

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan IB BRI Banyumanik

Titin Novera¹, Jati Handayani², Septian Yudha Kusuma³

Program Studi Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

¹titinnovera11@gmail.com

Abstract

The research aims to analyze and obtain empirical evidence about The Effect of Benefits, Ease, and Trust on the Positive Attitude of Using BRI Banyumanik IB Services. The population in this study were all users of internet banking services at Bank Rakyat Indonesia Banyumanik Branch. The sampling technique used convenience sampling, as many as 96 respondents. The data used in this study is primary data obtained through the distribution of questionnaires. The data analysis techniques use Statistical F Test, Coefficient of Determination Test (R²), and Statistical t Test. The result of the analysis and discussion show that the variables benefit, variable but not significant effect on the positive attitude to use internet banking services at PT Bank Rakyat Indonesia Banyumanik Branch, in contrast to the Ease and Trust variables which have a significant effect on Positive Attitude to Use Internet Banking Services at PT Bank Rakyat Indonesia Banyumanik Branch.

Keywords: benefit variable, ease variable, and trust variable.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan IB BRI Banyumanik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling, sebanyak 96 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Model analisis data menggunakan Model Analisis Regresi Linear Berganda. Sedangkan teknik analisis data menggunakan Uji Statistik F, Uji Koefisien Determinasi (R²), Uji Statistik t. Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa variabel Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Secara parsial, variabel Manfaat berpengaruh tidak signifikan sedangkan variabel Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik.

Kata kunci: variabel manfaat, variabel kemudahan, dan variabel kepercayaan.

© 2022 Jurnal Pustaka Aktiva

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi saat ini merupakan tantangan besar bagi perbankan karena menghadapi persaingan yang ketat di masa depan. Dengan munculnya perbaikan digital, perilaku nasabah berubah secara signifikan. Penggunaan teknologi dalam perbankan merupakan

bagian penting dalam membantu menghadirkan inklusi keuangan kepada lebih banyak orang. Alhasil, regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) terus mendorong perbankan nasional untuk menyeimbangkan perilaku nasabah yang telah memasuki era digital.

Umumnya, ketika teknologi informasi menggabungkan fungsi bank dan lembaga keuangan, itu disebut dengan *electronic banking*. Diantara berbagai teknologi perbankan, *internet banking* merupakan tindakan melakukan intermediasi keuangan di internet (Daniels dan VanHoose, 2003). *Internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank saja yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Bastian, 2014). Dalam rangka mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran yang lancar, aman, efisien dan andal, sehingga masyarakat atau nasabah tidak perlu ke bank untuk melakukan transaksi pembayarannya, cukup dengan melalui *internet banking* saja. (Peraturan BI, 2016). Dengan adanya layanan *internet banking*, pola interaksi bank dengan nasabah menjadi lebih fleksibel. Sikap pemakaian *internet banking* yang secara terus-menerus dan berkala dapat menumbuhkan hubungan jangka panjang antara nasabah dengan pihak bank. Oleh sebab itu untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, bank harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya agar sikap nasabah menjadi semakin meningkat (Novita dan Giantari, 2016).

Menyadari hal tersebut, Bank BRI senantiasa menempatkan pemanfaatan teknologi sebagai mekanisme yang mampu memberikan solusi atas efektivitas dan efisiensi kinerja baik pada lingkup sistem informasi keuangan, pengorganisasian data, serta proses dan operasional bisnis Bank BRI. Melihat potensi pengguna produk digital di Indonesia yang masih besar, BRI terus berinovasi untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah melalui layanan digital. Untuk itu BRI telah melakukan transformasi secara bertahap pada proses sistem dan database agar meningkatkan reliabilitas dan efisiensi dari transaksi digital salah satunya adalah *internet banking*. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu pembaharuan dari segi studi literatur, responden dan pengakajian kuesioner atas penelitian yang pernah dilakukan pada BRI cabang Banyumanik. Kemudian, BRI Cabang Banyumanik merupakan salah satu bank di Semarang yang mengoperasikan *internet banking* dengan jumlah pengguna yang cukup besar karena ditinjau dari segi tempat, BRI cabang Banyumanik memiliki tempat strategis dimana padat penduduk karena banyaknya pendatang baru dari luar Banyumanik yang beralih tempat tinggal dan juga dekat dengan beberapa kampus.

Setiap masing-masing dari nasabah memiliki kriteria tertentu dalam menentukan pertimbangan untuk memilih usaha perbankan yang akan digunakannya. Strategi pemasaran yang digunakan

untuk menarik nasabah ke layanan *internet banking* akan berdampak pada keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Keputusan nasabah tentang menggunakan layanan bank, seperti perbankan online, didasarkan pada seberapa baik mereka memahami manfaatnya. Salah satu manfaat tersebut adalah faktor persepsi manfaat, persepsi manfaat merupakan hal yang diperhatikan oleh nasabah dalam menggunakan jasa layanan perbankan yaitu *internet banking*. Persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi yang dimasukkan untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2007).

Selain persepsi manfaat, Persepsi kemudahan didefinisikan yaitu penerapan teknologi informasi yang memberikan kemudahan bagi pemakainya yang terdiri dari efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional banking dan penggunaan yang fleksibel (Mentayani, 2016). Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan *internet banking*.

Faktor kepercayaan juga berpengaruh terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Kepercayaan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan saat akan menggunakan layanan *internet banking*, bahwa sistem *internet banking* mudah digunakan, cepat dalam bertransaksi, aman dan tidak merugikan (Widyaksa, 2015).

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap sikap positif telah banyak dilakukan dan memperoleh hasil yang berbeda. Penelitian mengenai pengaruh manfaat terhadap sikap positif telah banyak dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Wahidah (2021) yang mengemukakan bahwa manfaat memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap sikap positif penggunaan *internet banking*. Akan tetapi hasil yang berbeda dikemukakan dalam penelitian Pramudita (2020) yang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap sikap positif penggunaan.

Penelitian mengenai pengaruh kemudahan terhadap sikap positif telah banyak dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Wahidah (2021) yang mengemukakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap positif penggunaan *internet banking*. Akan tetapi hasil yang berbeda dikemukakan dalam penelitian Agustina (2015) yang menyatakan bahwa

kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap sikap penggunaan.

Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap sikap positif telah banyak dilakukan salah satunya dilakukan oleh Wahidah (2021) yang mengemukakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap positif penggunaan internet banking. Akan tetapi hasil yang berbeda dikemukakan dalam penelitian Aini (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap positif penggunaan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Diduga manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan internet banking pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik.

H2 : Diduga kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan internet banking pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik.

H3 : Diduga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan internet banking pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik

2. Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian terapan kausal. Data primer yang digunakan penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah pengguna layanan *internet banking* pada Bank BRI Banyumanik. Sedangkan, data sekunder berasal dari informasi dari buku ilmiah, jurnal ilmiah dan internet yang dijadikan sumber data sebagai pelengkap.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Unit Banyumanik yang menggunakan jasa layanan *internet banking*. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah di Bank BRI Unit Banyumanik yang sedang atau pernah menggunakan layanan *internet banking* BRI. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian adalah *convenience sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, sehingga siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data. Metode tersebut digunakan atas dasar bahwa penulis kurang mengetahui data secara pasti berapa jumlah populasi dalam penelitian.

Data diperoleh menggunakan kuesioner terbuka (*open question*) dan kuesioner tertutup (*close question*) menggunakan skala likert 1-4 dan studi

pustaka menggunakan literatur berupa buku, jurnal ilmiah, serta website resmi guna menunjang dalam penyusunan laporan penelitian.

Tabel 1. Indikator Kuesioner

Variabel	Indikator
Manfaat (X1) Wahidah (2021)	Kecepatan bertransaksi perbankan ($X_{1.1}$). Kemudahan bertransaksi perbankan ($X_{1.2}$). <i>Internet Banking</i> lebih efektif ($X_{1.3}$). <i>Internet Banking</i> lebih efisien ($X_{1.4}$).
Kemudahan (X2) Pradana (2015)	Efisiensi waktu ($X_{2.1}$). Kemampuan melakukan transaksi ($X_{2.2}$). Kemudahan operasional <i>internet banking</i> ($X_{2.3}$). Penggunaan yang fleksibel ($X_{2.4}$).
Kepercayaan (X3) Pradana (2015)	Menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi ($X_{3.1}$). Percaya informasi yang diberikan ($X_{3.2}$). Sistem keamanan bank ($X_{3.3}$). Sistem kerahasiaan bank ($X_{3.4}$).
Sikap Positif Penggunaan (Y) Wahidah (2021)	Keinginan menggunakan <i>Internet banking</i> ($X_{1.1}$). Kesesuaian penggunaan <i>Internet banking</i> dengan kebutuhan ($X_{1.2}$). Dukungan dalam menggunakan <i>Internet banking</i> ($X_{1.3}$).

Sumber : Pradana (2015), Wahidah (2021)

Instrumen kuesioner kemudian diuji kevaliditasan dan reliabilitasnya. Serta, data yang diperoleh diuji dengan uji normalitas. Kemudian data dianalisa menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan variabel bebas (X) yang mewakili manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap variabel terikat (Y) yaitu sikap positif penggunaan layanan *internet banking* pada Bank BRI Banyumanik.

Uji F digunakan untuk mengetahui tentang kelayakan model dalam penelitian. Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dan uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 96 responden pengguna layanan *Internet Banking* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Banyumanik dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin perempuan mayoritas berusia 21-30 tahun berjumlah 55 orang atau 57%. Responden mayoritas bekerja sebagai pelajar/mahasiswa merupakan responden dalam jumlah yang terbanyak yaitu 47 orang atau 49%. Mayoritas responden yang telah menggunakan *internet banking* dalam kurun waktu 1-5 tahun sejumlah 57 orang atau 59% serta melakukan transaksi menggunakan *internet banking* 1-2 kali

dalam 3 bulan terakhir berjumlah 28 orang atau 29%.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	rhitung	rtabel	Sig	Ket
X1.1	0,879	0,200	0,000	Valid
X1.2	0,838	0,200	0,000	Valid
X1.3	0,816	0,200	0,000	Valid
X1.4	0,723	0,200	0,000	Valid
X2.1	0,718	0,200	0,000	Valid
X2.2	0,794	0,200	0,000	Valid
X2.3	0,781	0,200	0,000	Valid
X2.4	0,851	0,200	0,000	Valid
X3.1	0,813	0,200	0,000	Valid
X3.2	0,804	0,200	0,000	Valid
X3.3	0,745	0,200	0,000	Valid
X3.4	0,794	0,200	0,000	Valid
Y1.1	0,850	0,200	0,000	Valid
Y1.2	0,825	0,200	0,000	Valid
Y1.3	0,792	0,200	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas menyatakan seluruh indikator valid dan memiliki nilai Cronbach's Alpha yang reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.829	4
0.792	4
0.798	4
0.760	3

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Nilai Cronbach's Alpha 0.829 untuk variabel manfaat, 0.792 untuk variabel kemudahan, 0.798 untuk variabel kepercayaan dan 0.760 untuk variabel sikap positif penggunaan.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0.0000000
	Std. Deviation		0.83677136
Most Extreme Differences	Absolute		0.099
	Positive		0.099
	Negative		-0.098
Test Statistic			0.099
Asymp. Sig. (2-tailed)			.020 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.286 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.275
		Upper Bound	0.298

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov diperoleh hasil nilai Sig. sebesar 0,286 yang artinya variabel-variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan sikap positif penggunaan *internet banking* terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,128		1,212	0,228
	X1	0,027	0,075	0,035	0,360
	X2	0,257	0,079	0,335	0,002
	X3	0,379	0,065	0,486	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan uji analisis regresi berganda diperoleh Nilai konstanta sebesar 1,128 berarti bahwa bila variabel independen manfaat, kemudahan, dan kepercayaan sama dengan nol, maka variabel sikap positif penggunaan layanan *internet banking* adalah sebesar 1,128.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	0,556	0,541	0,85030

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

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Nilai koefisien manfaat sebesar 0,027 hasil ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 unit proporsi variabel manfaat dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel sikap positif penggunaan layanan *internet banking* akan mengalami perubahan sebesar $1,128 + 0,027$ sehingga menjadi 1,155 dengan arah yang sama (positif). Nilai koefisien kemudahan sebesar 0,257 hasil ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan 1 unit proporsi variabel kemudahan dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel sikap positif penggunaan layanan *internet banking* akan mengalami perubahan sebesar $1,128 + 0,257$ sehingga menjadi 1,385 dengan arah yang sama (positif). Nilai koefisien kepercayaan sebesar 0,379 Hasil menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 unit proporsi variabel kepercayaan dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel sikap positif penggunaan layanan *internet banking* akan mengalami perubahan sebesar $1,128 + 0,379$ sehingga menjadi 1,507 dengan arah yang sama (positif).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83,222	3	27,741	38,368
	Residual	66,518	92	0,723	
	Total	149,740	95		

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil uji f diperoleh $F_{hitung} = 38,368 > F_{tabel} = 2,70$ dan signifikansi $= 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik dinyatakan diterima. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh 54,1% berarti variabel manfaat, kemudahan, dan kepercayaan memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel sikap positif penggunaan layanan *internet banking* sebesar 54,1%. Sedangkan 45,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
				Beta		
1	(Constant)	1,128	0,930		1,212	0,228
	X1	0,027	0,075	0,035	0,360	0,720
	X2	0,257	0,079	0,335	3,258	0,002
	X3	0,379	0,065	0,486	5,857	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

3.1 Variabel Manfaat dan Sikap Positif

Pengujian hipotesis 1 (satu) menggunakan uji statistik t untuk mengetahui apakah variabel Manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil dari uji t diperoleh hasil bahwa variabel manfaat menghasilkan thitung sebesar 0,360 dan ttabel sebesar 1,986, maka dinyatakan bahwa thitung $< t_{tabel}$ ($0,360 < 1,986$) dengan signifikansi 0,720 yang lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel manfaat secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pramudita (2020), Santoso, Nurcholis, dan Kartika (2020), serta Euis Widanengsih (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan antara manfaat terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Pada hasil penelitian ini, nasabah pengguna *internet banking* menginginkan suatu bentuk jasa yang mempercepat transaksi nasabah, sesuatu yang dianggap lebih memberikan manfaat untuk sering digunakan. Karena masyarakat sudah tahu akan manfaat *internet banking*, maka tidak ada pengaruh sikap positif saat menggunakan *internet banking*.

3.2 Variabel Kemudahan dan Sikap Positif

Pengujian hipotesis 2 (dua) menggunakan uji statistik t untuk mengetahui apakah variabel Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil dari uji t diperoleh hasil bahwa variabel manfaat menghasilkan thitung sebesar 3,258 dan ttabel sebesar 1,986, maka dinyatakan bahwa thitung $> t_{tabel}$ ($0,3258 > 1,986$) dengan nilai signifikansi 0,002 yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradana (2015), Aini (2016), Pramudita (2020), Wahidah (2021), Cindy dan Muslikh (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan dengan sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Dari hasil *open question*, nasabah menyampaikan bahwa kemudahan *internet banking* sudah sesuai dengan kebutuhan, namun ada beberapa hal yang disampaikan bahwa pada layanan *internet banking* BRI untuk terus berkreasi dan berinovasi terhadap tampilan *internet banking* BRI agar nasabah lebih nyaman dalam menggunakannya.

3.3 Variabel Kepercayaan dan Sikap Positif

Pengujian hipotesis 3 (tiga) menggunakan uji statistik t untuk mengetahui apakah variabel Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil dari uji t diperoleh hasil bahwa variabel manfaat menghasilkan thitung sebesar 5,857 dan ttabel sebesar 1,986, maka dinyatakan bahwa thitung $> t_{tabel}$ ($5,857 > 1,986$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradana (2015), Wahidah (2021), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan dengan sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Kepercayaan memberikan pengaruh yang tertinggi terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking*, hal tersebut sejalan dengan yang dirasakan oleh nasabah bahwa Bank BRI sangat mengutamakan kepercayaan dari nasabahnya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan penelitian ini dapat disimpulkan 1) Variabel manfaat secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. 2) Variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik. 3) Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banyumanik.

Implikasi manajerial dalam penelitian ini berfokus pada variabel-variabel yang mempunyai pengaruh signifikansi yang kuat dalam meningkatkan Sikap Positif Penggunaan Layanan *Internet Banking*. 1) Pada variabel kepercayaan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking* paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah percaya kepada pihak bank dalam menjaga nama baik nasabah dan berkomitmen untuk menjalin hubungan yang baik. Berdasarkan *open questionnaire*, nasabah menyatakan bahwa *internet banking* BRI sudah cukup baik, adapun saran dari nasabah ketika mempercayai menggunakan layanan *internet banking* BRI, yaitu meningkatkan keamanan dan menjamin akun nasabah. Oleh sebab itu pihak manajemen diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kemampuan dalam menjaga nama baik nasabah dan selalu berkomitmen untuk menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, sehingga kepercayaan nasabah Bank BRI Cabang Banyumanik dapat terus meningkat. 2) Pada variabel kemudahan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking* sudah cukup baik dengan adanya indikator efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional *internet banking* dan penggunaan yang fleksibel. Ketika seorang nasabah memiliki persepsi bahwa *internet banking* yang digunakan mudah dan cepat tanpa adanya gangguan dari sistem maka hal ini akan mempengaruhi sikap penggunaan nasabah. Berdasarkan *open questionnaire*, adapun saran dari nasabah yaitu kemudahan dalam pembuatan akun *internet banking* yang seharusnya sudah tidak perlu datang ke *customer service*, meningkatkan fitur layanan, dan meminimalisir gangguan sistem. Oleh karena itu diharapkan untuk terus meningkatkan sistem layanan, mempertahankan dalam meminimalkan gangguan sistem saat layanan *internet banking* digunakan. Pada variabel manfaat mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet*

banking yang paling rendah. Dengan indikator kecepatan bertransaksi perbankan, kemudahan bertransaksi perbankan, *internet banking* lebih efektif dan *internet banking* lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah dalam memberikan manfaat terhadap penggunaan layanan *internet banking* rendah. Pada dasarnya nasabah, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Oleh karena itu diharapkan dapat meningkatkan persepsi nasabah dalam memahami bahwa penggunaan layanan *internet banking* akan meningkat kinerjanya. Ketika seorang nasabah memiliki persepsi bahwa *internet banking* yang digunakan memberikan banyak manfaat seperti memiliki banyak fitur transaksi sesuai kebutuhan, cepat, dan rendahnya biaya admin saat melakukan *transfer*, maka hal ini akan mempengaruhi sikap penggunaan dari nasabah. Berdasarkan *open questionnaire*, hal tersebut merupakan masukan positif yang paling banyak disampaikan responden nasabah pengguna *internet banking*.

Daftar Rujukan

- [1] Agustina, Ika dan Mohammad Arief, 2015, “ Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Study Pada Komunitas Virtual E-Banking BCA)”, Management and Business Economic Journal. Volume 5.Nomor 2.
- [2] Aini, Nur. Pengaruh kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Mandiri di Surabaya. Journal Ekonomi.Surabaya. 2016.
- [3] Amanullah, Bastian. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang).Skripsi.Semarang.Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- [4] Daniels, Joseph P dan VanHoose, David D., 2003. Currency substitution, seigniorage, and currency crises in interdependent economies, Journal of Economics and Business, Volume 55.Nomor 3.
- [5] Kotler, Philip dan AB Sutanto.2007. Manajemen Pemasaran, Edisi kedua belas Jakarta: PT.Indeks
- [6] Mentayani, Ida, et al. 2016. Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kota Banjarmasin). Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 9. Nomor 2.
- [7] Novita,S.L. dan Giantri, A.K (2016). Peran sikap dalam mediasi pengaruh perceived usefulness terhadap niat menggunakan internet di Kota Denpasar. E-jurnal Manajemen Unud, Volume 5.Nomor 3.
- [8] Pradana, Widyaksa Arya. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang Periode 2009-2013.Tugas Akhir.Semarang.Jurusan Akuntansi Polines.
- [9] Pramudita, Amalia Ratna. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening.Skripsi. Semarang.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

[10]Wahidah, Dian Sholihatun. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Persepsi Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Internet Banking;Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating

(Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Madiun).Skripsi. Semarang.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
