

**PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN  
INTERNET BANKING**

**(Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**  
**CATHARINA OCTAVIANI WULANDARI**  
**13812141051**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2017**

**PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN  
INTERNET BANKING**

**(Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

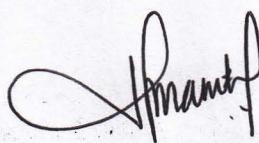
Oleh :

**CATHARINA OCTAVIANI WULANDARI**  
13812141051

Telah disetujui dan disahkan  
Pada tanggal 20 Juni 2017

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi  
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,  
Dosen Pembimbing



**Amanita Novi Yushita, M.Si**  
NIP. 19770810 200604 2 002

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

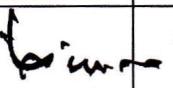
### PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Univeristas Negeri Yogyakarta)

Oleh:

CATHARINA OCTAVIANI WULANDARI  
13812141051

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Juli 2017  
dan dinyatakan telah lulus

#### DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Dra. Sukanti, M.Pd. NIP. 19540101 197903 2 001	Ketua Penguji		10/7/17
Amanita Novi Yushita, S.E., M.Si NIP. 19770810 200604 2 002	Sekretaris		10/7/17
Dr. Siswanto, S.Pd., M.Pd. NIP. 19780920 200212 1 001	Penguji Utama		10/7/17

Yogyakarta, 20 Juli 2017  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Catharina Octaviani Wulandari  
NIM : 13812141051  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan  
Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan  
*Internet Banking* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza  
Universitas Negeri Yogyakarta)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 19 Juni 2017



Catharina Octaviani W.

NIM. 13812141051

## **MOTTO**

*“ Why worry? If you’ve done the very best you can, worrying won’t make it any better. “*

(Walt Disney)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Tuhan YME, Skripsi ini Penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk Bapak dan Ibu, Bapak Yohanes Setya Hasworo dan Ibu Rita Pudyastuti yang senantiasa mendidik, memberikan perhatian dan kasih sayang yang tak terhingga, memberi dukungan, doa dan mengusahakan yang terbaik untukku. Terimakasih untuk semunya.
2. Yangti dan Yangkung yang telah memberikan bimbingan, doa, dan dukungan kepada penulis sejak kecil hingga sekarang.

**PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN INTERNET BANKING**

**(Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)**

Oleh:

Catharina Octaviani Wulandari  
13812141051

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY, (2) pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY, (3) pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dan (4) pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

Penelitian ini termasuk penelitian kausal komparatif. Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha di Plaza UNY yang menjual barang dan jasa sejumlah 45 pelaku usaha. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner. Uji validitas instumen menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas instrumen menggunakan *Cronbach Alpha*. 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 Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,413 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (2) Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,685 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (3) Terdapat pengaruh negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,800 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ) (4) Terdapat pengaruh positif Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,543 atau 54,3% yang berarti bahwa Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dapat dijelaskan oleh variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko adalah sebesar 54,3%.

Kata Kunci : Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

**EFFECT OF USEFULNESS, EASY OF USE AND RISK PERCEPTION OF  
INTEREST IN TRANSACTIONS USING INTERNET BANKING  
(Case Study on Businessmen at Plaza Yogyakarta State University)**

By:  
Catharina Octaviani Wulandari  
13812141051

**ABSTRACT**

*This research is conducted to examine: (1) The Influence of Usefulness of Interest in Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY, (2) The Influence of Ease of Use of Interest in Transactions Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY, (3) The Influence of Risk Perception of Interest in Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY and (4) The Influence of Usefulness, Ease of Use and Risk Perception towards the Interest of Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY.*

*This research is a comparative causal research. The population of this research is businessmen in Plaza UNY which sells goods and services that are 45 businessmen. Methods of data collection by Questionnaire method. Instrument validity test using Pearson Product Moment correlation test, while instrument reliability test using Cronbach Alpha. The hypothesis were tested using linear regression and multiple linear regression technique.*

*The results show that: (1) There is a positive influence on the Usefulness of Interest in Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY which is shown by regression coefficient value of 0.413 and the significance value is smaller than level of significant ( $0,000 < 0,050$ ) (2) There is a positive influence Ease of Use to Interest in Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY shown by regression coefficient value equal to 0,685 and significance value less than level of significant ( $0,000 < 0,050$ ) (3) There is negative influence Perception Risks to Interest in Transaction Using Internet Banking on Business Officer in Plaza UNY indicated by regression coefficient value of -0,800 and significance value smaller than level of significant ( $0,000 < 0,050$ ) (4) There is positive influence of Usefulness, Ease of Use and Perception of risk towards the Interests Transaction Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY which is shown by the value of coefficient of determination (Adjusted R<sup>2</sup>) of 0.543 or 54.3% which means that Interests Transactions Using Internet Banking on Businessmen in Plaza UNY can be explained by the variable of Usefulness, Ease of Use and Risk Perception is 53.3%.*

*Keywords: Usefulness, Ease of Use, Risk Perception and Interest Using Internet Banking Transactions.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta". Dalam menyusun Tugas Akhir Skripsi ini, penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya Tugas Akhir Skripsi ini dapat selesai dengan baik. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Rr. Indah Mustikawati, M.Si., Ak., CA., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Denies Priantinah, M.Si., Ak., CA., Ketua Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Dr. Siswanto, M. Pd., dosen narasumber yang telah memberikan banyak masukan dan pertimbangan agar skripsi ini lebih sempurna.
6. Amanita Novi Yushita, M. Si., dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Indarto Waluyo, M.Acc., CPA., Ak., dosen pembimbing akademik, terimakasih sudah membimbing penulis dalam mengambil mata kuliah disetiap semester.

7. Indarto Waluyo, M.Acc., CPA., Ak., dosen pembimbing akademik, terimakasih sudah membimbing penulis dalam mengambil mata kuliah disetiap semester.
8. Seluruh Dosen Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
9. Semua pihak yang membantu penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga semua amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Tuhan YME. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan untuk perbaikan penelitian ini sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 19 Juni 2017  
Penulis



Catharina Octaviani W.  
NIM.13812141051

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	12
F. Manfaat Penelitian .....	12
1. Manfaat Teoritis .....	12
2. Manfaat Praktis .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....	14
A. Kajian Teori .....	14
1. Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	14
a. Minat Bertransaksi .....	14
b. <i>Internet Banking</i> .....	17
c. Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> pada Pelaku Usaha di Plaza UNY .....	19
d. Indikator Minat Bertransaksi .....	21
2. Kebermanfaatan <i>Internet Banking</i> .....	22
a. Indikator Kebermanfaatan <i>Internet Banking</i> .....	24
3. Kemudahan Penggunaan <i>Internet Banking</i> .....	25
a. Indikator Kemudahan Penggunaan .....	27
4. Persepsi Risiko <i>Internet Banking</i> .....	27
a. Indikator Persepsi Risiko <i>Internet Banking</i> .....	29
B. Penelitian yang Relevan .....	30
C. Kerangka Berpikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
A. Desain Penelitian .....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi Penelitian .....	39
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41

1. Variabel Terikat atau Dependen .....	41
2. Variabel Bebas atau Independen .....	41
a. Kebermanfaatan .....	41
b. Kemudahan Penggunaan.....	42
c. Persepsi Risiko.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Instrumen Penelitian.....	43
G. Uji Coba Instrumen .....	45
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas .....	48
H. Teknik Analisis Data .....	49
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
2. Analisis Prasyarat .....	50
a. Uji Linieritas .....	50
b. Uji Asumsi Klasik.....	51
3. Uji Hipotesis .....	53
a. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	53
b. Analisis Regresi Berganda.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60
A. Deskripsi Data.....	60
B. Hasil Penelitian .....	63
1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
2. Uji Prasyarat Analisis.....	77
a. Uji Linieritas .....	77
3. Uji Asumsi Klasik .....	77
a. Uji Multikolinearitas .....	77
b. Uji Heterokedastisitas .....	78
4. Uji Hipotesis .....	79
a. Pengujian Hipotesis 1.....	79
b. Pengujian Hipotesis 2.....	81
c. Pengujian Hipotesis 3.....	84
d. Pengujian Hipotesis 4.....	86
C. Pembahasan.....	88
D. Keterbatasan Penelitian .....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	100
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Pengisi Stand di Plaza UNY .....	39
2. Skor Skala <i>Likert</i> Modifikasi .....	44
3. Intrumen Penelitian .....	44
4. Hasil Uji Validitas .....	47
5. Interpretasi Koefisien <i>Alpha</i> .....	49
6. Hasil Uji Reliabilitas .....	49
7. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
8. Demografi Responden Berdasarkan Usia.....	62
9. Distribusi Frekuensi Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	65
10. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Minat Betransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	66
11. Distribusi Frekuensi Kebermanfaatan .....	68
12. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Kebermanfaatan .....	70
13. Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan.....	72
14. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan .....	73
15. Distribusi Frekuensi Persepsi Risiko.....	75
16. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Persepsi Risiko.....	76
17. Hasil Uji Linieritas .....	77
18. Hasil Uji Multikolinearitas .....	78
19. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	78
20. Hasil Analisis Regresi Sederhana Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi .....	79
21. Hasil Analisis Regresi Sederhana Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi.....	82
22. Hasil Analisis Regresi Sederhana Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi.....	84
23. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
2. Diagram Lingkaran Demografi Respoden Berdasarkan Usia .....	63
3. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	65
4. <i>Pie-Chart</i> Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	67
5. Histogram Distribusi Frekuensi Kebermanfaatan .....	69
6. <i>Pie-Chart</i> Variabel Kebermanfaatan .....	70
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan .....	72
8. <i>Pie-Chart</i> Variabel Kemudahan Penggunaan .....	73
9. Histogram Distribusi Frekensi Persepsi Risiko .....	75
10. <i>Pie-Chart</i> Variabel Persepsi Risiko .....	76

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Uji Coba Instrumen .....	108
2. Data Hasil Uji Instrumen .....	114
3. Hasil Uji Instrumen .....	118
4. Kuesioner Penelitian .....	130
5. Data Penelitian .....	136
6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	143
7. Hasil Uji Prasyarat Analisis .....	151
8. Hasil Uji Regresi .....	154

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Seiring berjalananya waktu teknologi informasi mengalami perkembangan yang begitu pesat. Kehidupan manusia setiap harinya tidaklah luput dari bantuan teknologi, bahkan teknologi sudah mengubah pola hidup manusia saat ini. Teknologi dalam kehidupan manusia yang semakin maju dan modern membantu manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhan akan informasi. Internet merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi yang sedang berkembang pesat.

Indonesia adalah negara yang memiliki pengguna internet terbesar di Asia Tenggara. Internet di Indonesia saat ini sudah menjadi kebutuhan primer untuk para penggunanya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sampai Januari 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta, dimana 48% di antaranya merupakan pengguna internet harian (Presiden RI, 2016). Perkembangan internet begitu cepat dan sangat berpengaruh dalam segala aspek kehidupan kita. Penggunaan internet memungkinkan setiap orang dengan mudah dan cepat melakukan berbagai macam kegiatan. Tidak hanya terbatas pada melakukan transfer data, melainkan juga dapat melakukan berbagai macam transaksi perbankan. Salah satu produk perbankan yang memanfaatkan perkembangan internet yaitu *Internet Banking*. *Internet Banking* merupakan

suatu aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. *Internet Banking* pertama kali muncul di Amerika Serikat pada tahun 1990-an, dengan memperkenalkan dan mempromosikan *Internet Banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik. Fungsi penggunaannya mirip dengan mesin ATM dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer antar rekening atau antarbank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti: listrik, telepon, kartu kredit dan sebagainya.

Di era modern seperti saat ini banyak pelaku usaha yang menjual barang dan jasanya secara online sangat terbantu dengan adanya *Internet Banking*. Penggunaan *Internet Banking* semakin meluas dikalangan pelaku usaha karena manfaat yang diberikannya dalam mempermudah proses transaksi. Layanan *Internet Banking* menyediakan fitur lengkap untuk menyelesaikan berbagai macam transaksi tanpa harus keluar rumah, nasabah dapat mengaksesnya melalui komputer. *Internet Banking* semakin diminati saat ini karena layanan tersebut memberikan kemudahan bagi para penggunanya. Gaya hidup masyarakat yang modern saat ini, membuat bank berusaha untuk mengeluarkan berbagai produk perbankan berbasis elektronik seperti *Internet Banking*. Selain sebagai alat bantu dalam pembuatan keputusan bisnis, teknologi juga berperan terhadap pembuatan keputusan perseorangan yang dalam hal ini nasabah bank salah satunya adalah pelaku usaha. Perkembangan dalam bidang teknologi informasi

memberikan kemudahan dalam dunia bisnis. Teknologi menjadi alat bantu bagi para pelaku usaha untuk mengambil keputusan dalam bisnis. Layanan *Internet Banking* akan semakin popular digunakan masyarakat, khususnya pada pelaku usaha dalam waktu dekat ini. Penggunaan *Internet Banking* bagi pelaku usaha meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran transaksi jual beli.

Data *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menyatakan bahwa, pelaku usaha di Indonesia sekitar 1,65% dari total penduduk Indonesia yakni sebanyak 250 juta jiwa. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia masih tertinggal oleh negara tetangga yakni Singapura sebesar 7% dan Malaysia sebesar 5% dari jumlah penduduk. Berdasarkan data tersebut jumlah pelaku usaha di Indonesia masihlah kurang, untuk memajukan sebuah negara diperlukan wirausahawan sebanyak dua persen dari total penduduk (Media Indonesia, 2010). Usaha kecil dan menengah merupakan pelaku usaha yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat.

Bisnis dapat tercipta dari berbagai kalangan, tidak terkecuali mahasiswa. Universitas Negeri Yogyakarta yang merupakan kampus yang mengusung tema ekonomi kerakyatan, berusaha untuk memupuk jiwa wirausaha mahasiswanya dengan memberikan berbagai fasilitas. Beberapa cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan mata kuliah kewirausahaan bagi para mahasiswa, mengadakan berbagai seminar kewirausahaan dan mendirikan Plaza UNY. Plaza UNY saat ini memiliki lebih dari 30 ruangan

yang dapat dijadikan tempat untuk menjual dan memasarkan berbagai produk mahasiswa dari berbagai fakultas di Universitas Negeri Yogyakarta. Plaza UNY dipilih menjadi tempat penelitian karena keberagaman jenis usaha yang ada didalamnya, sehingga dapat menjelaskan minat penggunaan *internet banking* dari berbagai jenis usaha.

Berdasarkan hasil observasi, para pelaku usaha di Plaza UNY sudah mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk menjual produk mereka secara online. Transaksi yang terjadi dalam sehari dapat mencapai lebih dari 10 transaksi dan transaksi tersebut lebih banyak terjadi secara online. Data yang diperoleh yakni, dari 12 pelaku usaha di Plaza UNY 10 diantaranya melakukan penjualan secara online dan 9 pelaku usaha mengetahui informasi mengenai layanan *Internet Banking* namun hanya 3 pelaku usaha yang menggunakan layanan tersebut. Cukup banyak yang mengetahui layanan *Internet Banking* namun tidak memiliki minat untuk menggunakannya. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan kemudahan dan membantu sebuah pekerjaan menjadi lebih ringan, namun dari fenomena di atas dapat kita lihat bahwa layanan *Internet Banking* kurang diminati dan para pelaku usaha di Plaza UNY lebih berminat untuk menyelesaikan transaksi dengan metode *Cash on Delivery* atau melakukan transaksi dengan ATM.

Walaupun melakukan transaksi jual beli secara online, ATM dan *Cash on Delivery* (COD) masih menjadi pilihan utama bagi para pembeli online (Tobing, 2014). Minat nasabah untuk menggunakan layanan *Internet*

*Banking* masihlah rendah. Berdasarkan hasil survei APJII terhadap 2000 sampel yang tersebar di seluruh Indonesia, teknis pembayaran transaksi online paling banyak dilakukan via ATM dengan persentasi 36,7 persen atau 48,7 juta jiwa, sedangkan untuk pembayaran ditempat atau COD 18,8 juta jiwa dengan persentasi 14,2 persen. Sementara pembayaran via *Internet Banking* jumlahnya hanya 9,9 juta jiwa dengan persentase 7,5 persen (Merina, 2016). Transaksi menggunakan *Internet Banking* yang dilakukan secara maya tanpa tatap muka dengan *teller/customer service* menjadi salah satu pertimbangan dalam menggunakan layanan *Internet Banking*. Beberapa pelaku usaha merasa lebih aman jika melakukan transaksi secara langsung dengan tatap muka, sehingga mereka cenderung akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan layanan *Internet Banking* yang berbasis virtual.

Minat merupakan 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. Para pelaku usaha di Plaza UNY yang ingin melakukan

transaksi menggunakan *Internet Banking*, pasti memiliki Minat yang tinggi pada hal tersebut.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) dijelaskan bahwa kebermanfaatan, kemudahan penggunaan dan minat merupakan variabel yang saling berkaitan. Beberapa peneliti terdahulu juga menggunakan kerangka model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menjelaskan bahwa Persepsi Risiko mempengaruhi Minat atau keinginan untuk menggunakan teknologi. Untuk itu di dalam penelitian ini menggunakan variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko sebagai variabel independen dan Minat sebagai variabel dependen.

Banyak keuntungan yang ditawarkan oleh layanan *Internet Banking*, seperti kemudahan untuk melakukan transfer, cek saldo rekening dan membayar berbagai tagihan tanpa harus mengantri di bank atau ATM. Pelaku usaha yang mengetahui dan sudah merasakan manfaat dari *Internet Banking* dalam menunjang kelancaran usahan tentu akan berminat menggunakan layanan tersebut. Namun pada kenyataannya layanan ini sangat jarang digunakan oleh pelaku usaha di Plaza UNY dan cenderung tidak diminati. Padahal fasilitas penunjang yang disediakan di Plaza UNY sudah memadai untuk mengakses layanan *Internet Banking*, seperti layanan internet untuk tiap stand. Para pelaku usaha beranggapan bahwa belum ada manfaat yang pasti mereka dapatkan dengan menggunakan layanan *Internet Banking*, karena sistemnya terlalu rumit dan manfaatnya tidak terlihat secara fisik. Oleh sebab itu muncul pertanyaan tentang bagaimana

manfaat penggunaan *Internet Banking* bagi para pelaku usaha. Pelaku usaha yang tidak merasakan manfaat dari *Internet Banking* terhadap kelancaran bisnisnya akan tidak memiliki minat untuk menggunakan layanan *Internet Banking*.

Tidak sedikit pelaku usaha yang memiliki fasilitas *Internet Banking* namun tidak pernah menggunakannya, karena pengoperasian sistem yang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara penggunaannya. Pelaku usaha yang tidak paham dengan tampilan *Internet Banking* tentu akan kesulitan dalam mengoperasikannya, belum lagi untuk menyelesaikan sebuah transaksi seseorang diharuskan untuk memasukkan pin atau token yang berbeda-beda pada tiap transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha yang memilih metode lain yang lebih mudah untuk menyelesaikan transaksi jual beli. Suatu sistem akan terus digunakan apabila penggunanya merasa mudah dalam mengoperasikannya. Dalam beberapa literatur terkait dengan penerapan *Internet Banking*, Kemudahan Penggunaan terbukti sebagai variabel yang berpengaruh. *Internet Banking* diciptakan untuk mempermudah transaksi, jika para pelaku usaha yang sering melakukan transaksi jual beli paham akan cara penggunaannya dan menganggap layanan tersebut dapat mempermudah suatu transaksi maka layanan *Internet Banking* akan diminati.

Berbagai kemudahan ditawarkan dalam melakukan transaksi online, namun dibalik itu terdapat risiko yang juga dapat terjadi dalam bertransaksi secara online. Semakin canggih teknologi informasi semakin tinggi pula

tingkat kejahatan melalui dunia maya (*cyber crime*) yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Seperti kasus pembobolan dana melalui *Internet Banking* yang terjadi pada tahun 2015 yang dialami Thjo Winarto, pelaku pembobolan mencuri data dengan menggunakan surat kuasa palsu kemudian mengakses akun *Internet Banking* nasabah dan memindahkan saldo rekening milik nasabah dengan melakukan transfer ke beberapa rekening bank diantaranya rekening BNI, BRI dan BTN. Akibat kejadian ini kerugian yang ditanggung sebesar Rp 245.000.000,00 (Lesmana dan Hidayatulla, 2016). Pemaparan kasus tersebut menunjukkan bahwa transaksi menggunakan *Internet Banking* memiliki Risiko. Hal ini terjadi karena dalam proses transaksinya kegiatan dilakukan hanya melalui jaringan internet, sehingga menimbulkan konsekuensi transaksi ini adalah transaksi berisiko tinggi. Seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari sebuah penggunaan teknologi. Pelaku usaha yang sadar akan Risiko yang akan ditanggung jika menggunakan layanan *Internet Banking* akan mengurungkan minatnya untuk bertransaksi menggunakan *Internet Banking*. Beberapa orang mengetahui Risiko yang akan ditanggung jika menggunakan *Internet Banking*, namun tetap berminat menggunakannya karena memperoleh manfaat dari layanan *Internet Banking*. Persepsi Risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat pelaku usaha untuk mengambil bagian dalam *Internet Banking* sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi secara online.

Teori yang mendasari penelitian terhadap minat penggunaan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Persepsi dan Minat merupakan bagian variabel dari teori TAM dan TPB. Variabel-variabel tersebut dipilih karena merupakan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Pemaparan fenomena di atas menimbulkan ketertarikan untuk melakukan penelitian terkait Minat bertransaksi menggunakan *Internet Banking*. Penelitian akan dilakukan menggunakan model TAM dan TPB. Peneliti akan mencoba untuk melihat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yang juga mempengaruhi Minat bertransaksi menggunakan *Internet Banking*. Penelitian yang akan dilakukan saat ini berfokus pada penggunaan *Internet Banking* pada pelaku usaha di Plaza UNY.

Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan di atas, dapat diketahui bahwa Minat para Pelaku Usaha di Plaza UNY untuk bertransaksi menggunakan *Internet Banking* masihlah rendah. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan manfaat dan kemudahan kepada penggunanya, apabila sebuah sistem tidak diminati maka dapat dikatakan bahwa sistem tersebut mengalami kegagalan. Sehingga peniliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY”.

## **B. Identifikasi Masalah**

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

1. Para pelaku usaha di Plaza UNY belum berminat untuk menggunakan layanan *Internet Banking* dan lebih memilih untuk menyelesaikan transaksi jual beli mereka dengan metode *Cash on Delivery* atau transaksi menggunakan ATM.
2. Manfaat yang diberikan tidak dapat terlihat secara fisik oleh karena itu para pelaku usaha di Plaza UNY tidak berminat untuk menggunakan layanan *Internet Banking*.
3. Pelaku usaha di Plaza UNY tidak paham kemudahan yang diberikan layanan *Internet Banking*, mereka beranggapan bahwa transaksi menggunakan *Internet Banking* merupakan suatu hal yang rumit dan membutuhkan usaha lebih.
4. Pelaku usaha di Plaza UNY tidak ingin menanggung risiko yang didapatkan ketika bertransaksi menggunakan *Internet Banking*, seperti risiko penipuan, pembobolan rekening atau pencurian identitas.

## **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan agar ruang lingkup peneliti tidak luas dan fokus untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan identifikasi masalah peneliti membatasi masalah hanya pada

Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko, karena merupakan faktor yang memiliki kontribusi yang besar terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha di Plaza UNY. Pelaku usaha yang diteliti dibatasi pada pelaku usaha yang menjual produk barang dan jasa bukan makanan. Alasan penggunaan responden tersebut dikarenakan penjualan produk barang dan jasa lebih sering memanfaatkan teknologi informasi dengan menjual produk secara online.

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

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

1. Bagaimana pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY?
2. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY?
4. Bagaimana pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY?

## **E. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai, diantaranya :

1. Mengetahui pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.
2. Mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.
3. Mengetahui pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.
4. Mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

## **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan mengenai pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan *Internet Banking* pada pelaku usaha di Plaza UNY.
  - b. Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penyusunan penelitian berikutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan penulis dalam bidang akuntansi keprilakuan, akuntansi perbankan dan sistem informasi akuntansi yang diperoleh selama perkuliahan.

### b. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menjadi sumbangan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

### c. Bagi Penyedia Layanan *Internet Banking*

Membantu pihak penyedia layanan mengetahui karakteristik penggunaan layanan *Internet Banking* oleh pelaku usaha, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan pelayanan.

### d. Bagi Pelaku Usaha di Plaza UNY

Memberikan penjelasan akan manfaat penggunaan *Internet Banking* dalam menunjang proses bisnisnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking***

###### **a. Minat Bertransaksi**

Minat perilaku menurut Jogiyanto (2007:116) adalah keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidaklah selalu sama, seiring berjalananya waktu minat seseorang dapat berubah. Seseorang biasanya berperilaku dengan cara yang sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, dan secara eksplisit dan implisit juga mempertimbangkan implikasi dari tindakkan yang dilakukannya (Jogiyanto, 2007:117). Ketika seseorang menyadari implikasi dari tindakannya menimbulkan hal yang positif maka orang itu akan mempertahankan minatnya.

Minat merupakan kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan (Slameto, 2003:57). 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 menggunakannya di masa yang akan datang. Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu

terknologi. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul kerena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Minat dalam menjalankan fungsinya berkaitan erat dengan pikiran dan perasaan seseorang. Minat merupakan fungsi dari dua penentu dasar diantaranya (Jogiyanto, 2007:31):

1) Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi

Penentu ini adalah sikap terhadap evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

2) Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Penentu ini berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi Minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Menurut Smadi (2012:130) faktor-faktor yang menimbulkan

Minat dapat digolongkan sebagai berikut :

1) Faktor kebutuhan dari dalam

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.

2) Faktor motif sosial

Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan

oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

3) Faktor emosional

Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap obyek misalnya perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Penelitian ini termasuk golongan faktor emosional, karena penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Dalam penelitian ini kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan Minat Bertransaksi, sedangkan objek penelitian ini berfokus pada *Internet Banking*.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan transaksi sebagai persetujuan jual beli dalam perdagangan antara pihak pembeli dan penjual. Dalam persetujuan jual beli yang dilakukan terdapat pertukaran barang dan jasa antara kedua belah pihak. Selain itu secara umum transaksi dapat didefinisikan sebagai kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan sedikitnya dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha atau pinjam meminjam (Zulkifli, 2001:289). Transaksi ekonomi yang terjadi merupakan transaksi atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat Bertransaksi adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus

menerus yang diikuti rasa senang untuk melakukan kegiatan ekonomi berupa pertukaran barang dan jasa dalam proses jual beli. Apabila pertukaran tersebut memberikan manfaat positif, maka transaksi tersebut akan diminati. Jika seseorang merasa senang dan berminat melakukan transaksi, orang itu akan terus melakukan transaksi di masa yang akan datang.

**b. *Internet Banking***

*Internet Banking* pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu Internet dan *Banking* (bank). *Interconnected Network* (Internet) adalah sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. *Internet banking* merupakan layanan terbaru perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui internet dengan menggunakan komputer/PC. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindah bukuan 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 (Riswandi, 2005).

Menurut Riswandi (2005), jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

1) *Informational Internet Banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

2) *Communicative Internet Banking*

Pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

3) *Transactional Internet Banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi transaksi.

*Internet Banking* sudah diperkenalkan kepada masyarakat

sejak beberapa tahun yang lalu. Beberapa bank penyedia layanan *Internet Banking* diantaranya adalah BRI, BCA, Bank Mandiri, BNI, dan sebagainya. Bank-bank di Indonesia berusaha untuk memfokuskan diri pada keinginan dan kepuasan nasabah. Hubungan antara bank dan nasabah merupakan hal penting. Berdasarkan uraian di atas, *Internet Banking* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Nasabah tidak perlu berlama-lama mengantre di bank, cukup bermodalkan handphone, komputer/PC dan koneksi internet para nasabah dapat melakukan transaksi.

*Internet Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan pelayanan yang cepat, aman, nyaman murah dan tersedia disetiap

saat dan dapat digunakan dari mana saja dengan mudah. *Internet Banking* memberikan berbagai manfaat bagi nasabah, namun dibalik itu terdapat Risiko dalam penggunaannya. Olehkarena itu diperlukan pengaman yang baik untuk dapat mengakses layanan *Internet Banking*.

**c. Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY**

Minat Bertransaksi merupakan kecenderungan tertarik pada sesuatu yang realtif tetap untuk melakukan kegiatan ekonomi berupa pertukaran barang dan jasa dalam proses jual beli. Apabila pertukaran tersebut memberikan manfaat positif, maka transaksi tersebut akan diminati. Jika seseorang merasa senang dan berminat melakukan transaksi, orang itu akan melakukannya secara berulang.

Transaksi yang dilakukan akan melibatkan proses pembayaran antara pihak yang satu dengan yang lainnya. Salah satu layanan perbankan yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran adalah *Internet Banking*. *Internet Banking* adalah produk bank melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Nasabah bank tidak perlu mengantri di bank, cukup menggunakan *handphone* atau PC dan koneksi internet nasabah sudah dapat melakukan transaksi perbankan. *Internet Banking* memberikan berbagai kemudahan untuk menyelesaikan transaksi bisnis.

Berdasarkan pengetian di atas, maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* adalah keinginan atau ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan atau menggunakan *Internet Banking* untuk menyelesaikan transaksi bisnis. Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB). Menurut Jogyianto (2007:113), konstruksi TAM terdiri dari :

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

Selain itu TPB juga menjelaskan bahwa kepercayaan dan Persepsi Risiko mempengaruhi Minat atau keinginan menggunakan teknologi. TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi. Penelitian ini mengambil Kebermanfaatan dan Kemudahan Penggunaan dalam TAM serta Persepsi Risiko dalam TPB untuk dijadikan variabel independen dalam penelitian ini. Kebermanfaatan dan Kemudahan Penggunaan berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli merupakan faktor-faktor yang paling baik dalam menggambarkan minat menggunakan teknologi. Dalam TPB terdapat dua konstruk yang dapat menggambarkan minat menggunakan teknologi namun hanya Persepsi Risiko yang diambil untuk diteliti ulang dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh positif, namun beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh negatif. Olehkarena itu penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh Persepsi Risiko pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

Menurut Bhattacherjee (2001) dalam Jogiyanto (2007:77) konstruk untuk mengukur Minat berkelanjutan terdiri dari :

- 1) Ingin menggunakan di masa depan (*Intend to continue using in the future*)
- 2) Akan terus menggunakan di masa depan (*Continue using in the future*)
- 3) Secara keseluruhan akan terus menggunakan di masa depan (*Regularly use in the future*)

#### **d. Indikator Minat Bertransaksi**

Untuk merepresentasikan variabel Minat agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka penelitian ini menggunakan indikator-indikator, yang selanjutnya akan dijabarkan dalam item-item pernyataan kuesioner. Indikator-indikator untuk mengukur variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* diantaranya sebagai berikut:

4) Keinginan menggunakan

Pelaku usaha yang memiliki Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

5) Selalu mencoba menggunakan

Pelaku usaha akan terus menggunakan layanan *Internet Banking* dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya.

6) Secara keseluruhan akan tetap menggunakan di masa depan

Jika pelaku usaha merasa puas dengan layanan *Internet Banking*, maka mereka akan memiliki keinginan untuk menggunakan kembali di masa yang akan datang.

## **2. Kebermanfaatan *Internet Banking***

Menurut Davis (1989:320) Kebermanfaatan adalah keadaan ketika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah sistem akan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan merupakan salah satu bagian dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Ketika kinerja seseorang mengalami peningkatan ketika menggunakan sebuah sistem, maka sistem tersebut dianggap memiliki manfaat yang tinggi. Menurut Jogyanto (2007:113) Kebermanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang yang ingin mengetahui apakah

sebuah teknologi mampu meningkatkan kinerjanya atau tidak harus mencoba teknologi tersebut.

Menurut Chin dan Todd (1995:238) Kebermanfaatan dibagi dalam dua kategori, diantaranya (1) Kebermanfaatan dengan estimasi satu faktor, (2) Kebermafaatan dengan estimasi dua faktor. Kemanfaatan dengan satu faktor meliputi dimensi:

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah
- b. Bermanfaat
- c. Menambah produktivitas
- d. Mempertinggi efektivitas
- e. Mengembangkan kinerja perkerjaan

Kebermanfaatan dengan dua faktor dibagi kembali dalam dua kategori, dengan dimensi-dimensi di masing-masing kelompok sebagai berikut :

- a. Kebermanfaatan meliputi dimensi:
  - 1) Menjadi perkerjaan lebih mudah
  - 2) Bermanfaat
  - 3) Menambah produktivitas
- b. Efektivitas meliputi dimensi:
  - 1) Mempertinggi efektivitas
  - 2) Mengembangkan kinerja perkerjaan

Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa Kebermanfaatan dalam *Internet Banking* adalah pandangan pelaku usaha mengenai manfaat yang diperolehnya dalam menggunakan *Internet Banking*, yaitu berupa peningkatan kinerja. Seorang pelaku usaha akan menggunakan layanan *Internet Banking* apabila teknologi tersebut dapat memberikan pengaruh positif terhadap bisnisnya dan dapat meningkatkan kinerja. Kebermanfaatan dalam menggunakan *Internet Banking* merupakan

manfaat yang akan diperoleh dan diharapkan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan transaksi bisnisnya. Dengan menggunakan *Internet Banking* pelaku usaha dapat melakukan pengecekan saldo dengan mudah dan dapat langsung memproses pesanan konsumen dengan cepat.

Menurut Vankatesh et al. (2003:426), variabel kebermanfaatan terdiri dari empat instrument diantaranya:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increase productivity*)
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
- d. Penggunaan sistem mampu memberikan manfaat bagi individu (*the system is useful*)

**a. Indikator Kebermanfaatan *Internet Banking***

Instrumen-instrumen di atas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur indikator kebermanfaatan yang terdiri dari :

- a. Mampu meningkatkan kinerja

Pandangan pelaku usaha mengenai manfaat yang yang diperoleh berupa peningkatan kinerja pada saat menggunakan layanan *Internet Banking*.

- b. Mampu menambah tingkat produktivitas

Pelaku usaha dapat menyelesaikan transaksi bisninya dengan menggunakan sistem *Internet Banking*.

- c. Mampu meningkatkan efektivitas kinerja

Tugas atau pekerjaan seorang pelaku usaha akan dengan mudah terselesaikan ketika menggunakan layanan *Internet Banking*.

- d. Mampu memberikan manfaat bagi individu
- Pelaku usaha akan memperoleh manfaat positif dengan menggunakan layanan *Internet Banking*.

### **3. Kemudahan Penggunaan *Internet Banking***

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang jika mereka menggunakan suatu sistem maka mereka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991:180). Seseorang yang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Variabel Kemudahan Penggunaan ini memberi indikasi bahwa sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunanya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang mengerjakan suatu hal secara manual. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harlan (2014) membuktikan bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking*.

Menurut Jogiyanto (2007:115), Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan Penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin sistem informasi mudah digunakan

maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Kemudahan Penggunaan dibentuk dari beberapa item, menurut Davis (1986:330) konstruk Kemudahan Penggunaan terdiri dari enam item berikut :

- 1) Mudah dipelajari (*Easy of Learn*)
- 2) Mudah dikontrol (*Controllable*)
- 3) Jelas dan mudah dimengerti (*Clear and Understandable*)
- 4) Fleksibel (*Flexible*)
- 5) Mudah untuk menggunakannya dengan ahli (*Easy to Become Skillful*)
- 6) Mudah digunakan (*Easy to Use*)

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

### **a. Indikator Kemudahan Penggunaan *Internet Banking***

Untuk merepresentasikan variabel Kemudahan Penggunaan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka penelitian ini menggunakan indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan dalam kuisioner.

Indikator untuk variabel Kemudahan Penggunaan yaitu:

- (1) Jelas dan mudah dimengerti. Ketika pelaku usaha menggunakan layanan *Internet Banking* tidak mengalami kebingungan dan tampilan *Internet Banking* mudah untuk dibaca dan dipahami.
- (2) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem. Tanpa harus mengeluarkan usaha lebih pelaku usaha dapat dengan mudah untuk memperlajari dan menggunakan layanan *Internet Banking*.
- (3) Sistem mudah digunakan. Pelaku usaha dapat dengan mudah memperlajari layanan *Internet Banking* dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan pada saat menggunakannya.
- (4) Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna. Pelaku usaha dapat menggunakan *Internet Banking* sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya, untuk memperlancar transaksi bisnis.

### **4. Persepsi Risiko *Internet Banking***

Lee (2008:138) mendefinisikan Persepsi Risiko (*perceived risk*) dianggap sebagai ukuran potensi kerugian dari sebuah tindakan yang

tidak menguntungkan dan merupakan kepastian dari perasaan subyektif individu atas konsekuensi dari kerugian. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi akan mengakibatkan kerugian. Menurut Djojosoedarso (1999:2) risiko mempunyai karakteristik:

- 1) Merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa
- 2) Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Risiko timbul karena adanya ketidakpastian, yang berarti ketidakpastian tersebut merupakan kondisi yang menyebabkan munculnya Risiko, karena melibatkan keragu-raguan seseorang mengenai kemampuannya untuk meramalkan kemungkinan terhadap hasil yang akan diperoleh dimasa yang akan datang. Djojosoedarso (1999:2) mengemukakan kondisi yang tidak pasti itu dapat terjadi karena beberapa sebab, diantaranya:

- 1) Tenggang waktu antara perencanaan suatu kegiatan sampai kegiatan itu berakhir/menghasilkan, dimana makin panjang tenggang waktu maka semakin panjang ketidakpastiannya.
- 2) Keterbatasan informasi yang tersedia yang diperlukan dalam penyusunan rencana.
- 3) Keterbatasan pengetahuan/kemampuan/teknik pengambilan keputusan dari perencanaan.

Javernpa et al. (2000:141) menyebutkan persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen

untuk mengambil bagian dalam sistem informasi . Persepsi risiko dimungkinkan akan memberikan pengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem online. Dalam melakukan transaksi online, pasti setiap orang akan selalu memperhitungkan risiko yang mungkin akan dapat diterimanya.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat dinyatakan bahwa Persepsi Risiko *Internet Banking* merupakan suatu kepercayaan seseorang mengenai kerugian yang mungkin akan dialami yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian yang mungkin dapat diterima atas penggunaan layanan *Internet Banking*. Menurut Pavlou (2002) dalam Jogiyanto (2007:119) konstruk yang digunakan untuk mengukur Persepsi Risiko adalah sebagai berikut :

- 1) Ada kemungkinan layanan informasi elektronik rusak dan tidak berfungsi seperti yang dirancang dan karena itu gagal untuk memberikan manfaat yang diinginkan.
- 2) Mungkin terjadi kerugian moneter ketika menggunakan layanan informasi elektronik.
- 3) Ada kemungkinan waktu yang terbuang apabila terjadi kegagalan sistem.

#### **a. Indikator Persepsi Risiko *Internet Banking***

Berdasarkan konstruk yang dijelaskan di atas indikator yang digunakan untuk mengukur Persepsi Risiko dalam penelitian yaitu:

- 1) Ada risiko tertentu

Risiko merupakan sesuatu yang akan didapat oleh pengguna *Internet Banking*. Setiap transaksi online akan mengandung Risiko yang mungkin dapat dialami pelaku usaha.

2) Mengalami kerugian

Kerugian merupakan kejadian yang akan dialami pelaku usaha ketika sudah menggunakan produk dari *Internet Banking*.

3) Pemikiran bahwa berisiko

Pelaku usaha memiliki pemikiran bahwa layanan *Internet Banking* memiliki Risiko pada saat akan melakukan transaksi menggunakan *Internet Banking*.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan acuan. Penelitian tersebut adalah :

1. Penelitian oleh Dwimastia Harlan (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Harlan (2014) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Variabel independen Risiko Persepsi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*. Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi secara bersama-sama terhadap

Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Harlan (2014) adalah sama-sama menggunakan Kemudahan Penggunaan dan Risiko Persepsi sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian ini menggunakan Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY sebagai variabel dependen.

## 2. Penelitian oleh Tri Adhi Kurniawan (2014)

Penelitian yang dilakukan Kurniawan (2014) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Jasa Rekening Bersama (REKBER) pada Forum Jual Beli Kaskus”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kebermanfaatan, kualitas informasi dan Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Minat untuk menggunakan jasa rekening bersama pada forum jual beli kaskus.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu Kebermanfaatan dan Persepsi Risiko, serta sama-sama melakukan penelitian terhadap penggunaan teknologi informasi dalam transaksi bisnis. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian relevan melakukan penelitian

terhadap minat rekening bersama dan penelitian ini terhadap minat menggunakan *Internet Banking*.

### 3. Penelitian oleh Putra, Astuti dan Riyadi (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Putra, Astuti dan Riyadi (2015) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan *E-Commerce*”. Penelitian ini mengambil objek pengguna situs jual beli OLX. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kemanfaatan, minat dan penggunaan Olx.co.id secara simultan. Variabel kemanfaatan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat dan penggunaan Olx.co.id.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah sama-sama mencari pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan sistem online. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan Putra, Astuti dan Riyadi (2015) dalam penelitian relevan adalah penambahan varibel dependen yaitu kemanfaatan dan penggunaan *e-commerce*. Selain itu penelitian relevan melakukan penelitian pada pengguna situs OLX, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada pelaku usaha di Plaza UNY. Penelitian ini dianggap relevan karena transaksi yang dilakukan merupakan transaksi bisnis secara online.

## C. Kerangka Berpikir

### 1. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi

#### Menggunakan Internet *Banking*

Kebermanfaatan merupakan kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Seseorang akan menggunakan sistem tersebut ketika sistem tersebut dapat memberikan manfaat dan dapat meningkatkan kinerjanya. Seberapa banyak manfaat yang diperoleh selama penggunaan sistem tersebut akan mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem tersebut. Kebermanfaatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah manfaat yang akan diperoleh pelaku usaha di Plaza UNY ketika menggunakan layanan *Internet Banking* untuk menyelesaikan transaksi bisnisnya. Jika manfaat yang diperoleh dapat dirasakan oleh pelaku usaha, maka dapat dijadikan ukuran untuk menumbuhkan Minat dalam bertransaksi menggunakan *Internet Banking*.

Semakin banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha di Plaza UNY dalam menggunakan *Internet Banking*, maka akan meningkatkan minat pelaku usaha untuk menggunakan layanan *Internet Banking*. Saat nasabah menggunakan *Internet Banking* telah merasakan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya maka akan memberikan pengaruh positif terhadap Minat untuk menggunakan layanan *Internet Banking* pada transaksi-transaksi bisnisnya.

## **2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking***

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

Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* memberikan penekanan pada kemudahan yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Pelaku usaha di Plaza UNY beranggapan bahwa Internet *Banking* yang dipelajari mudah, tentu akan mengesampingkan segala kekurangan yang ada dan mereka akan memiliki Minat untuk menggunakan Internet *Banking*. Sedangkan sebaliknya jika mereka sudah berpikiran jika Internet *Banking* yang dipelajarinya sulit, maka mereka akan tidak memiliki minat untuk menggunakannya dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya.

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

Semakin besar Persepsi Risiko semakin besar pula kemungkinan keterlibatan pelaku usaha dalam penggunaan sistem. Ketika Persepsi Risiko menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan

menghindari penggunaan atau meminimumkan risiko melalui pencarian dan evaluasi alternatif pra-penggunaan dalam tahap pengambilan keputusan. Pelaku usaha di Plaza UNY akan melakukan evaluasi terhadap sistem secara detail. Persepsi Resiko akan membuat pelaku usaha di Plaza UNY berpikir ulang mengenai penggunaan Internet *Banking*, semakin tinggi Persepsi Risiko yang dipikirkan maka akan semakin menurun Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking*. Sedangakn apabila dinilai memiliki risiko yang rendah maka dapat menarik Minat untuk menggunakan *Internet Banking* dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya.

#### **4. Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking***

Kebermanfaatan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Semakin banyak manfaat yang dapat diperoleh ketika bertransaksi menggunakan *Internet Banking* maka akan meningkatkan Minat untuk menggunakan layanan *Internet Banking* tersebut. Sebaliknya ketika para pelaku usaha di Plaza UNY tidak dapat merasakan manfaat saat menggunakan layanan *Internet Banking* maka minat untuk menggunakan layanan ini akan menurun.

Kemudahan Penggunaan berarti bahwa suatu *Internet Banking* dibuat untuk mempermudah penggunanya. Dengan adanya teknologi

informasi yang akurat, mudah dan canggih tidak ditutup kemungkinan para pelaku usaha di Plaza UNY ataupun pelaku bisnis lainnya akan menggunakan layanan Internet *Banking* dalam mempermudah kegiatan usaha ataupun lainnya. Kemudahan yang dimaksud adalah Internet *Banking* simple, Internet *Banking* tidak rumit, Internet *Banking* mudah dipelajari dan Internet *Banking* mudah dalam pengoperasiannya. Sehingga jika produk Internet *Banking* mudah dalam pengoperasiannya maka para pelaku usaha di Plaza UNY akan memiliki Minat untuk menggunakan *Internet Banking* untuk menunjang kegiatan bisnisnya.

Namun dengan adanya Persepsi Risiko yang tinggi, maka akan semakin rendah Minat pelaku usaha di Plaza UNY untuk menggunakan Internet *Banking*. Semakin tinggi pemikiran akan konsekuensi-konsekuensi yang akan didapat apabila menggunakan Internet *Banking*, maka semakin rendah pula Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* atau bahkan akan menghindari layanan Internet *Banking* tersebut. Maka dengan demikian, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada pelaku usaha di Plaza UNY.

## **D. Hipotesis Penelitian**

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

H1 : Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

H2 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

H3 : Pesepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

H4 : Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang menggambarkan suatu variabel dan kejadian yang sebenarnya serta apa adanya dengan menyebarluaskan kuesioner kepada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif atau data yang berupa angka-angka dan analisis yang dilakukan mempergunakan statistik yang bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian yang sudah dirumuskan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal komparatif. Studi kausalitas adalah penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yang mengukur kekuatan hubungan dari masing-masing variabel yang diteliti kemudian dicari pengaruhnya dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Kebermanfaatan ( $X_1$ ), Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ), dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ), berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY ( $Y$ ).

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

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya di Plaza UNY. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret – Juni 2017 untuk uji coba instrumen penelitian sekaligus membagi kuisioner, analisis data dan penyusunan laporan.

## **C. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha di Plaza UNY. Teknik yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010). Berikut ini daftar nama usaha yang terdapat di Plaza UNY :

Tabel 1. Daftar Pengisi Stand di Plaza UNY

<b>No</b>	<b>No Stand</b>	<b>Nama Stand</b>
1.	Selasar dalam	Rafandanida Hijab
2.	Selasar dalam	Finidia Store
3.	Selasar dalam	Rest Store
4.	Selasar dalam	CF Beauty
5.	Selasar dalam	Hijab Nadira
6.	Selasar dalam	Berkah Abadi
7.	Selasar dalam	Cv. Rajawali
8.	Selasar dalam	Jakarta (JKT) Fashion

No	No Stand	Nama Stand
9.	Selasar dalam	HN Parfum
10.	2.01	Come on Jimmy
11.	2.02	Fee Gallery
12.	2.03	J-Shop
13.		Maitsaa
14.		Rivas Hijab
15.		Almeera Hijabs
16.	2.03	Sahijab
17.		Zona Cantik
18.		The Until Friday
19.		Ddnayas
20.	2.04	Home Art Production
21.	2.05	Homina Store
22.	2.06	Kios UKM KWU UNY
23.		Odelia Store
24.	2.07	Fancy Fashion
25.	2.08	Bembo
26.		Nayfelt Craft
27.		Knockme Shop
28.	2.09	Takita
29.		Art Studio
30.	2.10	Aysha Look
31.	2.11	Adhikari Loka
32.	2.12	My Passion
33.	2.13	Isotronik
34.	2.14	My Dizkan
35.	2.15	Dandelion
36.	2.18	Kios Inovasi
37.		Indobot
38.		Mimi Shop
39.	2.19	Astorbike
40.		Astoetik
41.		Media Pembelajaran
42.	2.20	UNY Sport Shop
43.	2.21	Pusat Batik UNY
44.	4.11	F-Style
45.	Lantai 3	UNY Book Store
<b>Total Usaha</b>		<b>45</b>

Sumber : Data Sekunder dan Observasi

Data yang akan diambil berasal dari seluruh populasi pelaku usaha di Plaza UNY yang menjual produk barang dan jasa sejumlah 45 responden.

## **D. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Terikat atau Dependen**

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Bertransaksi Menggunakan Internet *Banking* (Y) yang subjek penelitiannya adalah pelaku usaha di Plaza UNY. Para pelaku usaha tersebut dinilai dapat merepresentasikan penggunaan produk Internet *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 layanan *Internet Banking*. Indikator-indikator untuk mengetahui Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* adalah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan dan akan tetap menggunakan di masa depan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert*.

### **2. Variabel Bebas atau Independen**

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas atau independen yaitu sebagai berikut:

#### **a. Kebermanfaatan (X<sub>1</sub>)**

Kebermanfaatan yaitu kepercayaan seseorang bahwa penggunaan *Internet Banking* akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Semakin banyak manfaat yang dirasakan maka pelaku usaha akan berminat untuk menggunakan layanan *Internet Banking*

dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya. Indikator-indikator untuk mengetahui Kebermanfaatan adalah mampu meningkatkan kinerja, mampu menambah tingkat produktivitas, mampu meningkatkan efektivitas kinerja dan mampu memberikan manfaat bagi bisnisnya. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert*.

**b. Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>)**

Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana pelaku usaha percaya bahwa menggunakan *Internet Banking* akan bebas dari usaha. Pelaku usaha yang menggunakan *Internet Banking* berpikir bahwa produk *Internet Banking* lebih fleksibel, mudah dipahami, tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik Kemudahan Penggunaan. Indikator-indikator untuk mengetahui Kemudahan penggunaan adalah sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem, sistem mudah digunakan dan sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan kebutuhan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert*.

**c. Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>)**

Risiko Persepsi adalah risiko yang didapat atas ketidakpastian penggunaan *Internet Banking*. Pelaku usaha pasti

akan mempertimbangkan Risiko yang mungkin akan ditanggung bisnisnya dalam melakukan sebuah transaksi. Indikator untuk mengetahui Risiko Persepsi adalah ada risiko tertentu, mengalami kerugian dan pemikiran bahwa berisiko. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert*.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Wuradji (2006) kuesioner yang juga sering disebut angket, merupakan instrumen yang dirancang secara spesifik untuk memperoleh informasi yang digunakan untuk kepentingan analisis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber asli yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti. Kuesioner dibagikan langsung kepada pelaku usaha secara tertutup dimana pelaku usaha hanya dapat memilih jawaban yang telah disediakan.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto (2009) instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan diper mudah olehnya. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang

item-item pernyataan diadopsi dan dimodifikasi dari penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *Likert* modifikasi 4 poin. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut ini merupakan skor skala *Likert* untuk analisis kuantitatif dalam penelitian:

Tabel 2. Skor Skala *Likert* Modifikasi

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

Instrumen-instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Item	Sumber Data
Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i>	1. Keinginan menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Secara keseluruhan akan tetap menggunakan di masa depan	1,2,3 4,5,6 7,8	Pelaku Usaha di Plaza UNY
Kebermanfaatan	1. Mampu meningkatkan kinerja 2. Mampu menambah tingkat produktivitas 3. Mampu meningkatkan efektivitas kinerja 4. Mampu memberikan manfaat bagi individu	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10*,11,12	Pelaku Usaha di Plaza UNY

Variabel	Indikator	Nomor Item	Sumber Data
Kemudahan Penggunaan	1. Jelas dan mudah dimengerti 2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem 3. Sistem mudah digunakan 4. Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna	1,2,3 4,5*,6 7,8,9 10,11	Pelaku Usaha di Plaza UNY
Persepsi Risiko (Aribowo, 2012)	1. Ada risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko	1,2* 3*,4,5 6*,7*,8*	Pelaku Usaha di Plaza UNY

Keterangan : \* Pernyataan negatif

Penyebaran kuisioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan cara mengirimkan formulir kepada para pelaku usaha di Plaza UNY yang menjadi objek dalam penelitian ini. Kuisioner tersebut disertai dengan surat permohonan untuk mengisi kuesioner. Surat permohonan berisi identitas peneliti, maksud penelitian yang dilakukan dan jaminan kerahasiaan penelitian.

## G. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang akan digunakan dalam pengambilan data. Uji instrumen yang digunakan adalah uji terpakai. Uji terpakai merupakan teknik uji coba instrumen sekaligus mengumpulkan data penelitian pada

waktu bersamaan (Suharsimi, 2006). Penelitian menggunakan uji terpakai karena responden yang terbatas.

### 1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2010). Untuk menguji validitas instrumen penelitian dapat menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* dengan rumus:

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

Keterangan:

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

N : Jumlah subjek

$\sum XY$  : Jumlah hasil kali nilai X dan Y

$\sum X$  : Jumlah nilai X

$\sum Y$  : Jumlah nilai Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat nilai Y

(Suharsimi, 2009:170)

Setelah  $r$  hitung ditemukan, nilai tersebut dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui butir yang valid dan butir yang tidak valid. Dengan pedoman  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada signifikansi 5% maka butir item dianggap tidak valid. Butir yang dipakai dalam pengumpulan data adalah butir yang valid (Ghozali, 2006).

Berikut ini merupakan hasil uji validitas dari kuesioner yang telah disebar kepada responden yang merupakan pelaku usaha di Plaza UNY.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Jumlah Butir	Jumlah Butir Tidak Valid	Nomor Butir	Jumlah Butir Valid
1	Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking	8	1	3	7
2	Kebermanfaatan	12	1	10	11
3	Kemudahan Penggunaan	11	1	1	10
4	Persepsi Risiko	8	1	1	7
	Total	39	5	5	35

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil uji validitas variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* di atas menunjukkan bahwa beberapa butir pernyataan memiliki  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $n=30$  sebesar 0,361), kecuali pada butir Kebermanfaatan nomor 10, butir Kemudahan Penggunaan nomor 1, butir Persepsi Risiko nomor 1 serta pada butir Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* nomor 3 memiliki  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel. Dengan demikian butir-butir pernyataan yang dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian.

## 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 (Umar, 2011). 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%.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a^2 b}{\sum a^2 t} \right]$$

Keterangan :

- $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $K$  : Mean kuadrat antara subjek  
 $\sum a^2 t$  : Mean kuadrat kesalahan  
 $a^2 t$  : 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 (Ghozali, 2006).

Tabel 5. Interpretasi Koefisien *Alpha*

Koefisien	Interpretasi
0,800 sampai 1,000	Sangat Tinggi
0,600 sampai 0,800	Tinggi
0,400 sampai 0,600	Cukup
0,200 sampai 0,400	Rendah
0,000 sampai 0,200	Sangat Rendah

Butir pernyataan yang valid diuji dengan rumus *Alpha Cronbach*. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Internet Banking</i>	0,858	Reliabel
2	Kebermanfaatan	0,894	Reliabel
3	Kemudahan Penggunaan	0,858	Reliabel
4	Persepsi Risiko	0,614	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach Alpha* dari seluruh variabel menunjukkan  $> 0,600$ . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Statistika

deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari variabel-variabel penelitian.

**a. Penentuan kelas interval dan distribusi frekuensi berdasarkan rumus *Sturgess***

$$\text{Jumlah Kelas} = 1 + 3.3 \log n$$

$$\text{Rentang Data} = (\text{data terbesar} - \text{data terkecil}) + 1$$

$$\text{Panjang Kelas} = \text{rentang data} / \text{jumlah kelas interval}$$

**b. Identifikasi Kecenderungan Variabel**

Pengkategorian terhadap nilai masing-masing indikator

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (\text{nilai maksimum} + \text{nilai minimum})$$

$$\text{Standar deviasi ideal (SDi)} = \frac{1}{6} (\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum})$$

Kategori indikator variabel:

$$\text{Tinggi} \Rightarrow \{Mi + 1 (SDi)\}$$

$$\text{Sedang} = \{Mi - 1 (SDi)\} \text{ s/d } \{Mi + 1 (SDi)\}$$

$$\text{Rendah} = < \{Mi - 1 (SDi)\}$$

## **2. Analisis Prasyarat**

**a. 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. Analisis regresi linear dapat dilakukan apabila asumsi linieritas terpenuhi. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan uji F dengan rumus:

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

Keterangan :

$F_{\text{reg}}$  : harga bilangan F untuk garis regresi

$RK_{\text{reg}}$  : rerata kuadrat garis regresi

$RK_{\text{res}}$  : 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.

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Multikolinearitas

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

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 multikolinieritas adalah nilai  $Tolerance\ Value \geq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya (Ghozali, 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. (Ghozali, 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. 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 regresi linear sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif. Pengujian analisis regresi sederhana dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Langkah dalam melakukan analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat persamaan garis regresi sederhana

Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  : Variabel dependen yang diprediksi

- X : Variabel independen  
 a : Konstanta (nilai Y' apabila X=0)  
 b : Koefisien regresi

(Sugiyono, 2008:247)

Pada pembuatan garis regresi linier sederhana ini, X dianggap konstan, maka perubahan Y adalah sebesar a satuan. Dari persamaan di atas juga dapat diketahui jika X naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan nilai Y sebesar b satuan. Sebaliknya jika diketahui nilai koefisien regresi adalah negatif, maka dapat diketahui jika X naik sebesar satu satuan maka akan menurunkan nilai Y sebesar b satuan. Dari persamaan garis regresi ini dapat diketahui hubungan antara kedua variabel.

2) Mencari koefisien determinasi ( $r^2_{xy}$ )

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak diantara (0,0) sampai (1,0).

$$r^2_{xy} = \frac{\sum xy^2}{(\sum x^2)(\sum y^2)}$$

Keterangan:

- $r^2$  : koefisien determinasi antara Y dengan X  
 $\sum xy^2$  : jumlah kuadrat produk antara X dan Y  
 $\sum x^2$  : jumlah kuadrat prediktor X  
 $\sum y^2$  : jumlah kuadrat kriteria Y

(Hadi, 2004:4)

Nilai koefisien determinasi yang kecil, dalam arti mendekati nol, menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Variabel

independen tidak mampu menjelaskan presentase pengaruhnya terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan presentase pengaruhnya terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

### 3) Menguji signifikansi dengan uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Rumus uji signifikansi korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat:

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

Keterangan:

$t$  : t hitung  
 $r$  : koefisien  
 $n$  : jumlah ke-n  
 $r^2$  : koefisien determinan

(Sugiyono, 2008:247)

Kebermaknaan atau signifikansi pengaruh antara variabel X dan variabel Y dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka terdapat pengaruh yang bermakna atau signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual. Sebaliknya, jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  berarti pengaruh antara variabel

bebas dengan variabel terikat secara individual tidak bermakna atau tidak signifikan.

Pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi dan koefisien determinasi yang dihasilkan, serta membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila koefisien regresi yang dihasilkan bernilai positif dan nilai koefisien determinasi yang dihasilkan mendekati satu, serta t hitung  $\geq$  t tabel maka terdapat pengaruh yang positif dan bermakna antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual, hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

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

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriteria) apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau nilainya dinaik-turunkan (Sugiyono, 2011). Pengujian atas variabel-variabel penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan atau tidak antara semua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

1) Membuat persamaan garis

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

Keterangan:

Y	: Kriteria
a	: Bilangan konstan
$X_1, X_2, X_3$	: Prediktor 1, prediktor 2, prediktor 3
$b_1, b_2, b_3$	: Koefisien Prediktor 1, koefisien prediktor 2, koefisien predictor 3

(Hadi, 2004:22)

Pada pembuatan garis regresi linier sederhana ini, semua variabel X dianggap konstan, maka perubahan Y adalah sebesar a satuan. Dari persamaan di atas juga dapat diketahui jika salah satu variabel X naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan nilai Y sebesar b satuan, sesuai dengan variabel yang mengalami kenaikan ketika variabel yang lain dalam keadaan konstan.

2) Mencari koefisien determinasi ( $R^2_{y(1,2,3)}$ )

Kofisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak diantara (0,0) sampai (1,0).

$$R^2_{y(1,2,3)} = \frac{a_1 \sum x_1 Y + a_2 \sum x_2 Y + a_3 \sum x_3 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R^2_{y(1,2,3)}$	: koefisien korelasi ganda
$a_1, a_2, a_3$	: koefisien prediktor $X_1, X_2, X_3$
$\sum X_1 Y$	: jumlah produk $X_1$ dengan $Y$
$\sum X_2 Y$	: jumlah produk $X_2$ dengan $Y$
$\sum X_3 Y$	: jumlah produk $X_3$ dengan $Y$

$\sum Y^2$  : jumlah kuadrat Y

(Hadi, 2004:22)

Nilai  $R^2$  yang kecil, dalam arti mendekati nol, menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Variabel independen tidak mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel independen mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

- 3) Menguji signifikansi regresi berganda melalui uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

$F_{reg}$  : Harga F garis regresi

N : Cacah kasus

M : Cacah prediktor

$R^2$  : Koefisien regresi antara kriterium dengan prediktor

(Hadi, 2004:39)

Setelah hasil perhitungannya diperoleh, kemudian bandingkan F hitung dengan F tabel pada taraf signifikansi 5%.

Apabila  $F$  hitung lebih besar atau sama dengan  $F$  tabel, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan. Sebaliknya, apabila  $F$  hitung lebih kecil dari  $F$  tabel maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.

Pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi dan koefisien determinasi yang dihasilkan, serta membandingkan nilai  $F$  hitung dan  $F$  tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila koefisien regresi yang dihasilkan bernilai positif dan nilai koefisien determinasi yang dihasilkan mendekati satu, serta  $F$  hitung  $\geq F$  tabel maka terdapat pengaruh yang positif dan bermakna antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual, hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

Dalam bab ini peneliti akan menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden untuk mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* dengan subjeknya yaitu Pelaku Usaha di Plaza UNY sebanyak 45 pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret - Juni 2017 di Plaza UNY. Peneliti menemui langsung pemilik usaha, namun ada beberapa pelaku usaha yang tidak dapat ditemui sehingga kuesioner diberikan secara online. Pelaku usaha tidak langsung diminta untuk mengisi, peneliti memberikan tenggang waktu setengah hari sampai sehari untuk mengisi kuesioner tersebut. Alasan peneliti untuk meninggalkan kuesioner adalah agar pelaku usaha lebih dapat memahami pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang diajukan.

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

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku usaha di Plaza UNY. Kuesioner yang disebarluaskan adalah sesuai dengan populasi yaitu 45 responden.

### 1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

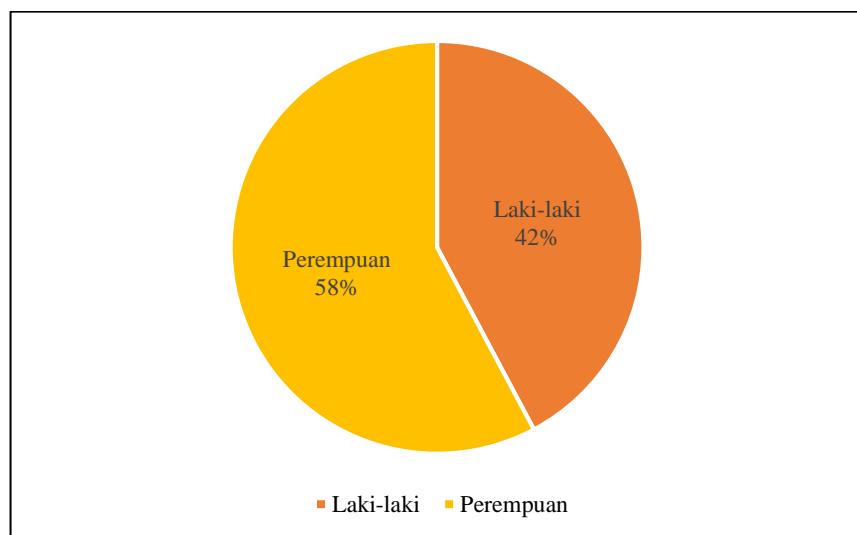
Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7 .Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	19	42%
Perempuan	26	58%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017.

Dari tabel tersebut menunjukkan jumlah persentase responden laki-laki pelaku usaha di Plaza UNY adalah 42% (19 orang), sedangkan persentase responden perempuan adalah 58% (26 orang).



Gambar 1. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

## 2. Deskripsi responden berdasarkan usia

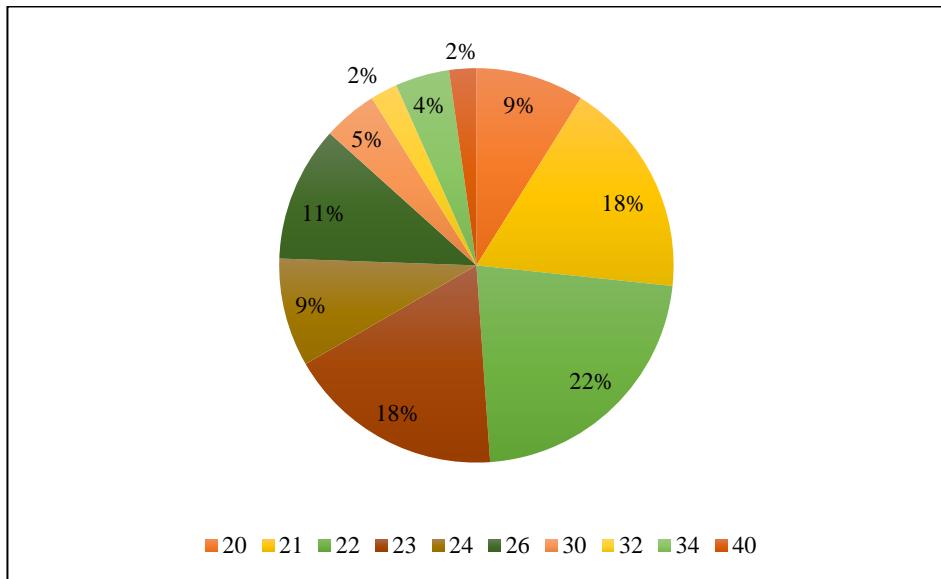
Deskripsi data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Demografi Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
20	4	9%
21	8	18%
22	10	22%
23	8	18%
24	4	9%
26	5	11%
30	2	4%
32	1	2%
34	2	4%
40	1	2%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Dari tabel di atas menunjukkan jumlah persentase umur responden pelaku usaha di Plaza UNY. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 22 tahun sejumlah 9 orang (28%), kemudian disusul usia 21 dan 23 tahun masing-masing berjumlah 7 orang (22%), usia 20 tahun berjumlah 4 orang (13%), usia 26 tahun sejumlah 3 orang (9%) dan yang terakhir usia 24 tahun sejumlah 2 orang (6%).



Gambar 2. Diagram Lingkaran Demografi Responen Berdasarkan Usia

## B. Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan metode survei dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket/kuesioner. Deskripsi hasil penelitian untuk setiap variabel dapat dilihat dibawah ini:

### 1. Deskripsi Variabel Penelitian

#### a. Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 7 item pernyataan yang diberikan kepada 45 responden pelaku usaha di

Plaza UNY. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternative jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* diperoleh nilai minimum sebesar 14; nilai maksimum sebesar 28; nilai mean sebesar 19,95 ; dan standar deviasi sebesar 3,17.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Minat Betransaksi Menggunakan *Internet Banking* dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1+3,3 \log n \\ &= 1+3,3 \log 45 \\ &= 1+3,3 (1,65321) \\ &= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi 6} \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang Data (R)} &= (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1 \\ &= (28 - 14) + 1 \\ &= 15 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas Interval}} \\ &= 15/6 \\ &= 2,5 \end{aligned}$$

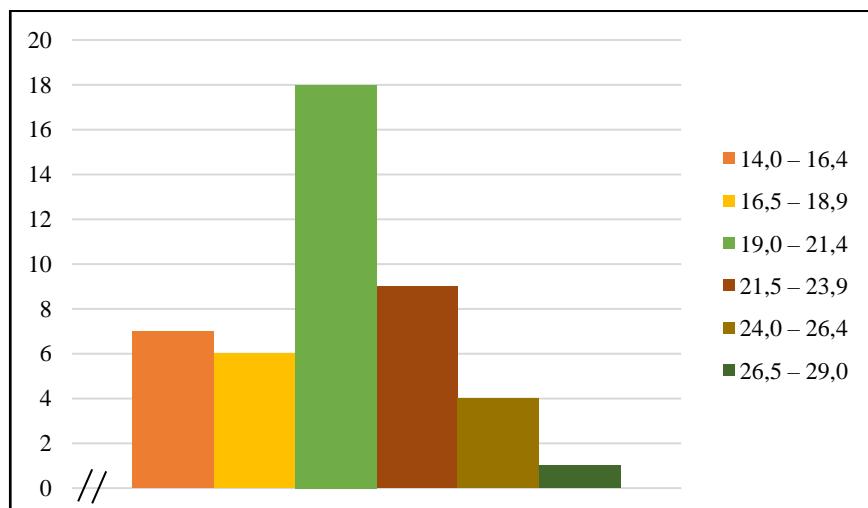
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	14,0 – 16,4	7
2.	16,5 – 18,9	6
3.	19,0 – 21,4	18
4.	21,5 – 23,9	9
5.	24,0 – 26,4	4
6.	26,5 – 29,0	1
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan data tabel dan histogram frekuensi di atas menunjukkan bahwa nilai frekuensi terbesar adalah 18, yaitu terletak pada interval 19-21,4. Nilai frekuensi terendah terletak pada interval 26,5-29 sebanyak 1 responden. Kecenderungan frekuensi variabel ditentukan dengan menghitung *Mean Ideal* ( $M_i$ ) dan Standar Deviasi

Ideal (SDi). Mean ideal diketahui sebesar 17,5 dan Standar Deviasi ideal sebesar 3,5.

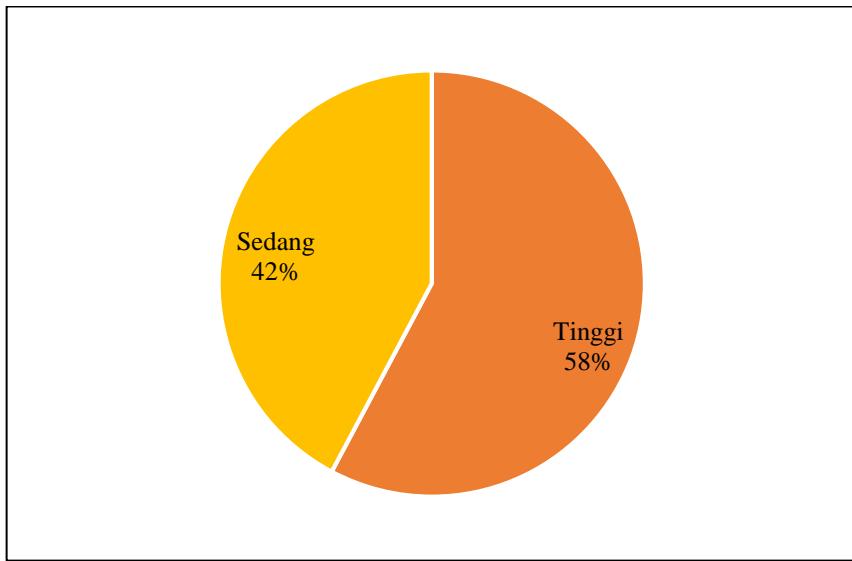
Pengkategorian kecenderungan frekuensi data variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dihitung berdasarkan Mean ideal dan Standar Deviasi ideal dapat dilihat pada Lampiran.6 Tabel kecenderungan frekuensi data variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>21	26	57,8%	Tinggi
2	14 s/d 21	19	42,2%	Sedang
3	<14	-	-	Rendah
<b>Total</b>		45	100%	

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY kategori tinggi adalah sebesar 26 responden (57,8%) sedangkan kategori sedang sebanyak 19 responden (42,2%). Berdasarkan tabel kategori kecenderungan variabel di atas, ditampilkan dalam diagram *Pie* sebagai berikut:



Gambar 4. *Pie-Chart* Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

### b. Kebermanfaatan

Variabel Kebermanfaatan diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 12 item pernyataan yang diberikan kepada 45 responden pelaku usaha di Plaza UNY. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternative jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Kebermanfaatan diperoleh nilai minimum sebesar 22; nilai maksimum sebesar 44; nilai mean sebesar 33 ; dan standar deviasi sebesar 4,24.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Kebermanfaatan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1+3,3 \log n \\
 &= 1+3,3 \log 45 \\
 &= 1+3,3 (1,65321) \\
 &= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi } 6
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1 \\
 &= (44-22) + 1 \\
 &= 23
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas Interval}} \\
 &= 23/6 \\
 &= 3,83 \text{ dibulatkan menjadi } 4
 \end{aligned}$$

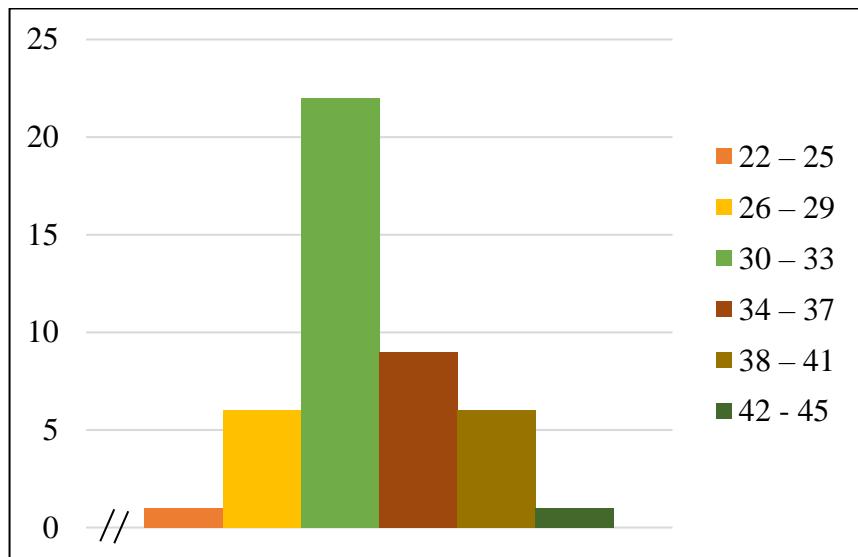
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 11 .Distribusi Frekuensi Kebermanfaatan

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	22 – 25	1
2.	26 – 29	6
3.	30 – 33	22
4.	34 – 37	9
5.	38 – 41	6
6.	42 - 45	1
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Kebermanfaatan sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Kebermanfaatan

Berdasarkan data tabel dan histogram frekuensi di atas menunjukkan bahwa nilai frekuensi terbesar adalah 22, yaitu terletak pada interval 30 - 33. Nilai frekuensi terendah terletak pada interval 22-25 dan 42-45, masing-masing sebanyak 1 responden. Kecenderungan frekuensi variabel ditentukan dengan menghitung *Mean* Ideal ( $M_i$ ) dan Standar Deviasi Ideal ( $SD_i$ ). *Mean* ideal diketahui sebesar 27,5 dan Standar Deviasi ideal sebesar 5,5.

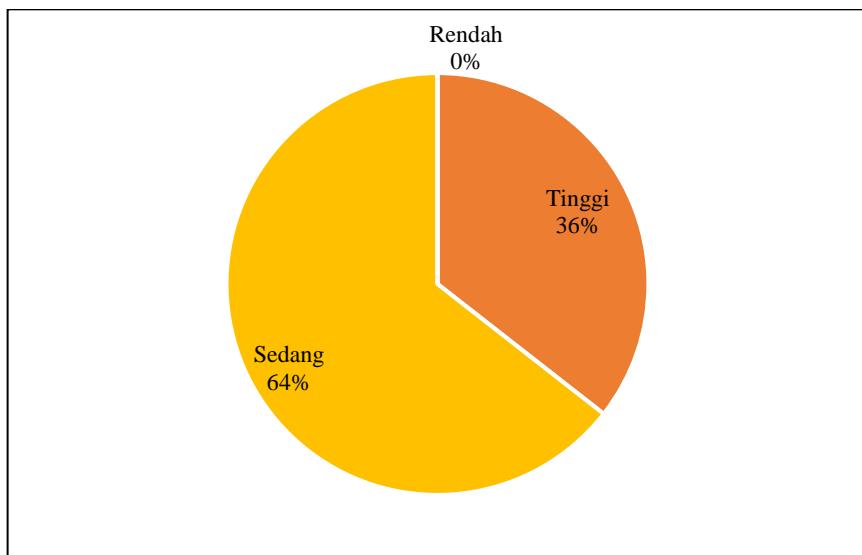
Pengkategorian      kecenderungan      frekuensi      data  
 Kebermanfaatan dihitung berdasarkan *Mean* ideal dan Standar Deviasi ideal dapat dilihat pada Lampiran.6. Tabel kecenderungan frekuensi data variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Kebermanfaatan

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>33	16	35,6%	Tinggi
2	22 s/d 33	29	64,4%	Sedang
3	<22	-	-	Rendah
<b>Total</b>		45	100%	

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kebermanfaatan kategori tinggi adalah sebesar 16 responden (35,6%) sedangkan kategori sedang sebanyak 29 responden (64,4%). Berdasarkan tabel kategori kecenderungan variabel di atas, ditampilkan dalam diagram *Pie* sebagai berikut:



Gambar 6. *Pie-Chart* Variabel Kebermanfaatan

### c. Kemudahan Penggunaan

Variabel Kemudahan Penggunaan diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada 45 responden pelaku usaha di Plaza UNY. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternatif

jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Kemudahan Penggunaan diperoleh nilai minimum sebesar 21; nilai maksimum sebesar 37; nilai mean sebesar 30,02 ; dan standar deviasi sebesar 2,96.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Kemudahan Penggunaan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1+3,3 \log n \\ &= 1+3,3 \log 45 \\ &= 1+3,3 (1,65321) \\ &= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi 6} \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang Data (R)} &= (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1 \\ &= (37 - 21) + 1 \\ &= 17 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas Interval}} \\ &= 17/6 \\ &= 2,8 \text{ dibulatkan menjadi 3} \end{aligned}$$

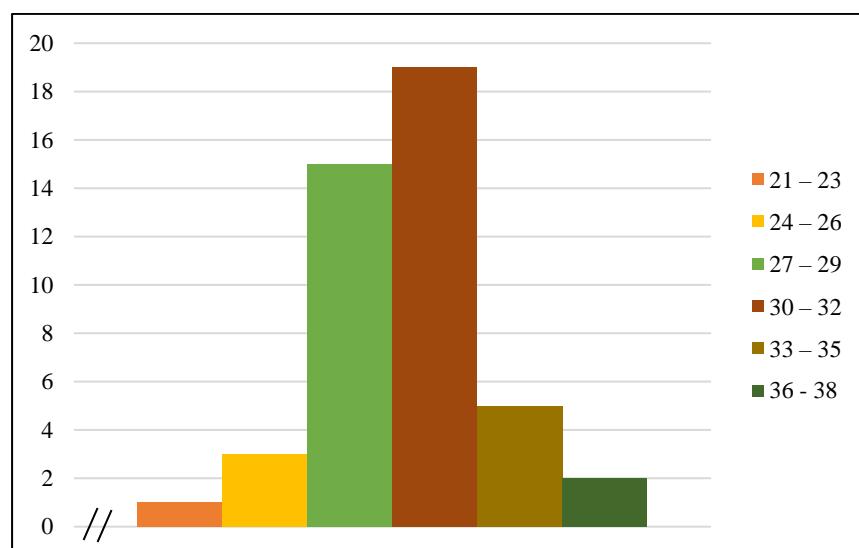
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	21 – 23	1
2.	24 – 26	3
3.	27 – 29	15
4.	30 – 32	19
5.	33 – 35	5
6.	36 - 38	2
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Kemudahan Penggunaan sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan data tabel dan histogram frekuensi di atas menunjukkan bahwa nilai frekuensi terbesar adalah 19, yaitu terletak pada interval 30 - 32. Nilai frekuensi terendah terletak pada interval 21-23 sebanyak 1 responden. Kecenderungan frekuensi variabel ditentukan dengan menghitung *Mean Ideal* ( $M_i$ ) dan Standar Deviasi

Ideal (SDi). Mean ideal diketahui sebesar 25 dan Standar Deviasi ideal sebesar 5.

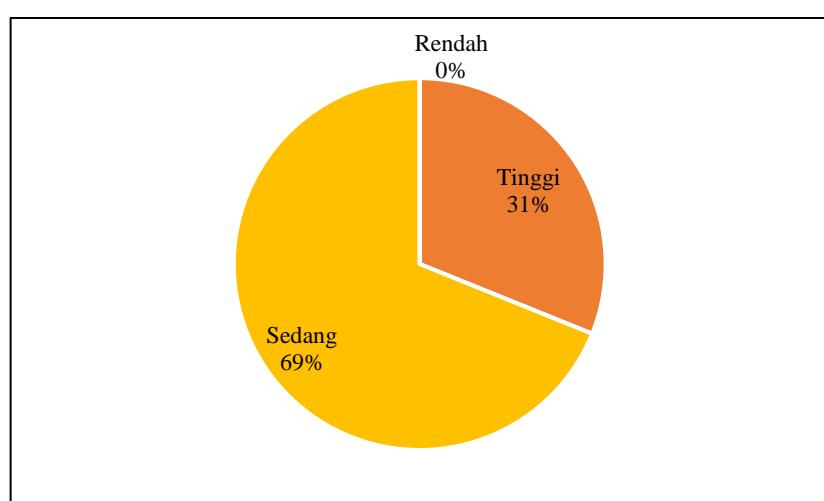
Pengkategorian kecenderungan frekuensi data Kemudahan Penggunaan dihitung berdasarkan *Mean* ideal dan Standar Deviasi ideal dapat dilihat pada Lampiran.6. Tabel kecenderungan frekuensi data variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>30	14	31%	Tinggi
2	20 s/d 30	31	69%	Sedang
3	<20	-	-	Rendah
<b>Total</b>		45	100%	

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan kategori tinggi adalah sebesar 14 responden (31%) sedangkan kategori sedang sebanyak 31 responden (69%). Berdasarkan tabel kategori kecenderungan variabel di atas, ditampilkan dalam diagram *Pie* sebagai berikut:



Gambar 8. *Pie-Chart* Variabel Kemudahan Penggunaan

#### d. Persepsi Risiko

Variabel Persepsi Risiko diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 7 item pernyataan yang diberikan kepada 45 responden pelaku usaha di Plaza UNY. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Persepsi Risiko diperoleh nilai minimum sebesar 13; nilai maksimum sebesar 22; nilai mean sebesar 17,6; dan standar deviasi sebesar 2,36.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Persepsi Risiko dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

##### 1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1+3,3 \log n \\ &= 1+3,3 \log 45 \\ &= 1+3,3 (1,65321) \\ &= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi 6} \end{aligned}$$

##### 2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang Data (R)} &= (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1 \\ &= (22 - 13) + 1 \\ &= 10 \end{aligned}$$

##### 3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas Interval}} \\ &= 10/6 \\ &= 1,6 \text{ dibulatkan menjadi 2} \end{aligned}$$

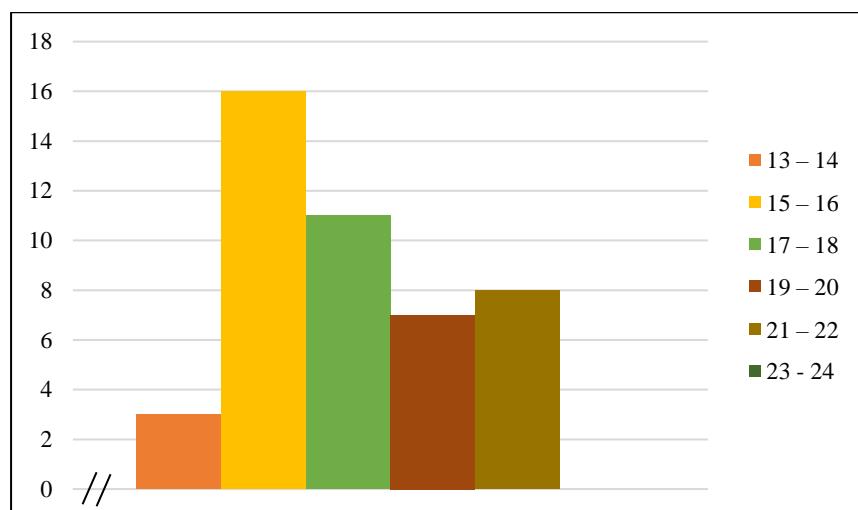
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Persepsi Risiko

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	13 – 14	3
2.	15 – 16	16
3.	17 – 18	11
4.	19 – 20	7
5.	21 – 22	8
6.	23 - 24	0
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Persepsi Risiko sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Distribusi Frekvensi Persepsi Risiko

Berdasarkan data tabel dan histogram frekuensi di atas menunjukkan bahwa nilai frekuensi terbesar adalah 16, yaitu terletak pada interval 15-16. Nilai frekuensi terendah terletak pada interval 13-14 sebanyak 3 responden. Kecenderungan frekuensi variabel ditentukan dengan menghitung *Mean* Ideal ( $M_i$ ) dan Standar Deviasi Ideal ( $SD_i$ ). *Mean* ideal diketahui sebesar 17,5 dan Standar Deviasi ideal sebesar 3,5.

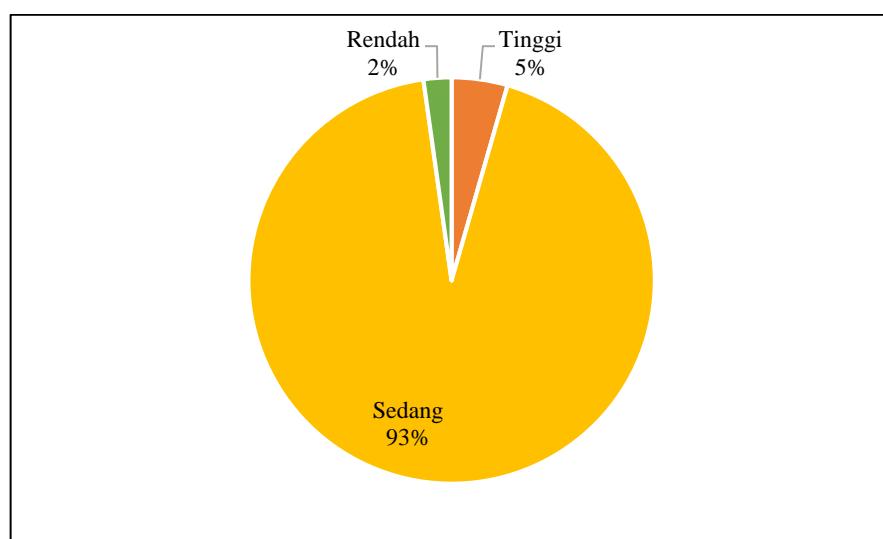
Pengkategorian kecenderungan frekuensi data Persepsi Risiko dihitung berdasarkan *Mean* ideal dan Standar Deviasi ideal dapat dilihat pada Lampiran.6. Tabel kecenderungan frekuensi data variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 16. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Persepsi Risiko

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>21	2	5%	Tinggi
2	14 s/d 21	42	93%	Sedang
3	<14	1	2%	Rendah
<b>Total</b>		45	100%	

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Persepsi Risiko pada kategori tinggi, sebanyak 2 responden (5%) dan pada kategori rendah sebanyak 1 responden (2%). Berdasarkan tabel kategori kecenderungan variabel di atas, ditampilkan dalam diagram *Pie* sebagai berikut:



Gambar 10. *Pie-Chart* Variabel Persepsi Risiko

## 2. Uji Prasyarat Analisis

### a. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Untuk uji linieritas dilakukan dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Linearity* dari tabel Anova dengan nilai *alpha* sebesar 5%. Hasil uji linearitas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Defiation From Linearity</i>	Keterangan
Y-X <sub>1</sub>	0,546	Linier
Y-X <sub>2</sub>	0,635	Linier
Y-X <sub>3</sub>	0,138	Linier

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 7)

Dari hasil uji linearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen di atas memiliki nilai signifikansi *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 sehingga hal itu menunjukkan variabel penelitian memiliki hubungan yang linear.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikoliniearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Pemeriksaan untuk mendeteksi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan VIF

(*Variance Inflation Factor*). Hasil uji multikolineritas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kebermanfaatan	0,719	1,390	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan Penggunaan	0,557	1,795	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Risiko	0,729	1,371	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 7)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan *VIF* lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat korelasi kuat antara variabel bebas.

### b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk dapat mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dengan Uji Glesjer. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 19. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kebermanfaatan	0,510	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Kemudahan Penggunaan	0,338	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Persepsi Risiko	0,315	Tidak terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 7)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen tersebut mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

#### 4. Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier. Pengujian hipotesis pertama sampai ketiga menggunakan teknik analisis regresi sederhana karena hanya menjelaskan pengaruh satu variabel independen dan satu variabel dependen. Pengujian hipotesis keempat menggunakan analisis regresi ganda karena menjelaskan pengaruh tiga variabel bebas secara simultan dengan satu variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

##### a) Pengujian Hipotesis 1

Untuk menguji pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Sederhana Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi

Keterangan	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	6,338		
X <sub>1</sub>	0,413	4,324	0,000
r = 0,550			
r Square = 0,303			

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8)

### 1) Persamaan Garis Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,338 + 0,413X_1$$

Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien Kebermanfaatan mempunyai nilai positif, yang memiliki interpretasi bahwa semakin tinggi Kebermanfaatan maka semakin tinggi pula Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking. Hal tersebut menunjukkan pula bahwa apabila nilai Kebermanfaatan ( $X_1$ ) mengalami peningkatan 1 satuan maka Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking akan meningkat sebesar 0,413 poin. Nilai koefisien regresi yang memiliki nilai positif sebesar 0,413 menunjukkan bahwa variabel Kebermanfaatan memiliki pengaruh positif.

### 2) Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai  $r^2$  sebesar 0,303 yang memiliki interpretasi bahwa 30,3% variabel dependen Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh variabel independen Kebermanfaatan dan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

### 3) Uji t

Uji t statistik untuk variabel Kebermanfaatan di atas, menghasilkan t hitung sebesar 4,324 dan nilai t tabel diketahui sebesar 1,682. Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,324 > 1,682$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* sebesar 30,3% bermakna atau signifikan.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY” diterima. Hal ini dikarenakan nilai koefisien regresi = 0,413, koefisien determinasi = 0,303 serta t hitung > t tabel ( $4,324 > 1,682$ ).

### b) Pengujian Hipotesis 2

Untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 21. Hasil Analisis Regresi Sederhana Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi

Keterangan	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	-0,607		
X <sub>1</sub>	0,685	5,454	0,000
$r = 0,639$			
$r^2 = 0,409$			

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8)

1) Persamaan Garis Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,607 + 0,685X_2$$

Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien Kemudahan Penggunaan mempunyai nilai positif, yang memiliki interpretasi bahwa semakin tinggi Kemudahan Penggunaan maka semakin tinggi pula Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking. Hal tersebut menunjukkan pula bahwa apabila nilai Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) mengalami peningkatan 1 satuan maka Minat Bertansaksi Menggunakan Internet Banking akan meningkat sebesar 0,685 poin. Nilai koefisien regresi yang memiliki nilai positif sebesar 0,685 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif.

2) Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai  $r^2$  sebesar 0,409 yang memiliki interpretasi bahwa 40,9% variabel dependen Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

dipengaruhi oleh variabel independen Kemudahan Penggunaan dan sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

### 3) Uji t

Uji t statistik untuk variabel Kemudahan Penggunaan di atas, menghasilkan t hitung sebesar 5,454 dan nilai t tabel diketahui sebesar 1,682. Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,454 > 1,682$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* sebesar 40,9% bermakna.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Baking*. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan “Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY” diterima. Hal ini dikarenakan nilai koefisien regresi = 0,685, koefisien determinasi = 0,409 serta t hitung > t tabel ( $5,454 > 1,682$ ).

### c) Pengujian Hipotesis 3

Untuk menguji pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22. Hasil Analisis Regresi Sederhana Persepsi Risiko Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi

Keterangan	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	34,033		
X <sub>1</sub>	-0,800	-4,841	0,000
$r = 0,594$			
$r^2 = 0,353$			

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8)

#### 1) Persamaan Garis Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 34,033 - 0,800X_3$$

Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien Kemudahan Penggunaan mempunyai nilai negatif, yang memiliki interpretasi bahwa semakin tinggi Persepsi Risiko maka semakin rendah pula Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking. Hal tersebut menunjukkan pula bahwa apabila nilai Pesepsi Risiko (X<sub>3</sub>) mengalami peningkatan 1 satuan maka Minat Bertansaksi Menggunakan Internet Banking akan menurun sebesar 0,800 poin. Nilai koefisien regresi yang

memiliki nilai negative sebesar -0,800 menunjukkan bahwa variabel Kebermanfaatan memiliki pengaruh negatif.

## 2) Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai  $r^2$  sebesar 0,353 yang memiliki interpretasi bahwa 35,3% variabel dependen Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh variabel independen Persepsi Risiko dan sisanya sebesar 64,5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

## 3) Uji t

Uji t statistik untuk variabel Persepsi Risiko di atas, menghasilkan t hitung sebesar -4,841 dan nilai t tabel diketahui sebesar -1,682. Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-4,841 > -1,682$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* sebesar 35,3% bermakna.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan “Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi

Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY” diterima. Hal ini dikarenakan nilai koefisien regresi = -0,800, koefisien determinasi = 0,353 serta  $t$  hitung >  $t$  tabel (-4,841 > -1,682).

#### d) Pengujian Hipotesis 4

Untuk menguji Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY digunakan analisis regresi berganda. Dalam model analisis regresi linier berganda akan diuji secara simultan Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko. Ringkasan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 23. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	12,091
Kebermanfaatan ( $X_1$ )	0,236
Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	0,299
Persepsi Risiko ( $X_3$ )	-0,505
Adj. R Square	0,543
R. Hitung	0,758
F Hitung	18,432
Sig F	0,000

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8)

#### a) Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,091 + 0,236X_1 + 0,299X_2 - 0,505X_3$$

Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,236 yang berarti Kebermanfaatan meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking akan naik sebesar 0,236 satuan dengan asumsi  $X_2$  dan  $X_3$  tetap. Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,299 yang berarti Kemudahan Penggunaan meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking akan naik sebesar 0,299 satuan dengan asumsi  $X_1$  dan  $X_3$  tetap. Nilai koefisien  $X_3$  sebesar -0,505 yang berarti Persepsi Risiko meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking akan turun sebesar 0,505 satuan dengan asumsi  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.

b) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besar pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R. Square* sebesar 0,543. Artinya, 54,3% Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko.

c) Uji F

Hasil uji F pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 18,432. Jika dibandingkan dengan nilai F tabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2,44, maka nilai F

hitung lebih besar daripada F tabel ( $18,432 > 2,44$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY sebesar 54,3% bermakna.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY” diterima. Hal ini dikarenakan  $Ry(1,2,3) = 0,758$ ,  $R^2 y(1,2,3) = 0,543$ , serta  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  ( $18,432 > 2,44$ ).

### **C. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **1. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif Kebermanfaatan ( $X_1$ ) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY”. Hal tersebut terbukti dengan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,431 yang memiliki arah positif dan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $4,324 > 1,682$ ). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, dapat dituliskan persamaan regresi  $Y = 6,338 + 0,431X_1$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Kebermanfaatan maka semakin tinggi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,303. Hal ini berarti Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi Kebermanfaatan sebesar 30,2%, sedangkan sisanya 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Menurut Davis (1989), Kebermanfaatan merupakan keadaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan berhubungan dengan manfaat yang diperoleh ketika bekerja menggunakan sebuah sistem tertentu. Apabila manfaat yang diterima tinggi maka minat untuk menggunakan juga meningkat. Para pelaku usaha di Plaza UNY beranggapan bahwa layanan *Internet Banking* dapat memberikan

manfaat bagi kelancaran transaksi bisnisnya akan dengan senang hati menggunakan layanan *Internet Banking* yang secara langsung akan berpengaruh terhadap minat melakukan transaksi dengan *Internet Banking*. Sebaliknya, pelaku usaha yang beranggapan bahwa layanan *Internet Banking* tidak memberikan manfaat sama sekali bagi kelancaran bisnisnya, maka tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Kurniawan (2014) bahwa Kebermanfaatan memberikan pengaruh terhadap minat untuk menggunakan jasa rekening bersama pada forum jual beli Kaskus. Selain itu penelitian ini juga didukung hasil penelitian oleh Praditha Saraswati dan Zaki Baridwan (2013) bahwa Kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *E-Commerce*. Meskipun hasil penelitian ini menggunakan variabel dependen yang berbeda namun terdapat pengaruh yang sama terhadap minat untuk menggunakan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Semakin tinggi Kebermanfaatan *Internet Banking*, maka semakin tinggi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* karena pelaku usaha di Plaza UNY berkeyakinan bahwa penggunaan *Internet Banking* tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Berbagai kemudahan

diberikan layanan *internet banking* untuk melakukan transfer, cek saldo rekening dan membayar tagihan tanpa harus mengantri di bank atau ATM. Pelaku bisnis akan sering melakukan pengecekan saldo rekening untuk memastikan apakah pembayaran dari konsumennya sudah diterima atau belum, sehingga pelaku usaha di Plaza UNY dapat melakukan pengecekan tanpa harus datang ke ATM atau mencetak buku tabungan ke bank.

## **2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY”. Hal tersebut terbukti dengan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,685 yang memiliki arah positif dan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $5,454 > 1,682$ ). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, dapat dituliskan persamaan regresi  $Y = -0,607 + 0,685X_2$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Kemudahan Penggunaan maka semakin tinggi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai koefisien determinasi R Square ( $r^2$ ) sebesar 0,409. Hal ini berarti Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY hanya

dipengaruhi Kemudahan Penggunaan sebesar 40,9%, sedangkan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Teori Venkatesh dan Moris (2000) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu: efek langsung pada minat dan efek langsung pada minat melalui persepsi kebermanfaatan yang dirasakan. Pengaruh atau efek langsung menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan dapat meningkatkan Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Kemudahan Penggunaan dalam hal penggunaan teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan, dalam hal ini penggunaan pada *internet banking*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Pelaku Usaha di Plaza UNY. Semakin sering sistem digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Harlan (2014) yang menyatakan terdapat pengaruh positif 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* ( $0,000 < 0,050$ ). Penelitian yang dilakukan

Winayu (2013) yaitu pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus, menunjukkan bahwa *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Semakin mudah tampilan *internet banking* dipahami dan digunakan maka semakin tinggi Minat para pelaku usaha untuk menggunakan *internet banking* dalam transaksi bisnisnya, karena pelaku usaha di Plaza UNY beranggapan bahwa bertransaksi menggunakan *internet banking* dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

### **3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh negatif Persepsi Risiko ( $X_3$ ) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY”. Hal tersebut terbukti dengan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,800 yang memiliki arah positif dan nilai t hitung  $< t$  tabel ( $-4,841 < -1,682$ ). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, dapat dituliskan persamaan regresi  $Y = 34,033 - 0,800X_3$ . Hal ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Persepsi Risiko maka semakin rendah Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi R Square ( $r^2$ ) sebesar 0,353. Hal ini berarti Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi Pesepsi Risiko sebesar 35,5% dan sisanya sebesar 64,5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Semakin tinggi konsekuensi yang tidak diinginkan timbul maka semakin meningkatkan Persepsi Risiko. Konsekuensi yang timbul dalam penggunaan *internet banking*, seperti penipuan dan pembobolan rekening seringkali terjadi dalam transaksi menggunakan *internet banking*. Pelaku usaha yang menggunakan *internet banking* tentu harus berhati-hati jika memberikan informasi kepada pihak bank agar tidak mengalami penipuan yang akan mengganggu kelancaran bisnisnya. Apabila Persepsi Risiko yang dihadapi rendah maka dapat menarik minat pelaku usaha untuk menggunakan layanan *Internet Banking* dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya. Sebaliknya, apabila Persepsi Risiko yang akan diterima jika bertransaksi menggunakan *Internet Banking* tinggi, maka pelaku usaha pada umumnya cenderung akan menghindarinya. Oleh karena itu, Persepsi Risiko dapat mempengaruhi minat pelaku usaha dalam menggunakan *Internet Banking*.

Penelitian ini mendukung teori Javenpaa et al. (2000) menyatakan bahwa Persepsi Risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam *e-commerce* sehingga Persepsi Risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan transaksi secara online. Persepsi Risiko merupakan suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa, dalam hal ini penggunaan produk dan jasa *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariwibowo (2012) yaitu Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Hasil penelitian Ariwibowo menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *E-Commerce*. Meskipun hasil penelitian ini menggunakan variabel dependen yang berbeda namun terdapat pengaruh yang sama terhadap minat untuk menggunakan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Semakin tinggi Persepsi Risiko, maka semakin rendah minat pelaku usaha untuk bertransaksi menggunakan *Internet Banking*.

Pelaku usaha di Plaza UNY memiliki pemikiran mengenai risiko yang mungkin akan ditanggung bisnis mereka atas ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima dalam penggunaan *Internet Banking*.

#### **4. Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Hal tersebut terbukti dengan dengan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $18,432 > 2,44$ ). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dituliskan persamaan regresi  $Y = 12,091 + 0,236X_1 + 0,299X_2 - 0,505X_3$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,236 yang berarti Kebermanfaatan meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* akan naik sebesar 0,236 satuan dengan asumsi  $X_2$  dan  $X_3$  tetap. Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,299 yang berarti Kemudahan Penggunaan meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* akan naik sebesar 0,299 satuan dengan asumsi  $X_1$  dan  $X_3$  tetap. Nilai koefisien  $X_3$  sebesar -0,505 yang berarti Persepsi Risiko meningkat 1 poin maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* akan turun sebesar 0,505 satuan dengan asumsi  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.

Hal ini juga ditunjukkan dari hasil uji regresi berganda nilai koefisien derterminasi  $R^2$  sebesar 0,543. Hal ini berarti Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi oleh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko sebesar 54,3%, selebihnya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ruang lingkup penelitian ini.

Kebermanfaatan dapat mempengaruhi minat pelaku usaha di Plaza UNY dalam menggunakan *Internet Banking* dalam menyelesaikan transaksi bisnisnya. Semakin tinggi manfaat yang diberikan, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *internet banking* karena para pelaku usaha berkeyakinan bahwa penggunaan *Internet Banking* tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerja bisnisnya.

Kemudahan Penggunaan dapat mempengaruhi minat para pelaku usaha di Plaza UNY dalam bertransaksi menggunakan *internet banking*. Semakin mudah layanan *internet banking* untuk digunakan, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *internet banking* karena para pelaku usaha berkeyakinan bahwa penggunaan *internet banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

Persepsi Risiko dapat mempengaruhi minat pada pelaku usaha di Plaza UNY. Semakin tinggi Presepsi Risiko, maka semakin rendah

minat menggunakan *internet banking* karena masih terdapat pemikiran para pelaku usaha mengenai risiko yang mungkin akan dialami bisnisnya atas suatu ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negative lainnya yang mungkin dapat diterima dalam penggunaan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakuakn oleh Harlan (2014) yang mengemukakan bahwa ada pengaruh positif signifikan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi 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%. Meskipun hasil penelitian ini menggunakan variabel dependen yang berbeda namun terdapat pengaruh yang sama terhadap minat untuk menggunakan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* secara bersama-sama pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

## **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini telah diusahakan berjalan dengan benar dan sesuai pedoman ilmiah. Namun masih ada sejumlah keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Kuesioner dapat memunculkan data yang dihasilkan memiliki kesempatan terjadinya bias, hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan persepsi antara peneliti dengan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Data yang bias akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang kurang representatif dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan responden terbatas pada Pelaku Usaha di Plaza UNY sehingga kemungkinan akan mengurangi generalisasi dari hasil penelitian.
3. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa selain Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Sebesar 54,9% Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko sehingga masih banyak faktor-faktor lain diluar penelitian ini yang dapat menjelaskan variabel terikat Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebermanfaatan *Internet Banking* terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,413,  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $4,324 > 1,682$ ) dan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,303 yang artinya Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi oleh Kebermanfaatan sebesar 30,3% selebihnya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.
2. Kemudahan Penggunaan *Internet Banking* terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,685,  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $5,454 > 1,682$ ) dan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,409 yang artinya Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di

Plaza UNY dipengaruhi oleh Kemudahan Penggunaan sebesar 40,9% selebihnya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.

3. Persepsi Risiko *Internet Banking* terbukti berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,800,  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-4,841 < -1,682$ ) dan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,353 yang artinya Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi oleh Kebermanfaatan sebesar 35,3% selebihnya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.
4. Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan nilai F Hitung 18,432 lebih besar dari F tabel 2,44 dan nilai korelasi ( $r$ ) sebesar 0,758. Dari hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi  $Adj. R^2$  ( $R^2$ ) sebesar 0,543 yang artinya Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dipengaruhi sebesar 54,3% oleh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka diusulkan beberapa saran yang akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya:

1. Bagi Bank penyedia layanan *Internet Banking*
  - a. Responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha sering kali melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan *internet banking*. Oleh karena itu, sebaiknya pihak bank hendaknya memperhatikan tampilan *internet banking*. Sebaiknya *internet banking* memiliki tampilan yang mudah untuk dipahami dan dilengkapi dengan panduan, sehingga para pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut.
  - c. Responden juga memberikan penilaian terendah pada pernyataan bertransaksi menggunakan *internet banking* terdapat informasi yang dapat menimbulkan permasalahan yang tidak terduga. Oleh karena itu, sebaiknya pihak penyedia layanan *internet banking* meningkatkan sistem keamanan dan kerahasiaan pada layanan *internet banking* serta mempromosikan layanan tersebut dengan jaminan keamanan dan kerahasiaan yang dimilikinya, sehingga menimbulkan persepsi bahwa layanan *internet banking* tidak menimbulkan permasalahan yang tidak terduga.
2. Bagi Pengelola Plaza UNY
  - a. Banyak pengisi stand di Plaza UNY yang memanfaatkan layanan internet untuk menjual barang dan jasanya, sebaiknya pengelola Plaza UNY memberikan fasilitas-fasilitas penunjang seperti layanan *hotspot*. Karena saat ini layanan *hotspot* hanya

terbatas pada bagian Kopma *Core* dan untuk mendapatkan layanan tersebut pelanggan harus membeli barang dengan harga tertentu.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil yang nantinya diperoleh dapat lebih mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
- b. Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko mempengaruhi 54,3% Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*, sedangkan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Minat Pelaku Usaha untuk menggunakan layanan *Internet Banking* dalam menyelesaikan transaksi bisininya, seperti kepercayaan, reputasi dan kualitas informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Smadi, M. & 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
- Ariwibowo, D. J. (2012). Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chin W. Wynne, Todd Peter. (1995). “*On The Use Usefullness, Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research : A Note of Caution*”. *Management Information System Quarterly* (Vol 19 No 2). Hlm 237-246.
- Davis, F.D. (1989). ”*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. *MIS Quarterly* (Vol. 13 No. 5). Hlm 319-339.
- Djojosoedarso, S. (1999). *Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2009). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Harlan, D.M. (2014). Penagruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking* pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Hasan, M. I. (2003). *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara
- Javenpaa. (2000). The use of collaborative electronic media for information sharing: an exploratory study of determinants. *The Journal of Strategic Information Systems*. Volume 9, Issues. 2–3. Hlm. 129–154.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.
- Kurniawan, T.A. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Jasa Rekening Bersama (REKBER) pada Forum Jual Beli Kaskus. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lee, M. (2008). 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.
- Lesmana, A.S & Hidayatullah A. (2016). *Polisi Tangkap 4 Tersangka Kasus Pembobolan "Internet Banking"*. (<http://www.suara.com/news/2016/01/18/122800/polisi-tangkap-4->

- [tersangka-kasus-pembobolan-internet-banking](http://tersangka-kasus-pembobolan-internet-banking)). Diakses pada 20 Januari 2017.
- Mathieson, K. (1991). “Predicting User Intentions Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior,” *Information System Research* (2:3), 1991, pp.173-191.
- Merina, Nely. (2016). *Data Pengguna Internet di Indonesia 2016*. (<http://goukm.id/data-pengguna-internet-di-indonesia-2016/>). Diakses
- Pavlou. (2002). Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*.
- \_\_\_\_\_. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Pradhita Saraswati dan Zaki Baridwan. (2013). “Penerimaan Sistem E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. (Vol 1, No 2). Hlm 1-19.
- PresidenRI. (2016). *Membuka dan Mengembangkan Potensi E-Commerce Di Indonesia*. (<http://presidenri.go.id/topik-aktual/membuka-dan-mengembangkan-potensi-e-commerce-di-indonesia.html>). Diakses pada 17 Desember 2016.
- Putra, D. E., Astuti, E. S. & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- Riswandi. (2005). *Mengenal Electronic Banking*. ([www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf)). Diakses pada tanggal 20 Januari 2017.
- Slameto. (1995). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- \_\_\_\_\_. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Adi Mahasatya.

- Tobing, D. (2014). *Pertumbuhan Internet Banking dan e-Commerce di Indonesia : ATM dan CoD Mendominasi*. (<https://startupbisnis.com/pertumbuhan-internet-banking-dan-e-commerce-di-indonesia-atm-dan-cod-mendominasi/>). diakses pada 15 Desember 2016.
- Umar , H. (2008). *Desain Penelitian dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Vankatesh, V. Morris et. al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal. 425-478.
- \_\_\_\_\_. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into The Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*. Vol. 11 No. 4: pp 342-365.
- Wuradji. (2006). *Panduan Penelitian Survai*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian UNY
- Zulkifli Amsyah. (2001). *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

# **LAMPIRAN**

## **Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba Instrumen**

Kepada Yth.

Saudara/I Pengisi Stand Plaza UNY

Di tempat

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya :

Nama : Catharina Octaviani Wulandari

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)

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

**“PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI  
MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA PELAKU USAHA DI  
PLAZA UNY”**

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi saya sehingga di diharapkan agar mengisi kuesioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya.

Atas kesediaannya dalam menjawab kuesioner, saya sampaikan terimakasih.

Homat saya,

Catharina O.W.

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **IDENTITAS RESPONDEN**

Mohon kesediaan Saudara/i mengisi jawaban dan memberi tanda check list (✓) pada pertanyaan berikut :

NAMA : \_\_\_\_\_

JENIS KELAMIN : ( ) Pria ( ) Wanita

USIA : \_\_\_\_\_

NAMA USAHA : \_\_\_\_\_

NOMOR STAND : \_\_\_\_\_

LAMA USAHA BERDIRI : \_\_\_\_\_

## **PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

Mohon untuk memberi tanda check list (✓) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/i. Setiap pernyataan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### **A. MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING***

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> saat bertransaksi disela-sela waktu melaksanakan pekerjaan.				
2	Secara umum saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> untuk menunjang kelancaran bisnis saya.				
3	Saya berminat menggunakan <i>Internet Banking</i> karena mendapat rekomendasi dari teman-teman saya.				
4	Saya mencoba menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> untuk melakukan transaksi jual beli produk yang saya pasarkan.				
5	Saya berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dalam bisnis saya.				
6	Saya tertarik menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dari pada metode pembayaran lain.				
7	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dimasa yang akan datang.				
8	Secara keseluruhan saya akan menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi bisnis.				

## B. KEBERMANFAATAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Kinerja saya meningkat dengan adanya <i>Internet Banking</i> .				
2	<i>Internet Banking</i> akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.				
3	<i>Internet Banking</i> sangat mendukung transaksi bisnis saya.				
4	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu menambah tingkat produktivitas saya.				
5	Penggunaan <i>Internet Banking</i> membuat waktu saya tidak terbuang percuma dalam menyelesaikan pekerjaan saya.				
6	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya.				
7	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu meningkatkan efektivitas kinerja saya.				
8	Penggunaan <i>Internet Banking</i> memungkinkan saya untuk menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih efektif.				
9	Penggunaan <i>Internet Banking</i> memungkinkan saya untuk menyelesaikan perkerjaan saya dengan lebih praktis.				
10	<i>Penggunaan Internet Banking tidak memberikan manfaat pada pekerjaan saya.</i>				
11	Penggunaan <i>Internet Banking</i> menguntungkan bagi kelancaran transaksi bisnis saya.				
12	Secara keseluruhan <i>Internet Banking</i> bermanfaat bagi saya.				

### C. KEMUDAHAN PENGGUNAAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tidak mengalami kebingungan saat menggunakan <i>Internet Banking</i> .				
2	Tampilan <i>Internet Banking</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk memahaminya.				
3	Interaksi saya dengan <i>Internet Banking</i> jelas dan mudah dipahami.				
4	Menurut saya <i>Internet Banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.				
5	<i>Saya membutuhkan usaha yang keras untuk dapat berinteraksi dengan Internet Banking.</i>				
6	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan <i>Internet Banking</i> .				
7	Mudah bagi saya untuk memperlajari bagaimana cara menggunakan <i>Internet Banking</i> .				
8	Mudah bagi saya menggunakan <i>Internet Banking</i> secara terampil.				
9	Menurut saya <i>Internet Banking</i> merupakan suatu sistem yang tidak rumit.				
10	Saat menggunakan <i>Internet Banking</i> , saya dapat mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan saya.				
11	Secara keseluruhan, saya merasa <i>Internet Banking</i> mudah untuk digunakan.				

### C. PERSEPSI RISIKO

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	<i>Tidak ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi menggunakan Internet Banking.</i>				
2	Bertransaksi menggunakan layanan <i>internet banking</i> memiliki risiko yang tinggi.				
3	Bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> dapat mendatangkan kerugian.				
4	<i>Saya tidak mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan internet banking.</i>				
5	<i>Transaksi dengan internet banking tidak mengandung risiko kerugian yang mungkin dapat saya alami, baik bersifat materi maupun non materi.</i>				
6	Keputusan saya untuk bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> mengandung risiko.				
7	Terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi pribadi kepada pihak lain saat melakukan transaksi dengan <i>Internet Banking</i> .				
8	Saat bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> terdapat informasi yang bisa menimbulkan permasalahan yang tidak kita duga.				

## Lampiran 2. Data Hasil Uji Instrumen

### Skor Butir Kuesioner Variabel Y

RESPONDEN	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	TOTAL MINAT
1	3	3	3	3	3	2	3	2	22
2	4	4	2	3	4	2	3	2	24
3	3	3	3	3	4	4	3	3	26
4	3	3	2	3	2	2	2	2	19
5	3	3	3	3	3	4	3	3	25
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	3	4	3	2	3	3	25
8	3	3	3	4	4	3	3	3	26
9	3	3	3	3	3	2	3	3	23
10	4	4	3	3	3	3	3	2	25
11	4	4	4	2	4	4	4	4	30
12	4	4	2	3	4	4	3	4	28
13	3	3	2	1	1	4	1	1	16
14	3	3	4	3	3	2	3	2	23
15	4	4	2	3	3	3	4	4	27
16	3	3	3	2	2	2	3	2	20
17	3	3	3	2	2	2	2	2	19
18	3	2	3	2	2	2	3	2	19
19	2	2	3	2	2	2	3	2	18
20	3	2	4	2	2	2	3	2	20
21	3	4	3	3	3	2	3	4	25
22	3	3	4	3	2	2	3	3	23
23	2	2	2	2	2	2	2	2	16
24	3	3	2	3	2	3	3	3	22
25	3	3	2	3	3	3	3	3	23
26	3	3	3	3	3	3	3	2	23
27	3	3	3	3	3	2	2	2	21
28	4	4	3	4	4	4	4	4	31
29	3	3	3	3	2	2	3	2	21
30	3	3	2	3	3	2	3	3	22

Skor Butir Kuesioner Variabel X<sub>1</sub>

RESPONDEN	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10*	K11	K12	TOTAL KEBERMANFAATAN
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	43
3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	37
4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	33
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
6	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	38
7	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	40
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	36
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
11	4	4	4	4	3	3	3	4	4	1	4	4	42
12	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	44
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
14	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	34
15	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	38
16	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	38
17	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
18	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	33
19	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	33
20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1	35
21	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	39
22	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	35
23	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	29
24	3	2	3	2	3	2	3	3	1	2	3	3	30
25	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	33
26	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	34
27	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	45
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
30	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	25

Skor Butir Kuesioner Variabel X<sub>2</sub>

RESPONDEN												TOTAL KEMUDAHAN PENGGUNAAN
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5*	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	
1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	41
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	32
5	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	28
6	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
7	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	33
8	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	33
9	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	30
10	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	36
11	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
13	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	35
16	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	32
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	31
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
19	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	34
20	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	33
21	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	38
22	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	31
23	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	23
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
25	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	30
26	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
27	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	28
28	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	37
29	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31
30	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31

### Skor Butir Kuesioner Variabel X<sub>3</sub>

RESPONDEN	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	TOTAL PERSEPSI RISIKO
1	2	2	2	2	3	3	3	3	20
2	3	2	3	2	2	2	2	2	18
3	3	2	3	3	2	2	2	3	20
4	3	3	3	3	2	2	2	3	21
5	2	2	2	2	2	3	3	2	18
6	3	3	3	2	3	2	2	2	20
7	3	3	3	3	3	3	2	3	23
8	3	2	3	2	2	2	2	3	19
9	2	2	2	3	3	2	2	2	18
10	3	3	3	2	2	3	2	2	20
11	2	2	2	2	2	1	2	2	15
12	3	3	3	2	3	3	3	3	23
13	4	3	4	4	3	2	3	3	26
14	2	2	2	3	3	2	2	3	19
15	3	2	3	2	2	2	2	2	18
16	3	3	3	4	3	3	3	2	24
17	3	3	3	3	3	3	2	2	22
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	2	2	2	3	4	3	2	2	20
20	3	2	3	2	2	3	2	2	19
21	3	3	3	2	2	2	2	2	19
22	3	3	3	3	2	2	2	2	20
23	3	3	3	3	4	3	3	3	25
24	2	2	2	2	2	3	3	2	18
25	2	2	2	3	3	2	2	2	18
26	2	2	2	3	2	3	2	2	18
27	2	3	2	2	3	3	3	3	21
28	2	2	2	3	3	2	2	2	18
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	3	2	3	2	2	2	2	2	18

### Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen

#### Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

Nomor Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	Keterangan
1	0,733	0,361	Valid
2	0,756	0,361	Valid
3	0,194	0,361	Tidak Valid
4	0,640	0,361	Valid
5	0,855	0,361	Valid
6	0,553	0,361	Valid
7	0,768	0,361	Valid
8	0,821	0,361	Valid

Correlations										
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	TOTAL
M1	Pearson Correlation	1	.807**	-.035	.286	.574**	.459*	.492**	.459*	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.854	.125	.001	.011	.006	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M2	Pearson Correlation	.807**	1	-.113	.479**	.599**	.371*	.397*	.574**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.553	.007	.000	.044	.030	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M3	Pearson Correlation	-.035	-.113	1	.000	.066	-.121	.307	.011	.194
	Sig. (2-tailed)	.854	.553		1.000	.728	.525	.099	.954	.305
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M4	Pearson Correlation	.286	.479**	.000	1	.632**	.051	.461*	.501**	.640**

	Sig. (2-tailed)	.125	.007	1.000		.000	.788	.010	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M5	Pearson Correlation	.574**	.599**	.066	.632**	1	.413*	.592**	.625**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.728	.000		.023	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M6	Pearson Correlation	.459*	.371*	-.121	.051	.413*	1	.204	.420*	.553**
	Sig. (2-tailed)	.011	.044	.525	.788	.023		.281	.021	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M7	Pearson Correlation	.492**	.397*	.307	.461*	.592**	.204	1	.695**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.006	.030	.099	.010	.001	.281		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
M8	Pearson Correlation	.459*	.574**	.011	.501**	.625**	.420*	.695**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.954	.005	.000	.021	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.733**	.756**	.194	.640**	.855**	.553**	.768**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.305	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Instrumen Variabel X<sub>1</sub>

Nomor Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	Keterangan
1	0,605	0,361	Valid
2	0,819	0,361	Valid
3	0,837	0,361	Valid
4	0,772	0,361	Valid
5	0,604	0,361	Valid
6	0,656	0,361	Valid
7	0,750	0,361	Valid
8	0,695	0,361	Valid
9	0,706	0,361	Valid
10	-0,201	0,361	Tidak Valid
11	0,542	0,361	Valid
12	0,625	0,361	Valid

Correlations														KEBER MANFA ATAN	
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12		
K1		Pearson Correlation	1	.717**	.580**	.460*	.152	.357	.281	.333	.263	-	.319	.351	.605**
		Sig. (2-tailed)		.000	.001	.011	.422	.053	.132	.073	.160	.006	.086	.057	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
K2	Pearson Correlation	.717**	1	.756**	.710**	.429*	.450*	.444*	.534**	.577**	-.384*	.306	.412*	.819**	

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.018	.012	.014	.002	.001	.036	.100	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	.580**	.756**	1	.624**	.585**	.448*	.540**	.573**	.533**	-.110	.358	.320	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.013	.002	.001	.002	.562	.052	.085	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	.460*	.710**	.624**	1	.461*	.559**	.478**	.466**	.444*	-.336	.330	.444*	.772**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000		.010	.001	.008	.009	.014	.069	.075	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	.152	.429*	.585**	.461*	1	.606**	.579**	.247	.289	-.025	.138	.144	.604**
	Sig. (2-tailed)	.422	.018	.001	.010		.000	.001	.188	.122	.896	.466	.447	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K6	Pearson Correlation	.357	.450*	.448*	.559**	.606**	1	.636**	.154	.336	-.241	.218	.252	.656**
	Sig. (2-tailed)	.053	.012	.013	.001	.000		.000	.417	.069	.199	.247	.179	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K7	Pearson Correlation	.281	.444*	.540**	.478**	.579**	.636**	1	.503**	.422*	-.049	.375*	.422*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.132	.014	.002	.008	.001	.000		.005	.020	.799	.041	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K8	Pearson Correlation	.333	.534**	.573**	.466**	.247	.154	.503**	1	.733**	-.168	.424*	.489**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.073	.002	.001	.009	.188	.417	.005		.000	.374	.019	.006	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K9	Pearson Correlation	.263	.577**	.533**	.444*	.289	.336	.422*	.733**	1	-.086	.359	.400*	.706**	
	Sig. (2-tailed)	.160	.001	.002	.014	.122	.069	.020	.000		.651	.051	.029	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
K10	Pearson Correlation	- .489**	-.384*	-.110	-.336	-.025	-.241	-.049	-.168	-.086	1	-.365*	-.259	-.201	
	Sig. (2-tailed)	.006	.036	.562	.069	.896	.199	.799	.374	.651		.047	.168	.286	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
K11	Pearson Correlation	.319	.306	.358	.330	.138	.218	.375*	.424*	.359	-.365*	1	.719**	.542**	
	Sig. (2-tailed)	.086	.100	.052	.075	.466	.247	.041	.019	.051	.047		.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
K12	Pearson Correlation	.351	.412*	.320	.444*	.144	.252	.422*	.489**	.400*	-.259	.719**	1	.625**	
	Sig. (2-tailed)	.057	.024	.085	.014	.447	.179	.020	.006	.029	.168	.000		.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
KEBERMAN FAATAN	Pearson Correlation	.605**	.819**	.837**	.772**	.604**	.656**	.750**	.695**	.706**	-.201	.542**	.625**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.286	.002	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															

Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>

Nomor Butir	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
1	-225	0,361	Tidak Valid
2	0,702	0,361	Valid
3	0,714	0,361	Valid
4	0,640	0,361	Valid
5	0,382	0,361	Valid
6	0,444	0,361	Valid
7	0,675	0,361	Valid
8	0,821	0,361	Valid
9	0,784	0,361	Valid
10	0,654	0,361	Valid
11	0,682	0,361	Valid

Correlations														KEMUDAH AN_PENGG UNAAN
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	
KP1	Pearson Correlation	1	-.233	-.067	-.086	.102	-.195	-.101	-.080	-.235	-.204	-.228	-.251	-.225
	Sig. (2-tailed)		.215	.725	.653	.591	.301	.596	.673	.211	.280	.226	.181	.232
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	-.233	1	.689**	.427*	.360	.340	.202	.457*	.438*	.386*	.386*	.311	.702**
	Sig. (2-tailed)	.215		.000	.019	.051	.066	.286	.011	.015	.035	.035	.094	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

KP3	Pearson Correlation	-.067	.689**	1	.683**	.489**	.111	.387*	.476**	.292	.402*	.268	.317	.714**
	Sig. (2-tailed)	.725	.000		.000	.006	.560	.035	.008	.117	.028	.152	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	-.086	.427*	.683**	1	.659**	.061	.349	.503**	.447*	.132	.132	.329	.640**
	Sig. (2-tailed)	.653	.019	.000		.000	.750	.059	.005	.013	.488	.488	.076	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.102	.360	.489**	.659**	1	.072	-.088	.186	.152	-.017	-.017	.186	.382*
	Sig. (2-tailed)	.591	.051	.006	.000		.704	.643	.324	.422	.927	.927	.324	.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	-.195	.340	.111	.061	.072	1	.157	.164	.302	.257	.376*	.164	.444*
	Sig. (2-tailed)	.301	.066	.560	.750	.704		.407	.386	.105	.170	.040	.386	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	-.101	.202	.387*	.349	-.088	.157	1	.667**	.550**	.356	.563**	.544**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.596	.286	.035	.059	.643	.407		.000	.002	.054	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	-.080	.457*	.476**	.503**	.186	.164	.667**	1	.729**	.674**	.504**	.597**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.673	.011	.008	.005	.324	.386	.000		.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP9	Pearson Correlation	-.235	.438*	.292	.447*	.152	.302	.550**	.729**	1	.615**	.615**	.543**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.211	.015	.117	.013	.422	.105	.002	.000		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP10	Pearson Correlation	-.204	.386*	.402*	.132	-.017	.257	.356	.674**	.615**	1	.426*	.504**	.654**

	Sig. (2-tailed)	.280	.035	.028	.488	.927	.170	.054	.000	.000		.019	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP11	Pearson Correlation	-.228	.386*	.268	.132	-.017	.376*	.563**	.504**	.615**	.426*	1	.504**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.226	.035	.152	.488	.927	.040	.001	.004	.000	.019		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP12	Pearson Correlation	-.251	.311	.317	.329	.186	.164	.544**	.597**	.543**	.504**	.504**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.181	.094	.088	.076	.324	.386	.002	.000	.002	.004	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KEM UDA HAN _PEN GGU NAA N	Pearson Correlation	-.225	.702**	.714**	.640**	.382*	.444*	.675**	.821**	.784**	.654**	.674**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.232	.000	.000	.000	.037	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>3</sub>

Nomor Butir	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
1	0,345	0,361	Tidak Valid
2	0,769	0,361	Valid
3	0,439	0,361	Valid
4	0,550	0,361	Valid
5	0,641	0,361	Valid
6	0,509	0,361	Valid
7	0,648	0,361	Valid
8	0,590	0,361	Valid

Correlations											
		PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	PERSEPSI_RISIKO	
VAR00001		Pearson Correlation	1	.413*	.083	-.022	.088	-.112	.190	.027	.345
		Sig. (2-tailed)		.023	.661	.908	.644	.557	.314	.885	.062
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002		Pearson Correlation	.413*	1	.580**	.284	.284	.293	.331	.327	.769**
		Sig. (2-tailed)	.023		.001	.128	.128	.116	.074	.077	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.083	.580**	1	.203	-.101	-.037	.044	.253	.439*	

	Sig. (2-tailed)	.661	.001		.282	.594	.847	.818	.177	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	-.022	.284	.203	1	.464**	.058	.116	.200	.550**
	Sig. (2-tailed)	.908	.128	.282		.010	.760	.543	.288	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.088	.284	-.101	.464**	1	.350	.347	.312	.641**
	Sig. (2-tailed)	.644	.128	.594	.010		.058	.060	.093	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	-.112	.293	-.037	.058	.350	1	.545**	.170	.509**
	Sig. (2-tailed)	.557	.116	.847	.760	.058		.002	.370	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.190	.331	.044	.116	.347	.545**	1	.433*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.314	.074	.818	.543	.060	.002		.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.027	.327	.253	.200	.312	.170	.433*	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.885	.077	.177	.288	.093	.370	.017		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PERSEPSI_RIS IKO	Pearson Correlation	.345	.769**	.439*	.550**	.641**	.509**	.648**	.590**	1

	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.015	.002	.000	.004	.000	.001	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.858	7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>1</sub>

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.894	11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>2</sub>

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.858	11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>3</sub>

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.702	7

#### **Lampiran 4. Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth.

Saudara/I Pengisi Stand Plaza UNY

Di tempat

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya :

Nama : Catharina Octaviani Wulandari

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)

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

**“PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA PELAKU USAHA DI PLAZA UNY”**

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi saya sehingga di diharapkan agar mengisi kuesioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya.

Atas kesediaannya dalam menjawab kuesioner, saya sampaikan terimakasih.

Homat saya,

Catharina O.W.

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **IDENTITAS RESPONDEN**

Mohon kesediaan Saudara/i mengisi jawaban dan memberi tanda check list (✓) pada pertanyaan berikut :

NAMA :

JENIS KELAMIN : ( ) Pria ( ) Wanita

USIA :

NAMA USAHA :

NOMOR STAND :

LAMA USAHA BERDIRI :

## **PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

Mohon untuk memberi tanda check list (✓) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/i. Setiap pernyataan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### **A. MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING***

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> saat bertransaksi disela-sela waktu melaksanakan pekerjaan.				
2	Secara umum saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> untuk menunjang kelancaran bisnis saya.				
3	Saya mencoba menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> untuk melakukan transaksi jual beli produk yang saya pasarkan.				
4	Saya berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dalam bisnis saya.				
5	Saya tertarik menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dari pada metode pembayaran lain.				
6	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dimasa yang akan datang.				
7	Secara keseluruhan saya akan menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi bisnis.				

## B. KEBERMANFAATAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Kinerja saya meningkat dengan adanya <i>Internet Banking</i> .				
2	<i>Internet Banking</i> akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.				
3	<i>Internet Banking</i> sangat mendukung transaksi bisnis saya.				
4	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu menambah tingkat produktivitas saya.				
5	Penggunaan <i>Internet Banking</i> membuat waktu saya tidak terbuang percuma dalam menyelesaikan pekerjaan saya.				
6	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya.				
7	Penggunaan <i>Internet Banking</i> mampu meningkatkan efektivitas kinerja saya.				
8	Penggunaan <i>Internet Banking</i> memungkinkan saya untuk menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih efektif.				
9	Penggunaan <i>Internet Banking</i> memungkinkan saya untuk menyelesaikan perkerjaan saya dengan lebih praktis.				
11	Penggunaan <i>Internet Banking</i> menguntungkan bagi kelancaran transaksi bisnis saya.				
12	Secara keseluruhan <i>Internet Banking</i> bermanfaat bagi saya.				

### C. KEMUDAHAN PENGGUNAAN

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Tampilan <i>Internet Banking</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk memahaminya.				
2	Interaksi saya dengan <i>Internet Banking</i> jelas dan mudah dipahami.				
3	Menurut saya <i>Internet Banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.				
4	<i>Saya membutuhkan usaha yang keras untuk dapat berinteraksi dengan Internet Banking.</i>				
5	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan <i>Internet Banking</i> .				
6	Mudah bagi saya untuk memperlajari bagaimana cara menggunakan <i>Internet Banking</i> .				
7	Mudah bagi saya menggunakan <i>Internet Banking</i> secara terampil.				
8	Menurut saya <i>Internet Banking</i> merupakan suatu sistem yang tidak rumit.				
9	Saat menggunakan <i>Internet Banking</i> , saya dapat mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan saya.				
10	Secara keseluruhan, saya merasa <i>Internet Banking</i> mudah untuk digunakan.				

### C. PERSEPSI RISIKO

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Bertransaksi menggunakan layanan <i>internet banking</i> memiliki risiko yang tinggi.				
2	Bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> dapat mendatangkan kerugian.				
3	<i>Saya tidak mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan internet banking.</i>				
4	<i>Transaksi dengan internet banking tidak mengandung risiko kerugian yang mungkin dapat saya alami, baik bersifat materi maupun non materi.</i>				
5	Keputusan saya untuk bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> mengandung risiko.				
6	Terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi pribadi kepada pihak lain saat melakukan transaksi dengan <i>Internet Banking</i> .				
7	Saat bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> terdapat informasi yang bisa menimbulkan permasalahan yang tidak kita duga.				

## Lampiran 5. Data Penelitian

### Data Penelitian Variabel Y

RESPONDEN	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	TOTAL MINAT
1	3	3	3	3	2	3	2	19
2	4	4	3	4	2	3	2	22
3	3	3	3	4	4	3	3	23
4	3	3	3	2	2	2	2	17
5	3	3	3	3	4	3	3	22
6	3	3	3	3	3	3	3	21
7	3	4	4	3	2	3	3	22
8	3	3	4	4	3	3	3	23
9	3	3	3	3	2	3	3	20
10	4	4	3	3	3	3	2	22
11	4	4	2	4	4	4	4	26
12	4	4	3	4	4	3	4	26
13	3	3	1	1	4	1	1	14
14	3	3	3	3	2	3	2	19
15	4	4	3	3	3	4	4	25
16	3	3	2	2	2	3	2	17
17	3	3	2	2	2	2	2	16
18	3	2	2	2	2	3	2	16
19	2	2	2	2	2	3	2	15
20	3	2	2	2	2	3	2	16
21	3	4	3	3	2	3	4	22
22	3	3	3	2	2	3	3	19
23	2	2	2	2	2	2	2	14
24	3	3	3	2	3	3	3	20
25	3	3	3	3	3	3	3	21
26	3	3	3	3	3	3	2	20
27	3	3	3	3	2	2	2	18
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	3	3	2	2	3	2	18
30	3	3	3	3	2	3	3	20
31	3	3	2	2	3	2	2	17

32	3	3	3	4	2	4	3		22
33	3	3	2	2	2	3	3		18
34	3	3	3	3	2	3	2		19
35	3	4	3	3	2	3	3		21
36	3	3	4	2	2	2	3		19
37	3	3	2	3	3	3	3		20
38	3	3	3	3	3	3	3		21
39	3	3	4	3	3	2	3		21
40	3	3	2	2	3	3	3		19
41	3	4	3	3	2	3	4		22
42	2	2	2	2	2	3	2		15
43	4	4	3	3	3	3	4		24
44	3	3	3	3	2	3	3		20
45	3	3	3	2	2	3	3		19
TOTAL	139	141	126	124	115	130	123		

Data Penelitian Variabel X<sub>1</sub>

RESPON-DEN	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	TOTAL KEBERMAN-FAATAN
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	39
3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	34
4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	31
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
6	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	36
7	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	38
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
11	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	41
12	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	41
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
14	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	31

15	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
16	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	35
17	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
18	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	30
19	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	30
20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1	32
21	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	36
22	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	32
23	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	26
24	3	2	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	28
25	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	30
26	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
27	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	29
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
30	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	22
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	34
32	2	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	34
33	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	33
34	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	41
36	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	36
38	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	38
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
40	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	27
41	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	30
42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	33
43	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
45	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	28
TOTAL	129	127	140	132	143	129	136	139	138	136	136	136	

Data Penelitian Variabel X<sub>2</sub>

RESPON DEN	KP1	KP2	KP3	KP4*	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	TOTAL KEMUDAHAN PENGGUNAAN
1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
5	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	26
6	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
7	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	30
8	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	30
9	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	28
10	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	32
11	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
12	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
13	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	28
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
16	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
17	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	31
20	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	30
21	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	35
22	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	28
23	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	27

26	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
27	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	26
28	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34
29	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28
30	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
31	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	26
32	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	33
36	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28
37	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
38	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	35
39	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	30
40	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	3	30
41	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	31
42	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	28
43	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
45	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
TOTAL	136	140	140	125	119	138	140	139	137	137		

Data Penelitian Variabel X<sub>3</sub>

RESPONDEN	PR1	PR2*	PR3*	PR4	PR5	PR6*	PR7*	TOTAL PERSEPSI RISIKO
1	2	2	2	3	3	3	3	18
2	2	3	2	2	2	2	2	15

3	2	3	3	2	2	2	3	17
4	3	3	3	2	2	2	3	18
5	2	2	2	2	3	3	2	16
6	3	3	2	3	2	2	2	17
7	3	3	3	3	3	2	3	20
8	2	3	2	2	2	2	3	16
9	2	2	3	3	2	2	2	16
10	3	3	2	2	3	2	2	17
11	2	2	2	2	1	2	2	13
12	3	3	2	3	3	3	3	20
13	3	4	4	3	2	3	3	22
14	2	2	3	3	2	2	3	17
15	2	3	2	2	2	2	2	15
16	3	3	4	3	3	3	2	21
17	3	3	3	3	3	2	2	19
18	3	3	3	3	3	3	3	21
19	2	2	3	4	3	2	2	18
20	2	3	2	2	3	2	2	16
21	3	3	2	2	2	2	2	16
22	3	3	3	2	2	2	2	17
23	3	3	3	4	3	3	3	22
24	2	2	2	2	3	3	2	16
25	2	2	3	3	2	2	2	16
26	2	2	3	2	3	2	2	16
27	3	2	2	3	3	3	3	19
28	2	2	3	3	2	2	2	16
29	3	3	3	3	3	3	3	21
30	2	3	2	2	2	2	2	15
31	2	3	3	3	3	4	3	21
32	2	3	2	2	2	2	1	14
33	3	3	3	3	3	3	3	21
34	3	3	4	3	2	2	3	20
35	3	3	2	2	2	2	2	16
36	3	3	3	2	3	3	3	20
37	2	2	2	2	2	2	2	14
38	2	2	3	3	2	2	2	16

39	3	2	2	3	2	2	2	16
40	3	2	2	3	3	2	2	17
41	2	2	2	3	3	3	2	17
42	3	3	3	3	3	3	2	20
43	2	2	2	2	3	3	3	17
44	2	2	3	3	2	2	2	16
45	3	3	3	3	3	3	3	21
TOTAL	112	118	117	118	112	108	107	

## Lampiran 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Descriptive Statistics			
		Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
MINAT	45	14.00	28.00	19.9556	3.17630
KEBERMANFAATAN	45	22.00	44.00	33.0000	4.23728
KEMUDAHAN_PENG GUNAAN	45	21.00	37.00	30.0222	2.96563
PERSEPSI_RISIKO	45	13.00	22.00	17.6000	2.35874
Valid N (listwise)	45				

### Perhitungan Penentuan Kelas Interval dan Kecenderungan Variabel

#### 1. Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* (Y)

Jumlah kelas interval dihitung menggunakan rumus *Sturges*, yaitu:

$$\text{Jumlah kelas interval (K)} = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 45$$

$$= 1 + 3,3 (1,65321)$$

$$= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

$$\text{Rentang Data (R)} = (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1$$

$$= (28 - 14) + 1$$

$$= 15$$

$$\text{Panjang Kelas (P)} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah Kelas Interval}$$

$$= 15/6$$

$$= 2,5$$

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	14,0 – 16,4	7
2.	16,5 – 18,9	6
3.	19,0 – 21,4	18
4.	21,5 – 23,9	9
5.	24,0 – 26,4	4
6.	26,5 – 29,0	1
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Penentuan Kategori :

Skor Maksimal :  $4 \times 7 = 28$

Skor Minimal :  $1 \times 7 = 7$

*Mean Ideal (Mi) =  $1/2$  (nilai maksimum + nilai minimum)*

$$= \frac{1}{2} (28 + 7)$$

$$= 17,5$$

Standar Deviasi Ideal (SDi) =  $1/6$  (nilai maksimum – nilai minimum)

$$= 1/6 (28 - 7)$$

$$= 3,5$$

Tinggi =  $> \{Mi + 1 (SDi)\}$

$$= > 21$$

Sedang =  $\{Mi - 1 (SDi)\}$  s/d  $\{Mi + 1 (SDi)\}$

$$= 14 \text{ s/d } 21$$

$$\text{Rendah} = < \{M_i - 1 (SD_i)\}$$

$$= 14$$

## 2. Kebermanfaatan ( $X_1$ )

Jumlah kelas interval dihitung menggunakan rumus *Sturges*, yaitu:

$$\text{Jumlah kelas interval (K)} = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 45$$

$$= 1 + 3,3 (1,65321)$$

$$= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

$$\text{Rentang Data (R)} = (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1$$

$$= (44 - 22) + 1$$

$$= 23$$

$$\text{Panjang Kelas (P)} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah Kelas Interval}$$

$$= 23/6$$

$$= 3,83 \text{ dibulatkan menjadi } 4$$

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	22 – 25	1
2.	26 – 29	6
3.	30 – 33	22
4.	34 – 37	9
5.	38 – 41	6
6.	42 - 45	1
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Penentuan Kategori :

Skor Maksimal :  $4 \times 11 = 44$

Skor Minimal :  $1 \times 11 = 11$

*Mean* Ideal (Mi) =  $1/2$  (nilai maksimum + nilai minimum)

$$= \frac{1}{2} (44 + 11)$$

$$= 27,5$$

Standar Deviasi Ideal (SDi) =  $1/6$  (nilai maksimum – nilai minimum)

$$= 1/6 (44 - 11)$$

$$= 5,5$$

Tinggi =  $> \{Mi + 1 (SDi)\}$

$$= > 33$$

Sedang =  $\{Mi - 1 (SDi)\}$  s/d  $\{Mi + 1 (SDi)\}$

$$= 22 \text{ s/d } 33$$

$$\text{Rendah} = < \{M_i - 1 (SD_i)\}$$

$$= 22$$

### 3. Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )

Jumlah kelas interval dihitung menggunakan rumus *Sturges*, yaitu:

$$\text{Jumlah kelas interval (K)} = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 45$$

$$= 1 + 3,3 (1,65321)$$

$$= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

$$\text{Rentang Data (R)} = (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1$$

$$= (37 - 21) + 1$$

$$= 17$$

$$\text{Panjang Kelas (P)} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah Kelas Interval}$$

$$= 17/6$$

$$= 2,8 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	21 – 23	1
2.	24 – 26	3
3.	27 – 29	15
4.	30 – 32	19
5.	33 – 35	5
6.	36 - 38	2
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Penentuan Kategori :

Skor Maksimal :  $4 \times 10 = 40$

Skor Minimal :  $1 \times 10 = 10$

*Mean* Ideal ( $M_i$ ) =  $1/2$  (nilai maksimum + nilai minimum)

$$= \frac{1}{2} (40 + 10)$$

$$= 25$$

Standar Deviasi Ideal (SD<sub>i</sub>) =  $1/6$  (nilai maksimum – nilai minimum)

$$= \frac{1}{6} (40 - 10)$$

$$= 5$$

Tinggi  $\Rightarrow \{M_i + 1 (SD_i)\}$

$$= > 30$$

Sedang  $= \{M_i - 1 (SD_i)\} \text{ s/d } \{M_i + 1 (SD_i)\}$

$$= 20 \text{ s/d } 30$$

Rendah  $= < \{M_i - 1 (SD_i)\}$

$$= 20$$

#### 4. Persepsi Risiko ( $X_3$ )

Jumlah kelas interval dihitung menggunakan rumus *Sturges*, yaitu:

$$\text{Jumlah kelas interval (K)} = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 45$$

$$= 1 + 3,3 (1,65321)$$

$$= 6,4556 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

$$\text{Rentang Data (R)} = (\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}) + 1$$

$$= (22 - 13) + 1$$

$$= 10$$

$$\text{Panjang Kelas (P)} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah Kelas Interval}$$

$$= 10/6$$

$$= 1,6 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

No.	Kelas Interval	Frekuensi
1.	13 – 14	3
2.	15 – 16	16
3.	17 – 18	11
4.	19 – 20	7
5.	21 – 22	8
6.	23 - 24	0
<b>Jumlah</b>		<b>45</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Penentuan Kategori :

Skor Maksimal :  $4 \times 7 = 28$

Skor Minimal :  $1 \times 7 = 7$

*Mean* Ideal ( $M_i$ ) =  $1/2$  (nilai maksimum + nilai minimum)

$$= \frac{1}{2} (28 + 7)$$

$$= 17,5$$

Standar Deviasi Ideal (SDi)  $= \frac{1}{6} (\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum})$

$$= \frac{1}{6} (28 - 7)$$

$$= 3,5$$

Tinggi  $= > \{M_i + 1 (SD_i)\}$

$$= > 21$$

Sedang  $= \{M_i - 1 (SD_i)\} \text{ s/d } \{M_i + 1 (SD_i)\}$

$$= 14 \text{ s/d } 21$$

Rendah  $= < \{M_i - 1 (SD_i)\}$

$$= 14$$

## Lampiran 7. Uji Prasyarat Analisis

### 1. Uji Linieritas

Uji Linieritas Data  $X_1$  terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * KEBERMANFA ATAN	* Between Groups	(Combined)	229.978	15	15.332	2.078	.044
		Linearity	134.527	1	134.527	18.23	.000
	Deviation from Linearity					6	
			95.451	14	6.818	.924	.546
	Within Groups		213.933	29	7.377		
	Total		443.911	44			

Uji Linieritas Data  $X_2$  terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * KEMUDAHAN _PENGGUNAA N	Between Groups	(Combined)	120.867	14	8.633	.802	.661
		Linearity	5.864	1	5.864	.545	.466
	Deviation from Linearity					13	
			115.003		8.846	.822	.635
	Within Groups		323.044	30	10.768		
	Total		443.911	44			

Uji Linieritas Data  $X_3$  terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
MINAT *	Between Groups	(Combined)	236.377	9	26.264	4.429	.001	
		Linearity	156.608	1	156.608	26.41	.000	
	Deviation from Linearity					1		
			79.769	8	9.971	1.682	.138	
Within Groups			207.534	35	5.930			
Total			443.911	44				

2. Uji Multikolinearitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.091	5.870		2.060	.046		
	KEBERMANFAATAN	.236	.090	.315	2.617	.012	.719	1.390
	KEMUDAHAN_PENGGUNAAN	.299	.146	.279	2.043	.048	.557	1.795
	PERSEPSI_RISIKO	-.505	.161	-.375	-3.142	.003	.729	1.371

a. Dependent Variable: MINAT

### 3. Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3.904	3.548		-1.100	.278
	KEBERMANFAATAN	.036	.054	.118	.664	.510
	KEMUDAHAN_PENG GUNAAN	.086	.088	.197	.970	.338
	PERSEPSI_RISIKO	.099	.097	.180	1.016	.315

a. Dependent Variable: abs\_res

## Lampiran 8. Hasil Uji Regresi

### 1. Hasil Regresi Linier Sederhana

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.550 <sup>a</sup>	.303	.287	2.68235	

a. Predictors: (Constant), KEBERMANFAATAN

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
157	(Constant)	6.338	3.175		1.996	.052
	KEBERMANFAA	.413	.095	.550	4.324	.000
	TAN					

a. Dependent Variable: MINAT

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.639 <sup>a</sup>	.409	.395	2.47019	

a. Predictors: (Constant),  
KEMUDAHAN\_PENGGUNAAN

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-.607	3.788		-.160	.873
	KEMUDAHAN_PENG					
	GUNAAN	.685	.126	.639	5.454	.000

a. Dependent Variable: MINAT

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 <sup>a</sup>	.353	.338	2.58485

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI\_RISIKO

Model	<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error				
1	(Constant)	34.033	2.933		11.603	.000
	PERSEPSI_RISI	-.800	.165	-.594	-4.841	.000
	KO					

a. Dependent Variable: MINAT

## 2. Hasil Regresi Linier Berganda

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.574	.543	2.14707

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI\_RISIKO,  
KEBERMANFAATAN,  
KEMUDAHAN\_PENGGUNAAN

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	84.968	18.432	.000 <sup>b</sup>
	Residual	41	4.610		
	Total	44			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI\_RISIKO, KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN\_PENGGUNAAN

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	12.091	5.870		2.060	.046
	KEBERMANFAATAN	.236	.090	.315	2.617	.012
	KEMUDAHAN_PENG GUNAAN	.299	.146	.279	2.043	.048
	PERSEPSI_RISIKO	-.505	.161	-.375	-3.142	.003

a. Dependent Variable: MINAT