *Mobile Banking* Nasabah Bank BCA Di Surabaya. *Skripsi*. STIE Perbanas Surabaya.
- Dowling, G. R. and Staelin, R. “A Model of Perceived Risk and Intended Risk Handling Activity,” *Journal of Consumer Research* (21), 1991, pp. 119-154.
- Efferin, Sujoko; Hadi Darmaji; Stevanus Tan; Yuliawati. (2008). *Metode Penelitian Akuntansi; Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif/Kualitatif*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Engel, James. F. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binapura Aksara.
- Foon, Y. S. and B. C. Y. Fah. (2011). Internet banking adoption in Kuala Lumpur:An aapplication of UTAUT model, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 4: 161-167

<http://umkm.jogjakota.go.id/direktori/index.php/industri-mikro-diyogyakarta.html> (diunduh pada 26 Februari 2014).

Husein Umar. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Rajawali Pers.

\_\_\_\_\_. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.

Kinanti, Firstly. (2013). Analisis Determinan Sistem Informasi *E-Ticketing*: Pendekatan *Extended Theory of Planned Behavior*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Kumara Dewi, Komang. (2013). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi *Forecasting Satker* Dalam Rangka Perencanaan Kas (Studi Kasus Pada Satuan Kerja Wilayah Pembayaran KPPN Jakarta IV). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Lee, M. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking : An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Application* 8, pp. 130-141.

Lewis, W., Agarwal, R., Sambamurthy, V. "Sources of Influence on Beliefs about Information Technology Use: An Empirical Study of Knowledge Workers," *MIS Quarterly* (27:4), December 2003, pp.657-678.

Man, Y.K. (2006). Factors Affecting Customers Trust In Online Trading. *Journal of Information System Management*.

Mathieson, K. "Predicting User Intentions Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information System Research* (2:3), 1991, pp.173-191.

Morgan Robert M. dan Shelby D.Hunt. (1994). The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol.58 No.3: pp 20-38.

Orlitzky, W.J. "The Duality of Technology: Rethinking the Concept of Technology in Organizations", *Organization Science*(3:3), 1992, pp.398-427.

- Pavlou. (2002). Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*.
- Ramadhani, Risna. (2008). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan nasabah terhadap layanan Internet Banking di Semarang : Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*". *Jurnal Akuntansi Indonesia*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Reipita Sari. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *E-Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Restu Guriting Panggalih. (2010). Minat Individual Terhadap Penggunaan *Internet Banking: Pendekatan Modified of Planned Behavior*. (Studi Empiris Pada Karyawan Yang Menduduki Posisi Penting di Universitas Brawijaya Malang). *Skripsi*. S-1 Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.
- Saraswati, Pradhita. (2013). Penerimaan *E-Commerce*: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Skripsi*. Universitas Brawijaya Malang.
- Sarjono, Haryadi; Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL. (Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Scoot, W.R. (1995). *Institutions dan Organizations* "Sage Publications, Inc, Thousand Oaks, CA".
- Slameto. (1995). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sri Maharsi dan Juliani Mulyadi. (2007). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 9 No. 1: Hal 18-28.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Adi Mahasatya.
- Sugiyono. (2001). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.

- \_\_\_\_\_. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suparyanto.(2013). Sekilas Tentang Minat. <http://dr-suparyanto.blogspot.com>. Diakses 22 Februari 2014, 9:33
- Sutrisno Hadi. (2009). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi kedua. Depdikbud.
- Totok Tri Setyanto. (2011). Analisis Pengaruh *Trust* Dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Wang, H. (2002). Staged-Financing Contracts With Accounting Fraud. *Journal of Management*.
- Widyarini. (2005). Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya. *Jurnal Manajemen & Akuntansi*, vol 5 No. 1 April 2005. 101-123
- H.C. Witherington. (1999). *Psikolog Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yaghoubi, N & Bahmani, E. (2011). Behavioral approach to policy making of the internet banking industry: The evaluation of factors influenced on the customers adoption of internet banking services. *African Journal of Business Management*, 5(16), 6785-6792.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G and Foxall, G. R. (2009). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*. Vol.23 (11), 847-860
- Zuriah, Nurul. (2007). *Metodologi Penelitian Sosial dan Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

# Lampiran

**Lampiran 1: Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Pengusaha UMKM.....

Di Yogyakarta

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya :

Nama : Dwimastia Harlan

NIM : 12812147010

Prodi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)

Memohon kesediaan Bapak/ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul :

**“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN  
RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN E-BANKING PADA UMKM  
DI KOTA YOGYAKARTA”**

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi saya sehingga Bapak/Ibu/Saudara/I diharapkan agar mengisi kuisioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam menjawab kuisioner, saya sampaikan terimakasih.

Hormat saya,

Dwimastia Harlan

## KUESIONER PENELITIAN

Data responden

Nama UMKM : \_\_\_\_\_

Nama responden : \_\_\_\_\_

Lama usaha berdiri : \_\_\_\_\_

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden cukup memberi tanda ( ) pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu?saudara/i. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat bapak/Ibu/Saudara/i

Pernyataan positif	*Pernyataan Negatif
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	1 = Sangat Setuju (SS)
2 = Tidak Setuju (TS)	2 = Setuju (S)
3 = Setuju (S)	3 = Tidak Setuju (TS)
4 = Sangat Setuju (SS)	4 = Sangat Tidak Setuju (STS)

*E-banking* yang dibicarakan dalam kuisioner ini adalah produk *E-Banking* (*internet banking*, *sms banking*, *phone banking*, dan *ATM*) yang pernah pelaku UMKM gunakan.

### A. KEMUDAHAN PENGGUNAAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Tampilan ATM mudah untuk dibaca				
2.	Pengoperasian ATM sangat mudah				
3.	ATM sangat fleksibel, mudah, dan nyaman untuk bertransaksi.				
4.	<i>Internet banking</i> sangat mudah				

	digunakan, dan hasilnya cepat diketahui.			
5.	Pengoperasian <i>internet banking</i> mudah dipahami dan tidak rumit.			
6.	Pengoperasian <i>internet banking</i> sangat <i>simple</i>			
7.	Fitur dalam <i>internet banking</i> mudah untuk dijalankan.			
8.	Pengoperasian <i>phone banking</i> mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha			
9.	<i>Sms banking</i> mudah dalam pengoperasiannya.			
10.	<i>Sms banking</i> mudah dipelajari dan <i>simple</i> .			

## B. KEPERCAYAAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Ttransaksi menggunakan <i>ATM</i> dapat dipercaya walaupun tidak bertemu langsung dengan pegawai bank.				
2.	Fitur-fitur yang ditawarkan pihak bank tentang <i>ATM</i> adalah jujur.				
3.	Fitur-fitur dalam <i>phone banking</i> dapat dipercaya untuk bertransaksi.				
4.	<i>Sms banking</i> yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya				
5.	Bank penyedia <i>internet banking</i> mampu menjaga keamanan dalam bertransaksi.				
6.	Bank penyedia layanan <i>phone banking</i> mampu menjaga kerahasiaan data dan keamanan data				
7.	Bank penyedia layanan <i>internet banking</i> memenuhi tanggungjawabnya kepada nasabah.				
8.	Bank mampu menjaga komitmen sebagai bentuk menjaga keamanan tentang fitur-fitur dalam <i>internet banking</i> .				
9.	Menggunakan <i>sms banking</i> lebih aman dan nyaman.				

### C. \*RISIKO PERSEPSIAN

No	*Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Menggunakan ATM akan menghilangkan data pribadi..				
2.	Bertransaksi menggunakan ATM rawan pencurian nomor PIN.				
3.	Menggunakan ATM rawan terjadi pencurian uang.				
4.	<i>Phone banking</i> rawan adanya pencurian data				
5.	Pengoperasian <i>internet banking</i> membutuhkan biaya yang besar.				
6.	<i>Sms banking</i> membutuhkan biaya pulsa yang besar.				
7.	Bertransaksi menggunakan <i>internet banking</i> rawan penipuan.				
8.	Rahasia pribadi (PIN) <i>phone banking</i> mudah di curi ataupun di bajak orang.				
9.	Kode pengenal ( <i>User ID</i> ) <i>phone banking</i> rawan pembobolan dan penipuan.				

### D. MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-BANKING

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan ATM karena biaya pembuatan kartu ATM terjangkau.				
2.	Saya akan menggunakan ATM sebab dapat meminimalisir adanya tindak kejahatan.				
3.	Bank-bank penyedia layanan ATM tidak memungut biaya atas transaksi yang dilakukan di bank yang sama.				
4.	<i>Internet banking</i> dapat memindah buku antar rekening dengan cepat.				
5.	<i>Internet banking</i> memberikan kenyamanan bertransaksi dengan				

	tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang di layar <i>computer</i> .			
6.	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>phone banking</i> pada saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, dll daripada harus mengantri di bank.			
7.	<i>Sms banking</i> sangat praktis, sehingga cocok digunakan untuk masa depan.			
8.	<i>Sms banking</i> sangat hemat waktu dan tenaga, sehingga cocok digunakan untuk masa depan.			

## **Lampiran 2: Data Hasil Uji Coba Penelitian**

## **Lampiran Data Hasil Penelitian**

Responden	Butir Pernyataan Kemudahan Penggunaan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
2	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	31
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	36
4	4	1	1	1	1	1	2	1	2	2	16
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
8	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
9	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	3	3	3	2	2	3	3	1	1	3	24
13	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	26
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
16	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	34
17	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
18	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
19	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	24
20	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
21	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	29
22	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	29
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
26	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
27	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	31
30	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29







### Lampiran 3: Data Hasil Penelitian

Responde n	Butir Pernyataan Kemudahan Penggunaan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	37
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	33
4	3	3	3	3	1	1	3	3	4	4	28
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
6	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
10	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
11	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
12	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	25
13	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	31
14	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	34
15	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
16	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	31
17	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	26
21	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
24	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	28
25	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	26
26	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	30
27	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
28	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
29	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
31	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36

32	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
33	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
34	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
39	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	26	
40	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
41	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	27
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
43	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	33
44	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
45	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	34
46	4	4	4	3	4	4	3	4	1	1	1	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	31
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
51	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
52	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	31
53	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
54	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
55	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	27
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	3	2	3	3	4	2	3	1	2	4	27	
59	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34
60	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
61	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	27	
62	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
63	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	35
64	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	29
65	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36
66	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37	
67	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	30	
68	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	34	
69	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	31	
70	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	32	

71	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	33
72	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	32
73	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	34
74	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
75	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
76	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	33
77	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	34
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
79	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	34
80	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	33
Total	273	275	287	275	252	240	235	233	246	252	2568

Responden	Butir Pernyataan Kepercayaan									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30
2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	28
5	3	4	3	3	4	2	2	4	2	27
6	3	3	4	4	4	2	2	4	4	30
7	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
8	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
9	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
10	4	3	3	3	4	3	4	3	3	30
11	4	3	3	3	4	3	4	3	3	30
12	3	3	2	2	4	2	2	2	2	22
13	3	3	3	4	4	2	2	3	2	26
14	3	3	3	2	4	1	2	3	4	25
15	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
16	3	4	3	3	4	2	3	3	3	28
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	2	2	2	2	4	3	3	2	3	23
19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
20	3	3	2	3	4	2	2	3	3	25
21	3	3	2	2	4	3	2	2	2	23
22	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
23	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
24	4	4	2	3	4	3	3	3	3	29
25	3	4	3	3	4	3	3	3	3	29
26	3	3	2	2	4	3	3	3	4	27
27	3	4	3	3	4	4	4	3	3	31
28	3	3	2	2	4	2	3	3	2	24
29	3	3	4	4	4	2	3	4	3	30
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

32	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
33	3	3	2	3	4	3	3	3	4	28
34	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
35	3	3	3	3	4	3	4	4	3	30
36	3	4	3	3	4	3	3	3	3	29
37	3	3	3	3	4	3	3	3	2	27
38	4	3	3	3	4	3	3	3	4	30
39	4	3	3	2	4	3	3	2	1	25
40	3	3	4	4	4	4	4	2	3	31
41	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
42	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
43	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
44	2	3	3	2	4	2	3	3	3	25
45	3	3	3	3	4	4	4	2	2	28
46	3	3	3	4	4	3	2	1	3	26
47	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
48	2	2	3	3	4	4	1	1	2	22
49	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31
50	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
51	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
52	3	3	3	2	4	3	3	3	2	26
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30
55	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
56	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
57	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
58	3	4	2	2	4	3	2	3	1	24
59	2	3	3	3	4	4	4	4	4	31
60	2	3	3	3	4	3	2	2	4	26
61	3	3	2	3	4	3	2	3	3	26
62	2	3	3	3	4	4	4	4	3	30
63	3	3	3	3	4	2	2	2	2	24
64	4	4	3	3	4	2	2	2	2	26
65	4	4	4	4	4	2	2	2	2	28
66	4	4	4	4	4	2	2	3	3	30
67	4	4	4	4	4	2	2	2	3	29

68	4	4	4	4	4	3	2	2	2	29
69	4	4	3	3	4	2	2	3	3	28
70	4	4	4	4	4	3	3	2	4	32
71	4	4	4	4	4	2	2	3	4	31
72	4	4	4	4	4	2	2	2	4	30
73	4	4	4	4	4	2	2	2	4	30
74	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
75	4	4	4	4	4	3	3	2	2	30
76	4	4	4	2	4	2	3	4	4	31
77	4	4	4	3	4	2	3	4	4	32
78	4	4	4	3	4	2	4	4	4	33
79	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
80	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
Total	263	270	256	254	246	231	235	243	248	2246

Responden	Butir Pernyataan Risiko Persepsi									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	29
3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	23
4	3	3	2	2	1	1	1	1	1	15
5	3	3	3	2	2	2	3	3	3	24
6	4	4	2	2	1	1	2	2	2	20
7	3	2	2	3	4	2	2	3	2	23
8	3	2	2	2	3	3	2	3	3	23
9	3	2	2	2	3	3	3	3	2	23
10	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
11	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
12	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
13	1	1	1	2	2	2	1	2	2	14
14	1	1	1	1	2	2	2	4	4	18
15	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25
16	2	2	2	2	3	2	2	2	2	19
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	2	2	2	2	1	1	1	2	2	15
19	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
20	3	3	3	2	3	1	3	3	1	22
21	3	3	3	2	3	3	2	3	3	25
22	3	2	2	2	2	2	2	2	2	19
23	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
24	3	3	3	3	1	1	2	2	2	20
25	3	4	4	3	3	3	3	4	3	30
26	3	2	2	2	4	4	2	2	2	23
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
28	3	2	3	2	3	2	2	2	2	21
29	4	3	3	2	3	3	2	3	2	25
30	3	2	2	2	3	2	3	3	3	23
31	4	3	4	3	2	3	4	4	1	28

32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
33	2	1	2	2	3	3	2	2	2	19
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
35	1	2	2	3	3	3	3	3	2	22
36	3	2	2	2	3	3	2	2	2	21
37	3	2	2	2	3	2	2	2	2	20
38	2	1	2	2	2	2	3	2	3	19
39	3	4	4	4	2	1	1	1	1	21
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
41	3	2	2	3	3	2	2	3	3	23
42	3	2	2	2	2	2	2	3	3	21
43	3	2	2	2	2	2	2	3	2	20
44	2	1	1	2	3	3	2	2	2	18
45	2	2	2	2	1	1	1	1	1	13
46	2	2	2	1	1	1	1	1	1	12
47	3	3	3	3	2	2	2	2	3	23
48	2	2	1	1	1	2	2	2	2	15
49	3	2	2	2	3	3	2	3	3	23
50	3	3	3	3	3	2	2	3	3	25
51	3	2	2	3	3	3	4	4	1	25
52	3	2	2	3	3	3	3	1	1	21
53	1	3	3	3	4	3	3	1	1	22
54	3	4	4	1	1	1	1	1	1	17
55	3	2	2	2	3	1	3	3	3	22
56	2	2	2	3	3	1	3	1	1	18
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
58	3	1	2	3	1	3	4	3	4	24
59	1	1	1	1	1	2	2	2	2	13
60	2	1	2	2	2	2	2	2	2	17
61	3	2	2	2	3	2	2	2	2	20
62	3	3	3	4	4	4	4	1	1	27
63	2	2	2	2	2	1	1	1	1	14
64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
65	1	1	1	1	1	2	2	1	1	11
66	1	1	1	1	2	2	2	1	1	12
67	1	1	1	1	2	2	1	1	1	11
68	1	1	1	1	2	2	1	1	1	11

69	1	1	1	1	1	2	2	1	1	11
70	1	1	1	1	1	2	2	1	1	11
71	1	1	1	1	1	2	2	1	1	11
72	1	1	1	1	1	2	2	3	3	15
73	1	1	1	1	2	2	1	1	1	11
74	1	1	1	1	3	3	1	1	1	13
75	2	2	2	1	1	1	2	1	1	13
76	1	1	1	1	1	1	2	1	1	10
77	1	1	1	2	2	1	1	1	1	11
78	1	1	1	2	3	4	4	1	1	18
79	2	1	1	1	1	2	2	1	1	12
80	1	1	1	2	2	2	1	1	1	12
Total	190	166	167	170	191	182	182	174	163	1585

Responden	Butir Pernyataan Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Banking</i>								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	3	4	4	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	2	2	22
4	4	4	4	4	2	2	4	4	28
5	3	2	4	4	4	4	2	2	25
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	2	2	2	3	2	3	3	3	20
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	4	4	3	3	2	3	3	3	25
11	4	4	3	3	2	3	3	3	25
12	3	3	2	2	2	2	2	2	18
13	3	3	4	4	4	4	2	2	26
14	4	4	4	4	4	2	3	3	28
15	3	2	2	3	3	3	3	3	22
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	3	2	2	2	2	23
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	4	4	4	3	4	4	3	3	29
21	3	3	3	2	2	2	2	2	19
22	3	2	2	3	3	3	3	3	22
23	3	3	3	3	3	2	3	3	23
24	1	3	1	2	2	4	4	4	21
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	3	2	1	3	3	3	2	2	19
27	3	4	3	3	4	3	3	3	26
28	3	2	3	2	2	2	2	2	18
29	3	3	2	3	3	3	3	3	23

30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	3	3	3	3	3	3	4	4	26
34	3	3	3	3	3	3	3	3	24
35	3	3	2	3	3	3	3	3	23
36	4	3	4	3	3	3	3	4	27
37	3	3	3	3	2	3	3	3	23
38	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	2	1	2	3	3	4	1	1	17
40	4	4	4	2	2	3	2	2	23
41	3	2	2	1	2	3	3	3	19
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
44	3	3	3	4	4	4	3	3	27
45	4	4	4	2	2	2	3	3	24
46	4	4	4	4	3	3	2	1	25
47	4	4	4	4	4	3	3	3	29
48	4	4	4	4	2	2	1	1	22
49	4	3	3	4	3	3	4	4	28
50	4	4	4	4	4	3	4	4	31
51	4	4	4	4	2	3	4	4	29
52	3	3	2	3	3	3	3	3	23
53	4	4	4	4	4	3	3	3	29
54	3	2	4	4	4	4	3	3	27
55	3	3	4	4	4	3	2	2	25
56	3	3	2	3	4	4	4	4	27
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	3	1	2	3	2	4	3	3	21
59	4	4	4	3	3	3	4	4	29
60	3	4	4	4	4	3	4	2	28
61	2	2	3	3	3	3	3	3	22
62	3	3	3	3	3	3	3	4	25
63	4	4	4	2	2	2	4	4	26
64	4	4	4	3	3	3	4	4	29
65	4	4	4	3	3	3	4	4	29
66	4	4	4	2	3	3	4	4	28

67	4	4	4	3	3	3	4	4	29
68	4	4	4	3	3	3	4	4	29
69	4	4	4	2	2	2	4	4	26
70	4	4	4	2	2	2	4	4	26
71	4	4	4	4	3	3	4	4	30
72	4	4	4	2	2	2	4	4	26
73	4	4	4	4	4	4	3	3	30
74	4	4	4	2	2	4	4	4	28
75	4	4	4	2	2	2	4	4	26
76	4	4	4	3	3	3	4	4	29
77	4	4	4	2	2	2	4	4	26
78	4	4	4	3	2	2	3	3	25
79	4	4	4	2	2	3	4	4	27
80	4	4	4	3	3	4	4	4	30
Total	274	266	267	245	234	240	254	253	2033

## Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1) Uji Validitas Kemudahan Penggunaan

#### Correlations

		Total
B1	Pearson Correlation	.529**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
B2	Pearson Correlation	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B3	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B4	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B5	Pearson Correlation	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B6	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B7	Pearson Correlation	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B8	Pearson Correlation	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B9	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B10	Pearson Correlation	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

## Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Variabel	No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<b>Kemudahan Penggunaan</b>	1	0,529	0,361	<b>Valid</b>
	2	0,799	0,361	<b>Valid</b>
	3	0,739	0,361	<b>Valid</b>
	4	0,875	0,361	<b>Valid</b>
	5	0,862	0,361	<b>Valid</b>
	6	0,744	0,361	<b>Valid</b>
	7	0,726	0,361	<b>Valid</b>
	8	0,776	0,361	<b>Valid</b>
	9	0,779	0,361	<b>Valid</b>
	10	0,667	0,361	<b>Valid</b>

## Reliability Kemudahan Penggunaan

### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	28.0000	24.966	.447	.917
B2	28.0667	22.340	.742	.902
B3	28.1333	22.326	.661	.907
B4	28.1667	21.316	.834	.896
B5	28.3000	22.355	.825	.898
B6	28.3000	22.217	.665	.907
B7	28.3333	22.782	.650	.908
B8	28.4333	22.254	.710	.904
B9	28.3000	22.562	.718	.904
B10	28.2667	23.857	.595	.911

## 2) Uji Validitas Kepercayaan

### Correlations

		Total
B1	Pearson Correlation	.377*
	Sig. (2-tailed)	.040
	N	30
B2	Pearson Correlation	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B3	Pearson Correlation	.518**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
B4	Pearson Correlation	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B5	Pearson Correlation	.455*
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	30
B6	Pearson Correlation	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B7	Pearson Correlation	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B8	Pearson Correlation	.411*
	Sig. (2-tailed)	.024
	N	30
B9	Pearson Correlation	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

### Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan

Variabel	No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<b>Kepercayaan</b>	1	0,377	0,361	<b>Valid</b>
	2	0,617	0,361	<b>Valid</b>
	3	0,518	0,361	<b>Valid</b>
	4	0,604	0,361	<b>Valid</b>
	5	0,455	0,361	<b>Valid</b>
	6	0,675	0,361	<b>Valid</b>
	7	0,651	0,361	<b>Valid</b>
	8	0,411	0,361	<b>Valid</b>
	9	0,645	0,361	<b>Valid</b>

### Reliability Kepercayaan Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	24.5000	9.638	.238	.721
B2	24.6000	8.179	.443	.689
B3	24.8000	8.855	.351	.706
B4	24.8000	8.648	.470	.686
B5	24.7333	9.237	.299	.713
B6	24.7667	7.978	.526	.671
B7	24.8333	8.075	.493	.678
B8	24.9000	9.334	.237	.724
B9	25.0000	8.069	.482	.681

### 3) Uji Validitas Risiko Persepsian

#### Correlations

		Total
B1	Pearson Correlation	.407*
	Sig. (2-tailed)	.026
	N	30
B2	Pearson Correlation	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B3	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B4	Pearson Correlation	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B5	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B6	Pearson Correlation	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B7	Pearson Correlation	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B8	Pearson Correlation	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B9	Pearson Correlation	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

### Hasil Pengujian Validitas Variabel Risiko Persepsian

Variabel	No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<b>Risiko Persepsian</b>	1	0,407	0,361	<b>Valid</b>
	2	0,835	0,361	<b>Valid</b>
	3	0,733	0,361	<b>Valid</b>
	4	0,683	0,361	<b>Valid</b>
	5	0,678	0,361	<b>Valid</b>
	6	0,608	0,361	<b>Valid</b>
	7	0,795	0,361	<b>Valid</b>
	8	0,631	0,361	<b>Valid</b>
	9	0,602	0,361	<b>Valid</b>

### Reliability Risiko Persepsian

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	9

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	18.1000	16.645	.274	.850
B2	18.7667	13.564	.768	.799
B3	18.6333	14.723	.648	.815
B4	18.7333	15.168	.592	.821
B5	18.4333	14.944	.577	.822
B6	18.6000	15.214	.485	.831
B7	18.7000	13.941	.717	.806
B8	18.8667	14.740	.497	.831
B9	18.9000	14.852	.456	.837

#### 4) Uji Validitas Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*

##### Correlations

		Total
B1	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B2	Pearson Correlation	.479**
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	30
B3	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
B4	Pearson Correlation	.569**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
B5	Pearson Correlation	.129
	Sig. (2-tailed)	.498
	N	30
B6	Pearson Correlation	.389*
	Sig. (2-tailed)	.033
	N	30
B7	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
B8	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

### **Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking**

Variabel	No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<b>Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking</b>	1	0,659	0,361	<b>Valid</b>
	2	0,479	0,361	<b>Valid</b>
	3	0,594	0,361	<b>Valid</b>
	4	0,569	0,361	<b>Valid</b>
	5	0,129	0,361	<b>Valid</b>
	6	0,389	0,361	<b>Valid</b>
	7	0,634	0,361	<b>Valid</b>
	8	0,638	0,361	<b>Valid</b>

### **Reliability Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking**

#### **Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	21.8333	5.247	.484	.537
B2	21.8333	5.868	.260	.603
B3	21.8000	5.545	.413	.561
B4	21.7667	5.426	.338	.581
B5	21.9000	6.990	-.023	.651
B6	22.2000	6.166	.151	.635
B7	21.8333	5.592	.490	.547
B8	21.8333	5.040	.404	.559

## Lampiran 5: Deskripsi Data Penelitian

	Statistics							
	N		Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Minimum	Maximum
	Valid	Missing						
X1	80	0	32.1000	32.0000	30.00 <sup>a</sup>	3.63736	23.00	40.00
X2	80	0	28.0750	28.0000	27.00	3.54992	20.00	36.00
X3	80	0	19.8125	20.5000	23.00	5.95360	9.00	36.00
Y	80	0	25.4125	25.0000	24.00	3.47393	17.00	32.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

## Frequency Table

**X1 (Kemudahan Penggunaan)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23	1	1.2	1.2	1.2
	25	1	1.2	1.2	2.5
	26	3	3.8	3.8	6.2
	27	5	6.2	6.2	12.5
	28	3	3.8	3.8	16.2
	29	1	1.2	1.2	17.5
	30	12	15.0	15.0	32.5
	31	10	12.5	12.5	45.0
	32	12	15.0	15.0	60.0
	33	6	7.5	7.5	67.5
	34	8	10.0	10.0	77.5
	35	2	2.5	2.5	80.0
	36	4	5.0	5.0	85.0
	37	6	7.5	7.5	92.5
	38	2	2.5	2.5	95.0
	39	2	2.5	2.5	97.5
	40	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**X2 (Kepercayaan)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	1	1.2	1.2	1.2
	21	1	1.2	1.2	2.5
	22	4	5.0	5.0	7.5
	23	4	5.0	5.0	12.5
	24	2	2.5	2.5	15.0
	25	3	3.8	3.8	18.8
	26	7	8.8	8.8	27.5
	27	17	21.2	21.2	48.8
	28	8	10.0	10.0	58.8
	29	8	10.0	10.0	68.8
	30	6	7.5	7.5	76.2
	31	5	6.2	6.2	82.5
	32	4	5.0	5.0	87.5
	33	3	3.8	3.8	91.2
	34	3	3.8	3.8	95.0
	35	3	3.8	3.8	98.8
	36	1	1.2	1.2	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**X3 (Risiko Persepsi)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	1	1.2	1.2	1.2
	10	1	1.2	1.2	2.5
	11	8	10.0	10.0	12.5
	12	4	5.0	5.0	17.5
	13	4	5.0	5.0	22.5
	14	2	2.5	2.5	25.0
	15	4	5.0	5.0	30.0
	17	2	2.5	2.5	32.5
	18	5	6.2	6.2	38.8
	19	4	5.0	5.0	43.8
	20	5	6.2	6.2	50.0
	21	5	6.2	6.2	56.2
	22	4	5.0	5.0	61.2
	23	9	11.2	11.2	72.5
	24	2	2.5	2.5	75.0
	25	7	8.8	8.8	83.8
	26	1	1.2	1.2	85.0
	27	6	7.5	7.5	92.5
	28	3	3.8	3.8	96.2
	29	1	1.2	1.2	97.5
	30	1	1.2	1.2	98.8
	36	1	1.2	1.2	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**Y (Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	1.2	1.2	1.2
	18	2	2.5	2.5	3.8
	19	3	3.8	3.8	7.5
	20	1	1.2	1.2	8.8
	21	2	2.5	2.5	11.2
	22	5	6.2	6.2	17.5
	23	7	8.8	8.8	26.2
	24	13	16.2	16.2	42.5
	25	7	8.8	8.8	51.2
	26	9	11.2	11.2	62.5
	27	6	7.5	7.5	70.0
	28	6	7.5	7.5	77.5
	29	10	12.5	12.5	90.0
	30	3	3.8	3.8	93.8
	31	1	1.2	1.2	95.0
	32	4	5.0	5.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

**Lampiran 6: Pengujian Prasyarat dan Pengujian Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

**NPar Tests**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	X1	X2	X3	Y
N	80	80	80	80
Normal Parameters <sup>a</sup>				
Mean	32.1000	28.0750	19.8125	25.4125
Std.				
Deviation	3.63736	3.54992	5.95360	3.47393
Most Extreme Differences				
Absolute	.111	.106	.099	.083
Positive	.111	.106	.099	.083
Negative	-.107	-.106	-.091	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z	.993	.952	.883	.741
Asymp. Sig. (2-tailed)	.278	.324	.416	.642
a. Test distribution is Normal.				

## 2. Uji Linearitas

### Means

**Y \* X1**

### Report

Y X1	Mean	N	Std. Deviation
23	19.0000	1	.
25	18.0000	1	.
26	23.3333	3	6.02771
27	22.0000	5	2.23607
28	22.3333	3	5.13160
29	29.0000	1	.
30	23.9167	12	2.96827
31	25.3000	10	2.83039
32	25.1667	12	1.69670
33	26.3333	6	3.72380
34	27.1250	8	2.29518
35	26.5000	2	.70711
36	31.2500	4	1.50000
37	27.0000	6	1.78885
38	30.0000	2	1.41421
39	25.0000	2	.00000
40	26.5000	2	3.53553
Total	25.4125	80	3.47393

### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	463.413	16	28.963	3.724 .000
		Linearity	281.787	1	281.787	36.232 .000
		Deviation from Linearity	181.626	15	12.108	1.557 .113
	Within Groups		489.975	63	7.777	
	Total		953.388	79		

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X1	.544	.296	.697	.486

**Y \* X2****Report**

Y

X2	Mean	N	Std. Deviation
20	18.0000	1	.
21	22.0000	1	.
22	22.0000	4	4.54606
23	25.7500	4	3.40343
24	23.0000	2	8.48528
25	24.3333	3	3.21455
26	24.2857	7	3.25137
27	24.2353	17	2.94808
28	26.3750	8	3.06769
29	25.6250	8	2.61520
30	27.0000	6	2.82843
31	27.0000	5	3.08221
32	26.2500	4	.95743
33	26.6667	3	4.16333
34	27.0000	3	2.00000
35	30.0000	3	1.73205
36	32.0000	1	.
Total	25.4125	80	3.47393

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	318.317	16	19.895	1.974	.029
	Linearity	229.049	1	229.049	22.722	.000
	Deviation from Linearity	89.267	15	5.951	.590	.871
	Within Groups	635.071	63	10.080		
	Total	953.388	79			

### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X2	.490	.240	.578	.334

**Y \* X3**

### Report

Y

X3	Mean	N	Std. Deviation
9	29.0000	1	.
10	29.0000	1	.
11	28.1250	8	1.80772
12	27.5000	4	2.08167
13	26.7500	4	2.21736
14	26.0000	2	.00000
15	24.7500	4	2.75379
17	27.5000	2	.70711
18	26.2000	5	1.64317
19	26.0000	4	4.32049
20	24.4000	5	4.39318
21	21.8000	5	4.20714
22	26.5000	4	3.00000
23	23.2222	9	3.63242
24	23.0000	2	2.82843
25	23.7143	7	4.82059
26	23.0000	1	.
27	24.3333	6	1.03280
28	27.3333	3	4.04145
29	27.0000	1	.
30	24.0000	1	.
36	32.0000	1	.
Total	25.4125	80	3.47393

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups (Combined)	346.728	21	16.511	1.579	.087
	Linearity	71.296	1	71.296	6.816	.011
	Deviation from Linearity	275.433	20	13.772	1.317	.206
	Within Groups	606.659	58	10.460		
	Total	953.388	79			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X3	-.273	.075	.603	.364

### 3. Uji Multikolinearitas

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.657 <sup>a</sup>	.431	.409	2.67056	2.024

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.366	3	137.122	19.227	.000 <sup>a</sup>
	Residual	542.022	76	7.132		
	Total	953.388	79			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.051	3.065		2.953	.004	
	X1	.314	.100	.329	3.146	.002	.683
	X2	.344	.103	.352	3.341	.001	.675
	X3	-.171	.052	-.293	-3.300	.001	.948

a. Dependent Variable: Y

### 4. Uji Heteroskedastisitas

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS\_RES

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.044 <sup>a</sup>	.002	-.037	.63528

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.060	3	.020	.050	.985 <sup>a</sup>
	Residual	30.672	76	.404		
	Total	30.732	79			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: ABS\_RES

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.969	.729		1.329	.188
	X1	-.006	.024	-.033	-.236	.814
	X2	-.002	.024	-.013	-.096	.924
	X3	.001	.012	.014	.121	.904

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Lampiran 7: Hasil Analisis Regresi Sederhana

### 1. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA X1 DAN Y Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X1 <sup>a</sup>	.	. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 <sup>a</sup>	.296	.287	2.93433

a. Predictors: (Constant), X1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.787	1	281.787	32.727	.000 <sup>a</sup>
	Residual	671.601	78	8.610		
	Total	953.388	79			

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.745	2.932		2.983	.004
	X1	.519	.091	.544	5.721	.000

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.745	2.932		2.983	.004
X1	.519	.091	.544	5.721	.000

a. Dependent Variable: Y

**2. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA X2 DAN Y Regression****Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2 <sup>a</sup>		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490 <sup>a</sup>	.240	.231	3.04736

a. Predictors: (Constant), X2

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	229.049	1	229.049	24.665	.000 <sup>a</sup>
Residual	724.338	78	9.286		
Total	953.388	79			

a. Predictors: (Constant), X2

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.946	2.733			4.371	.000
X2	.480	.097	.490		4.966	.000

a. Dependent Variable: Y

### 3. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA X3 DAN Y Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3 <sup>a</sup>	.	.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.273 <sup>a</sup>	.075	.063	3.36287

a. Predictors: (Constant), X3

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.296	1	71.296	6.304	.014 <sup>a</sup>
	Residual	882.092	78	11.309		
	Total	953.388	79			

a. Predictors: (Constant), X3

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	28.574	1.314		21.745	.000
	X3	-.160	.064	-.273	-2.511	.014

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 8: Hasil Analisis Regresi Berganda

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>	.	. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 <sup>a</sup>	.431	.409	2.67056

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.366	3	137.122	19.227	.000 <sup>a</sup>
	Residual	542.022	76	7.132		
	Total	953.388	79			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.051	3.065		2.953	.004
	X1	.314	.100	.329	3.146	.002
	X2	.344	.103	.352	3.341	.001
	X3	-.171	.052	-.293	-3.300	.001

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.051	3.065		2.953	.004
X1	.314	.100	.329	3.146	.002
X2	.344	.103	.352	3.341	.001
X3	-.171	.052	-.293	-3.300	.001

a. Dependent Variable: Y