

## **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, RISIKO, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING**

**Oleh :**

**Ayu Wahyu Cahyaningtyas**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : Ayu6230@gmail.com

**Banu Witono,**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : bw257@ums.ac.id

| Article Info                                                                                                                                        | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Article History :</i><br><i>Received 10 April - 2022</i><br><i>Accepted 24 April - 2022</i><br><i>Available Online</i><br><i>30 April - 2022</i> | <i>This study aims to determine the Effect of Trust, Security, Risk, and Lifestyle on Interest in Using E-banking. This research was conducted on students at the University of the city of Surakarta. This type of research is quantitative, the sampling technique is purposive sampling and the research data is primary data, data collection is done by distributing questionnaires. The results of this study indicate that trust and lifestyle have an effect on interest in using E-banking, while security and risk have no effect on interest in using E-banking. The implications of this research: (1) It is relevant for banks to pay attention to the trust and lifestyle factors in developing E-banking in the banking transaction system. (2) It is necessary to pay attention to security and risks in influencing interest in using E-banking.</i> |
| <i>Keyword :</i><br><b>Trust, Security, Risk, Lifestyles, E-Banking</b>                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### **1. PENDAHULUAN**

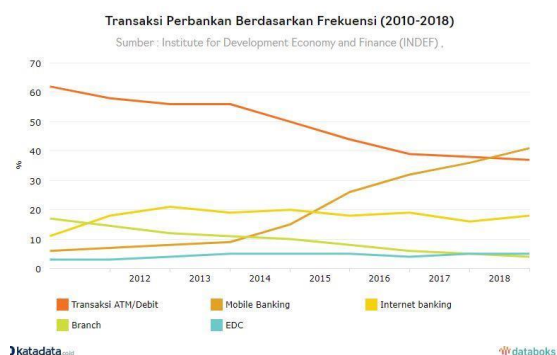
Di era Revolusi Industri 4.0 telah mengalami kemajuan signifikan dan mempengaruhi pola kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat pekerjaan semakin mudah dan cepat dilakukan, diantaranya transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara *online*. Teknologi Informasi (TI) sudah menjadi sebuah kebutuhan primer saat ini. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang menyesuaikan teknologinya seiring dengan perubahan zaman. Perusahaan-perusahaan banyak melakukan perubahan untuk bersaing dan menjadi pembangkit daya bisnis global dalam teknologi informasi (TI). Perkembangan teknologi saat ini juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam pemanfaatan internet. Hal tersebut merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju

dengan memberikan pelayanan lebih kepada para nasabahnya. Berdasarkan hal tersebut diatas, perbankan kemudian mengembangkan suatu bentuk teknologi yang berbasis internet untuk memudahkan para nasabahnya yaitu *electronic banking*.

*Electronic banking* atau biasa disebut *e-banking* merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya. Otoritas Jasa Keuangan (2015) menjelaskan bahwa *e-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC) / Point Of Sales (POS)*, *internet banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, *e-commerce*, *phone banking*, dan *video banking*. Dengan menyediakan fasilitas *e-banking* pihak bank dapat memperoleh beberapa keuntungan diantaranya adalah untuk

memperluas jaringan usaha. *E-banking* dapat menghilangkan batas fisik bank dan waktu operasional bank yang terbatas, *e-banking* juga dapat diakses dari tempat mana saja tanpa harus terikat waktu karena *online* 24 jam (Afghani & Yulianti, 2016).

Menurut data *institute for development economy and finance* (INDEF) menunjukkan sebesar 41% frekuensi transaksi perbankan nasabah 2018 adalah transaksi menggunakan layanan internet perbankan. Angka ini meningkat hampir tujuh kali lipat dibandingkan 2010 dimana hanya 6% dari frekuensi transaksi perbankan merupakan transaksi menggunakan layanan internet perbankan. Frekuensi transaksi perbankan yang menggunakan ATM pada tahun 2018 sebesar 37%, turun tipis dibandingkan 2017 sebesar 38%. Namun jika dibandingkan dengan 2010 dimana 62% frekuensi transaksi perbankan adalah transaksi dengan menggunakan ATM, angka ini menunjukkan penurunan 40,32%



Sumber : INDEF

**Gambar 1.1 Transaksi Perbankan Berdasarkan Frekuensi (2010-2018)**

Frekuensi melalui kantor cabang bank pada tahun 2018 hanya sebanyak 4%. Data itu menunjukkan penurunan tajam dibandingkan periode tahun 2010 di mana 17% frekuensi transaksi perbankan adalah melalui kantor cabang bank (Wulandari & Novitasari, 2021).

Kenyataan di lapangan menunjukkan *e-banking* diminati penggunaanya. Salah satu contoh yaitu mahasiswa yang cenderung menggunakan cara konvensional, yaitu dengan melakukan cara transaksi secara langsung di bank yang bersangkutan daripada menggunakan layanan *e-banking*. Sebagai contoh nyatanya, setiap semester dalam pembayaran UKT banyak mahasiswa yang memilih mengantri di bank yang hingga

memenuhi kawasan bank tersebut. Padahal dengan menggunakan layanan *e-banking* transaksi dapat dilakukan dimana saja asalkan tersedia fasilitas untuk mengaksesnya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi, khususnya layanan transaksi keuangan digital salah satunya kepercayaan. Kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *e-banking* ini aman untuk digunakan. Kepercayaan ini sangat penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan *offline* banking karena transaksi dalam online banking mengandung informasi yang sensitive dan pihak yang terlibat transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet (Afghani & Yulianti, 2016).

Selain dipengaruhi kepercayaan, keamanan juga menjadi faktor dalam menggunakan layanan *e-banking*. Menurut Afghani & Yulianti (2016) keamanan merupakan suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Karena banyaknya tindak kejahatan terutama jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang ilegal membuat para nasabah takut dan merasa tidak aman dalam melakukan transaksi secara *online*. Hal ini juga berkaitan dengan risiko dimana ini juga menjadi faktor dalam penggunaan *e-banking*. Persepsi risiko merupakan salah satu hal yang sangat awam dipikirkan oleh para konsumen ketika ingin melakukan transaksi atau belanja *online* (Martinayanti & Setiawan, 2016). Tingkat risiko ini menjadi faktor penting nasabah dalam melakukan transaksi secara online, karena jika tingkat risiko dirasa tinggi akan membuat nasabah kurang dalam hal pemanfaatan *e-banking*. Risiko yang akan dialami oleh pengguna *e-banking* salah satunya adalah *hacker* atau penyalahgunaan rekening nasabah.

Faktor lain yang mempengaruhi dalam penggunaan teknologi adalah gaya hidup atau *lifestyle*. Saat ini gaya hidup mahasiswa berada pada kategori tinggi yang artinya mereka dapat menggunakan uang dan waktu dalam melakukan aktivasi transaksi secara bijak (Nirmala et al., 2020). Gaya hidup ini juga dapat tercermin dari perilaku seseorang dalam

menggunakan system yang berpotensi mempengaruhi gaya hidupnya. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang dimasyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, metropolis, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian Afghani dan Yulianti (2017) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*, sedangkan penelitian yang dilakukan Lafxaxo dkk (2018) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh dalam penggunaan *mobile banking*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Suryawan (2019) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa produk perbankan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti (2017) keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Nasri (2011) membuktikan bahwa risiko berpengaruh terhadap adopsi *internet banking*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi *e-banking*. Penelitian Fitria Magdalena (Suprpto, 2013) menunjukkan kesesuaian *lifestyle* persepsian yang merupakan pengembangan dari TAM terbukti berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*, dan penelitian Alfrin Erma Sampoerna Nadia Asandimitra (2021) menunjukkan bahwa *hedonism lifestyle* berpengaruh terhadap *financial management behavior* para generasi milenial di Surabaya.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian lebih lanjut terkait kepercayaan, keamanan, risiko dan *lifestyle* dalam minat menggunakan layanan *e-banking*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan *Lifestyle* dalam Minat Menggunakan Layanan *E-banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi (TAM) merupakan teori yang menjelaskan minat berperilaku menggunakan teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Davis dan mulai dikembangkan pada tahun 1989. Teori ini merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Tujuan utama TAM adalah memberikan kerangka dasar untuk mencari informasi mengenai faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan penggunaan (Suprpto, 2013). Konsep TAM sebagai penerimaan terhadap penggunaan sistem informasi berdasarkan pada minat untuk menggunakan didorong oleh banyak faktor. Faktor kepercayaan dan keamanan menjadi penting bagi nasabah untuk menggunakan suatu layanan. Selain itu risiko juga menjadi faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan layanan *online banking*. Semakin kecil risiko yang ada pada jasa yang ditawarkan maka semakin aman pula para nasabah dalam menggunakan layanan perbankan dan ini juga akan mempengaruhi gaya hidup atau *lifestyle* dengan kemudahan dalam melakukan aktivitas yang ada saat ini kebiasaan orang berubah sesuai dengan keinginan atau minat diri mereka.

### Minat Menggunakan

Menurut Suprpto (2013), minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Jika seseorang berminat dalam melakukan suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan setelah timbul rasa senang maka mereka akan konsisten menggunakannya dimasa yang akan datang. Pada dasarnya minat merupakan suatu bentuk penerimaan oleh individu terhadap sesuatu hal diluar dirinya dimana semakin kuat penerimaan oleh individu tersebut maka semakin besar pula penerimaan yang dimiliki (Kuswanto & Baridwan, 2016). Minat dalam melakukan transaksi sebagai tolak ukur dalam tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini yaitu bertransaksi. Transaksi melalui internet merupakan suatu fenomena yang sedang

populer sekaligus meningkatkan penggunaan internet.

### **Electronic Banking**

*Electronic banking* atau *e-banking* adalah salah satu aktivitas perbankan yang dilakukan nasabahnya melalui fasilitas internet (Pratiwi, 2018). Dengan perkembangan *e-banking* saat ini, transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan tanpa adanya batasan waktu dan tempat. *E-banking* yang juga dikenal dengan istilah internet banking ini adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Electronic Banking.**

Keyakinan atau kepercayaan adalah suatu factor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong, dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan. Berdasarkan penelitian Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2016) membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

*H1 : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan electronic banking.*

### **Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Electronic Banking.**

Keamanan didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi terhadap sumber daya data atau jaringan dalam bentuk penghancuran, pengungkapan, modifikasi data penolakan layanan dan atau penipuan, pemborosan (Lee, 2007). Berdasarkan definisi tersebut, konteks ancaman *online banking* dapat dilakukan baik melalui serangan jaringan dan transaksi data atau melalui akses tidak sah ke rekening

melalui otentikasi palsu atau cacat. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *electronic banking* Bank BRI di Surabaya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2016). Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

*H2 : Keamanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan electronic banking*

### **Pengaruh Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Electronic Banking.**

Penelitian yang dikembangkan oleh Dowlin pada tahun 1986 menyatakan bahwa risiko merupakan persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Layanan elektronik yang memerlukan transmisi dan penyimpanan informasi sensitif cenderung dianggap kurang bermanfaat oleh konsumen yang mempertimbangkan kemungkinan terpaparnya pelanggaran keamanan, potensi kehilangan privasi, dan penyalahgunaan informasi pengenal pribadi (Featherman et al., 2010). Penelitian yang lain yang dilakukan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti (2016) menunjukkan hasil bahwa risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*H3 : Risiko berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan electronic banking*

### **Pengaruh Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Electronic Banking.**

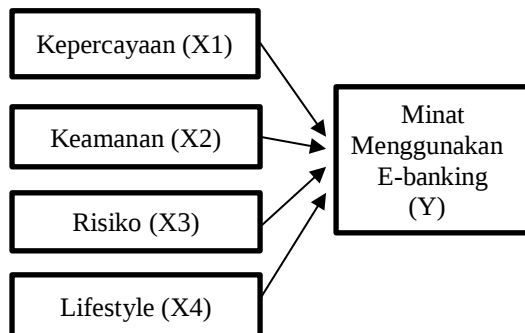
Pada tahun 2006 penelitian yang dilakukan oleh Kloter menyatakan bahwa gaya hidup diartikan sebagai pola hidup yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan opini seseorang. Gaya hidup biasanya dipilih dengan menyesuaikan lingkungan social sekitar dimana individu tersebut tinggal, gaya hidup dapat berubah sesuai dengan keinginan atau minat dari dalam diri sendiri (Nirmala et al., 2020). Penelitian Alfrin Erma Sampoerna Nadia Asandimitra (2021) menunjukkan bahwa *hedonism lifestyle* berpengaruh terhadap *financial management behavior* para generasi milenial di Surabaya. Dengan demikian,

hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

*H4: Lifestyle berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan electronic banking*

Adapun kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan dalam sebuah bagan sebagai berikut:

Variabel Independen      Variabel Dependen



### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausatif dimana pada penelitian ini meneliti suatu hubungan sebab-akibat berdasarkan dari pengamatan terhadap akibat yang terjadi sekaligus mencari faktor yang menjadi penyebab melalui data yang telah dikumpulkan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian yaitu kepercayaan, keamanan, risiko, dan *lifestyle* terhadap minat menggunakan *E-banking*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Kota Surakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa kuesioner. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari jawaban responden yang telah disebarkan secara langsung menggunakan *Google Form*. Dikarenakan jumlah populasi yang relative besar, maka mengacu kepada pendapat (Fadhli & Fachruddin, 2016), yang menyatakan bahwa dalam penelitian multivariate besarnya sampel ditentukan

sebanyak 25 kali variable independen sehingga membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.

Adapun pendekatan yang dilakukan pada analisis berganda adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilaksanakan guna mengukur absah atau valid tidaknya sebuah kuesioner ataupun untuk mengutarakan sesuatu yang akan dihitung kuesioner tersebut. Sedangkan, uji reliabilitas merupakan alat untuk mengetahui ukuran sebuah kuisisioner yang merupakan parameter dari variabel. Suatu kuisisioner dinyarakan reliabel atau cakap apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konstan atau selaras dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam SPSS dapat memakai dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Sementara itu, pada awal melaksanakan uji hipotesis dilaksanakan terlebih dahulu dilaksanakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Validitas

| Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|------|----------|---------|------------|
| KP1  | 0,756    | 0,195   | Valid      |
| KP2  | 0,854    | 0,195   | Valid      |
| KP3  | 0,785    | 0,195   | Valid      |
| KP4  | 0,783    | 0,195   | Valid      |
| KM1  | 0,818    | 0,195   | Valid      |
| KM2  | 0,805    | 0,195   | Valid      |
| KM3  | 0,898    | 0,195   | Valid      |
| KM4  | 0,707    | 0,195   | Valid      |
| RS1  | 0,740    | 0,195   | Valid      |
| RS2  | 0,866    | 0,195   | Valid      |
| RS3  | 0,751    | 0,195   | Valid      |
| RS4  | 0,845    | 0,195   | Valid      |
| LF1  | 0,697    | 0,195   | Valid      |
| LF2  | 0,766    | 0,195   | Valid      |
| LF3  | 0,696    | 0,195   | Valid      |
| LF4  | 0,787    | 0,195   | Valid      |
| LF5  | 0,767    | 0,195   | Valid      |
| LF6  | 0,789    | 0,195   | Valid      |
| MN1  | 0,860    | 0,195   | Valid      |
| MN2  | 0,866    | 0,195   | Valid      |
| MN3  | 0,703    | 0,195   | Valid      |
| MN4  | 0,852    | 0,195   | Valid      |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dikatakan bahwa butiran pertanyaan variabel independen dan variabel dependen adalah valid, karena r hitung pada setiap pertanyaan lebih besar dari pada r tabel.

#### Hasil Uji Reliabilitas

| Variable                    | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-----------------------------|------------------|------------|
| Kepercayaan                 | 0,793            | Reliabel   |
| Keamanan                    | 0,819            | Reliabel   |
| Risiko                      | 0,807            | Reliabel   |
| Lifestyle                   | 0,844            | Reliabel   |
| Minat Menggunakan E-banking | 0,839            | Reliabel   |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variable nilainya lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa instrument dalam penelitian ini adalah reliabel dan layak untuk digunakan.

#### Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                   |
|------------------------------------|----------------|-------------------|
| Unstandardized Residual            |                |                   |
| N                                  | Mean           | 100               |
| Normal Parameter                   | Std. Deviation | .0000000          |
| S <sup>a,b</sup>                   |                | 1.39851072        |
| Most Extreme Difference            | Absolute       | .086              |
| Positive                           |                | .086              |
| Negative                           |                | -.044             |
| Test Statistic                     |                | .086              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .067 <sup>c</sup> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel diatas diketahui bahwa Kolmogorov-smirnov adalah 0,0886 dengan nilai Asymp Sig. sebesar 0,067. Nilai tersebut berada diatas 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data pada model regresi terdistribusi normal.

#### Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error |                           |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)              | 1.415                       | 1.014      |                           | 1.395 | .166 |                         |       |
| Total Kepercayaan         | .339                        | .072       | .363                      | 4.698 | .000 | .512                    | 1.952 |
| Total Keamanan            | .115                        | .076       | .124                      | 1.503 | .136 | .452                    | 2.212 |
| Total Risiko              | .079                        | .082       | .085                      | .967  | .336 | .393                    | 2.545 |
| Total Lifestyle           | .300                        | .047       | .449                      | 6.316 | .000 | .606                    | 1.649 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel diatas untuk hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10 dan Tolerance lebih besar dari 0,1, dimanan variable kepercayaan memiliki VIF 1,952 dan nilai tolerance sebesar 0,512. Variable keamanan memiliki nilai VIF 2,212 dan nilai tolerance sebesar 0,452. Variabel risiko memiliki nilai VIF 2,545 dan nilai tolerance sebesar 0,393. Variable lifestyle memiliki nilai VIF sebesar 1,649 dan nilai tolerance 0,606, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas multikolinearitas.

#### Hasil Uji Heterokedastisitas

| Correlations            |                         |                |              |                 |                         |       |
|-------------------------|-------------------------|----------------|--------------|-----------------|-------------------------|-------|
|                         | Total Kepercayaan       | Total Keamanan | Total Risiko | Total Lifestyle | Unstandardized Residual |       |
| Spearman's rho          | Correlation Coefficient | 1.000          | .615**       | .612**          | .354**                  | .005  |
|                         | Sig. (2-tailed)         |                | .000         | .000            | .000                    | .965  |
|                         | N                       | 100            | 100          | 100             | 100                     | 100   |
| Total Keamanan          | Correlation Coefficient | .615**         | 1.000        | .635**          | .459**                  | .048  |
|                         | Sig. (2-tailed)         | .000           |              | .000            | .000                    | .634  |
|                         | N                       | 100            | 100          | 100             | 100                     | 100   |
| Total Risiko            | Correlation Coefficient | .612**         | .635**       | 1.000           | .573**                  | .030  |
|                         | Sig. (2-tailed)         | .000           | .000         |                 | .000                    | .765  |
|                         | N                       | 100            | 100          | 100             | 100                     | 100   |
| Total Lifestyle         | Correlation Coefficient | .354**         | .459**       | .573**          | 1.000                   | .028  |
|                         | Sig. (2-tailed)         | .000           | .000         | .000            |                         | .779  |
|                         | N                       | 100            | 100          | 100             | 100                     | 100   |
| Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | .005           | .048         | .030            | .028                    | 1.000 |
|                         | Sig. (2-tailed)         | .965           | .634         | .765            | .779                    |       |
|                         | N                       | 100            | 100          | 100             | 100                     | 100   |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan keseluruhan

nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas lebih besar 0,05 atau 5%. Dimana variable kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,965, variable keamanan memiliki nilai signifikansi 0,634, variable risiko memiliki nilai signifikansi 0,765, dan variable *lifestyle* memiliki nilai signifikansi 0,779. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1 (Constant)              | 1.415                       | 1.014      |                           |
| Total Kepercayaan         | .339                        | .072       | .363                      |
| Total Keamanan            | .115                        | .076       | .124                      |
| Total Risiko              | .079                        | .082       | .085                      |
| Total Lifestyle           | .300                        | .047       | .449                      |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut :

$$MN : 1,493 + 0,339KP + 0,115KM + 0,079RS + 0,300LF + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Nilai variabel kepercayaan menunjukkan nilai positif sebesar 0,339. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan maka tingkat minat dalam menggunakan *e-banking* akan semakin meningkat dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat kepercayaan maka tingkat minat dalam penggunaan *e-banking* akan menurun.
2. Variabel keamanan menunjukkan nilai positif sebesar 0,115. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keamanan maka tingkat minat dalam menggunakan *e-banking* akan semakin meningkat dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat keamanan maka tingkat minat dalam penggunaan *e-banking* akan menurun.
3. Nilai variabel risiko menunjukkan nilai

positif sebesar 0,079. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko maka tingkat minat dalam menggunakan *e-banking* akan semakin meningkat dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat risiko maka tingkat minat dalam penggunaan *e-banking* akan menurun.

4. Nilai variabel *lifestyle* menunjukkan nilai positif sebesar 0,300. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *lifestyle* maka tingkat minat dalam menggunakan *e-banking* akan semakin meningkat dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat *lifestyle* maka tingkat minat dalam penggunaan *e-banking* akan menurun.
5. Nilai variabel kepercayaan menunjukkan nilai positif sebesar 0,067. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan maka tingkat minat dalam menggunakan *e-banking* akan semakin meningkat dan sebaliknya jika semakin rendah tingkat kepercayaan maka tingkat minat dalam penggunaan *e-banking* akan menurun.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .842 <sup>a</sup> | .709     | .697              | 1.428                      |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,697 atau 69,7% yang berarti bahwa variabel minat menggunakan mobile banking dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan, keamanan, risiko, dan *lifestyle* sebesar 69,7%, sedangkan sisanya yaitu 30,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

### Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |        |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1 Regression       | 471.363        | 4  | 117.841     | 57.817 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 193.627        | 95 | 2.038       |        |                   |
| Total              | 664.990        | 99 |             |        |                   |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 57,817 memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini telah *goodness of fit* yang menunjukkan bahwa variable independen kepercayaan, keamanan,

risiko, dan lifestyle berpengaruh terhadap minat menggunakan *electronic banking*.

### Hasil Uji t

| Model             | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Beta | t     | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|------|-------|------|
|                   | Unstandardized Coefficients | Std. Error |      |       |      |
| 1 (Constant)      | 1.415                       | 1.014      |      | 1.395 | .166 |
| Total Kepercayaan | .339                        | .072       | .363 | 4.698 | .000 |
| Total Keamanan    | .115                        | .076       | .124 | 1.503 | .136 |
| Total Risiko      | .079                        | .082       | .085 | .967  | .336 |
| Total Lifestyle   | .300                        | .047       | .449 | 6.316 | .000 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa :

1. Nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 4,698 > 2,015 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 5%, sehingga H1 diterima, yang artinya kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*.
2. Nilai t hitung untuk variabel keamanan sebesar 1,503 < 2,015 dan nilai signifikan sebesar 0,136 > 5%, sehingga H2 ditolak artinya keamanan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*.
3. Nilai t hitung untuk variabel risiko sebesar 0,967 < 2,015 dan nilai signifikan sebesar 0,336 > 5%, sehingga H3 ditolak artinya risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*.
4. Nilai t hitung untuk variabel lifestyle sebesar 6,316 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 5%, sehingga H4 diterima artinya *lifestyle* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*.

#### A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pembahasan Hipotesis 1 (Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Dalam Menggunakan *e-banking*)

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui hasil uji t untuk variabel kepercayaan memiliki t hitung sebesar 4,698 lebih besar dari 2,015 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 5% sehingga H1 diterima, artinya kepercayaan

berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Afghani dan Yulianti (2017) yang juga menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*, hasil penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-banking*.

Kepercayaan yang dimiliki konsumen juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah saat transaksi melalui *e-banking*. kepuasan konsumen merupakan evaluasi tahap akhir dari proses pengambilan keputusan. Hal ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana pada teori ini digunakan untuk mencari informasi mengenai faktor eksternal salah satunya yaitu kepercayaan. Konsep TAM yang menjelaskan bahwa minat perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap penerimaan suatu produk. Salah satu faktor dari penerimaan suatu produk adalah kepercayaan.

Kepercayaan nasabah terhadap *e-banking* akan mempengaruhi minat bertransaksi, karena dengan kepercayaan yang tinggi mampu menjalankan penyelenggaraan transaksi, sehingga faktor kepercayaan secara langsung mempengaruhi minat nasabah menggunakan *e-banking* dalam transaksinya. Jika seorang nasabah percaya dan yakin akan kinerja suatu sistem yang baik, maka nasabah akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi pengguna.

2. Pembahasan Hipotesis 2 (Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Dalam Menggunakan *e-banking*)

Dari hasil tersebut dapat diketahui hasil uji t untuk variabel keamanan memiliki t hitung sebesar 1,503 lebih kecil 2,015 dan nilai signifikan sebesar 0,136 lebih dari 5% sehingga H3 ditolak, sehingga keamanan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*. Dengan demikian semakin tinggi keamanan belum tentu akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan

yulianti (2017) bahwasanya keamanan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Hal ini mungkin para nasabah sudah percaya terhadap sistem dari pihak bank dan kebutuhan menggunakan atau bertransaksi berbasis *online* lebih penting sehingga para nasabah tidak terlalu mengkhawatirkan dan mempertimbangkan tingkat keamanan dari suatu sistem itu sendiri.

Sesuai dengan konsep TAM salah satu faktor yang mendorong untuk menggunakan system yaitu faktor keamanan harus diperhatikan, karena ini merupakan atribut penting dalam layanan *online banking*. Persepsi keamanan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pengoprasian sistem informasi. aspek keamanan meliputi *confidentiality* adalah usaha untuk menjaga informasi dari orang yang berhak mengakses, aspek integrity adalah informasi tidak boleh diubah tanpa seijin pemilik informasi, aspek availability yang berhubungan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan, aspek acces control merupakan aspek pengaturan akses informasi, aspek non repuniation aspek ini menjaga agar seseorang tidak dapat menyangkal telah melakukan transaksi. Jadi kesimpulannya adalah keamanan dalam menggunakan *e-banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *e-banking*.

### 3. Pembahasan Hipotesis 3 (Pengaruh Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan *e-banking*)

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui hasil uji t untuk variable risiko nasabah memiliki t hitung sebesar 0,967 lebih kecil dari 2,015 dan nilai signifikan sebesar 0,336 lebih dari 5% sehingga H3 ditolak, sehingga risiko nasabah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti (2017) bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa, tingginya potensi kerugian yang diterima saat melakukan sesuatu guna mengharapkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan jasa elektronik akan sangat mempengaruhi penggunaan *e-banking*, karena berkaitan dengan transaksi perbankan. Semakin

besar risiko semakin besar pula kemungkinan keterlibatan ekonomi dalam penggunaan system. Sejalan dengan teori TAM yang menjelaskan minat berperilaku dalam menggunakan teknologi informasi, maka risiko menjadi salah satu factor seseorang dalam menggunakan *e-banking*, dimana semakin kecil risiko maka minat seseorang dalam menggunakan akan semakin tinggi.

Ketika risiko menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan menghindari penggunaan atau meminimkan risiko melalui pencarian dan evaluasi alternatif pra-penggunaan dalam tahap pengambilan keputusan. Informasi mengenai *e-banking* sangat dibutuhkan oleh para nasabah bank. Proses pengambilan keputusan yang demikian menggambarkan adanya kebimbangan pelaku ekonomi dengan suatu produk perbankan yaitu *e-banking*. Karena risiko akan membuat nasabah berpikir ulang mengenai penggunaan *e-banking* tersebut maka semakin tinggi risiko yang dipikirkan nasabah akan semakin menurunkan minat bertransaksi menggunakan *e-banking*. Untuk itu pihak bank juga memberikan kesadaran kepada nasabah bahwa penggunaan *e-banking* juga memiliki risiko sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan risiko menggunakan *e-banking*.

### 4. Pembahasan Hipotesis 4 (Pengaruh Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan *e-banking*)

Dari hasil tabel diatas nilai uji t hitung untuk variable lifestyle sebesar 6,316 dan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 5%, sehingga H4 diterima artinya *lifestyle* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alfrin Erma Sampoerna Nadia Asandimitra (2021) bahwa *lifestyle* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking* dan diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa *lifestyle* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang terutama mahasiswa memiliki pengaruh besar terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. gaya hidup dalam penelitian ini berkaitan dengan aktifitas, minat dan opini mahasiswa dalam menghabiskan

waktu maupun uangnya. Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang cenderung mengikuti *trend* dan sebagai kaum milenial yang menyukai hal-hal yang praktis dan efisien. Mahasiswa seringkali menggunakan alat pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi, hal ini dikarenakan pembayaran non tunai memberikan berbagai manfaat salah satunya praktis dan memberikan kemudahan. Hal ini sejalan dengan konsep teori TAM dimana teori TAM menjelaskan bahwa minat perilaku individu dipengaruhi oleh sikapnya terhadap penerimaan suatu produk yang kemudian dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan atas produk yang bersangkutan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan *lifestyle* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Keamanan dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-banking*. Seharusnya semakin tinggi tingkat keamanan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*, akan tetapi disini keamanan tidak mempengaruhi kemungkinan dikarenakan para nasabah sudah percaya terhadap sistem dari bank dan mungkin karena kebutuhan yang lebih penting sehingga system keamanan tidak terlalu dipertimbangkan.

Sementara itu keterbatasan penelitian dalam pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner lewat *google formulir*, banyak dari responden yang tidak mengisi kuesioner tersebut dan peneliti tidak mendatangi secara langsung terhadap responden. Keadaan ini dapat memberikan pengaruh terhadap jawaban yang diberikan oleh responden yang secara tidak langsung akan mempengaruhi hasil penelitian. Peneliti tidak menyebarkan kuesioner secara langsung sehingga peneliti tidak mampu menjelaskan pertanyaan dari kuesioner tersebut, sehingga membuat para responden kurang memahami pertanyaan dari kuesioner tersebut dalam menyebar *Google formulir* melalui media sosial kurang menjangkau lebih luas dan banyak dari responden yang tidak mengisi kuesioner yang telah disebar.

Adanya berbagai keterbatasan dalam

penelitian ini, maka penulis memberikan bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-banking*.

Untuk penelitian selanjutnya, data dikumpulkan dengan meminta keterangan secara langsung pada responden dengan melakukan wawancara, atau melalui kuesioner namun ditunggu dalam pengisiannya, supaya data yang dihasilkan memiliki nilai positif.

Diharapkan semakin memperluas obyek dan sampel penelitian, sehingga dapat dilakukan perbandingan dan diperoleh hasil lebih kompleks.

## 6. REFERENSI

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128.  
<https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.656>
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). PENGARUH PERSEPSI NASABAH ATAS RISIKO, KEPERCAYAAN, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2), 264–276.
- Featherman, M. S., Miyazaki, A. D., & Sprott, D. E. (2010). Reducing online privacy risk to facilitate *e-service* adoption: the influence of perceived ease of use and corporate credibility. *Journal of Services Marketing*, 24(3), 219–229.
- Kuswanto, T. Y. L., & Baridwan, D. zaki. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online*.
- Martinayanti, N. M. P., & Setiawan, P. Y.

- (2016). PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI PERSEPSI RISIKO PADA NIAT BELI PRODUK FASHION VIA INSTAGRAM. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4).
- Nirmala, Miftah, M., & Murtatik, dan S. (2020). *Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society*.
- Pratiwi, A. (2018). DAYA TARIK E-BANKING DI KALANGAN CIVITAS AKADEMIKA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SAMARINDA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 165–178. <https://doi.org/10.21093>
- Suprpto, F. M. (2013). Pengaruh Persepsi Keamanan Web dan Kesesuaian Lifestyle terhadap Minat Penggunaan Internet Banking: Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Wulandari, S., & Novitasari, N. (2021). Pengaruh Internet Banking, RisikoKredit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4il.327>