

**EKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR PENENTU MINAT PENGGUNAAN
INTERNET BANKING DI KABUPATEN LAMONGAN:
STUDI KASUS DAN IMPLIKASI STRATEGIS**

***EXPLORATION OF THE DETERMINING FACTORS OF INTERNET BANKING
USE INTEREST IN THE LAMONGAN REGENCY:
CASE STUDY AND STRATEGIC IMPLICATIONS***

Erna Nur Faizah¹⁾, Suyitno Suyitno^{2*)}, Agus Suytano³⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Lamongan

³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

*e-mail korespondensi: yitnomasdar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Lamongan yang telah menggunakan internet banking. Adapun teknik pengumpulan data melalui survei dengan menyebarkan kuesioner yang disusun berdasarkan penelitian terdahulu, dengan menetapkan 100 responden menggunakan teknik sampling stratifikasi. Menerapkan metode survei kuantitatif eksploratif, penelitian ini mengungkap bahwa persepsi kegunaan dan risiko signifikan mempengaruhi minat penggunaan internet banking. Sebaliknya, persepsi kemudahan, keamanan, dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Model regresi linier berganda yang digunakan menjelaskan sebesar 43% variabilitas minat individu, menunjukkan tingkat penjelasan yang moderat. Hasil penelitian menyarankan peningkatan fitur kegunaan dan manajemen risiko pada layanan internet banking sebagai faktor kunci untuk meningkatkan minat pengguna. Edukasi pengguna diidentifikasi sebagai aspek penting lainnya, mengingat kurangnya pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam model yang diteliti.

Kata Kunci: Kabupaten Lamongan; Minat Penggunaan Internet Banking; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan; Persepsi Risiko.

Abstract

This study aims to investigate the factors that affect the interest of individuals in using internet banking in Lamongan Regency. The population in this study is people in Lamongan Regency who have used internet banking. The data collection technique through surveys by distributing questionnaires prepared based on previous research, by determining 100 respondents using the stratification sampling technique. Applying an exploratory quantitative survey method, this study revealed that the perception of usefulness and risk significantly affects the interest in using internet banking. In contrast, perceptions of convenience, security, and trust did not show significant influence. The multiple linear regression model used explains 43% variability of individual interests, showing a moderate level of explanation. The results suggest that improving usability and risk management features in internet banking services is a key factor to increase user interest. User education was identified as another important aspect, given the lack of influence of convenience, security, and trust in the model studied.

Keywords: Lamongan Regency; Interest in using Internet Banking; Perception of Usability; Perspective of Convenience; Risk Perception.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah lanskap perbankan secara global, termasuk di Indonesia (Heryani et al., 2020). Kabupaten Lamongan, sebagai salah satu pusat ekonomi dan bisnis di Provinsi Jawa Timur, tidak terkecuali dari pengaruh transformasi digital. Dalam konteks tersebut, internet banking terlahir sebagai salah satu inovasi yang menjanjikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi perbankan (Putri & Fithrie, 2019). Secara faktual, keberadaan internet banking masih belum diterima sepenuhnya oleh masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan pada kehidupan sehari-hari (Rahi et al., 2019).

Berdasarkan kajian lapang dan telaah literatur, bahwa minat individu terhadap penggunaan internet banking dipengaruhi oleh berbagai faktor, meliputi kegunaan multi fungsi, kemudahan dalam bertransaksi, kesadaran tentang keamanan, kepercayaan terhadap teknologi, dan resiko teknis maupun nok teknis (Heryani et al., 2020). Kajian tentang faktor-faktor tersebut menjadi sangat penting guna mengidentifikasi hambatan dan pendorong dalam adopsi internet banking di Kabupaten Lamongan, dengan karakteristik demografis dan sosioekonomi yang khas dan memiliki kearifan lokal yang sangat unik (Sharma et al., 2020).

Selain itu, tantangan yang dihadapi dalam adopsi internet banking di Kabupaten Lamongan juga terkait dengan infrastruktur teknologi dan literasi digital masyarakatnya (Apsari et al., 2021). Sebagaimana diketahui, pembangunan infrastruktur yang memadai adalah kunci utama dalam mendukung penerapan teknologi apapun, termasuk internet banking. Ketersediaan akses internet yang stabil dan cepat, serta keamanan sistem yang dapat diandalkan, adalah prasyarat untuk meningkatkan kepercayaan pengguna (Asofta et al., 2022). Dalam perspektif lain, literasi digital secara signifikan juga sangat berpengaruh terhadap kemampuan individu untuk memanfaatkan teknologi internet banking (Sharma et al., 2020). Pendidikan dan pelatihan tentang cara menggunakan layanan internet banking secara efektif dan aman merupakan aspek penting yang harus diperhatikan. Hal tersebut mengindikasikan perlunya program edukasi yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital warga Kabupaten Lamongan, sehingga mereka dapat lebih percaya dan nyaman dalam menggunakan layanan perbankan online (Chaniago & Sari, 2023).

Mengacu pada fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana infrastruktur teknologi di Kabupaten Lamongan mendukung penggunaan internet banking, selanjutnya menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan (Patrik, 2022). Dengan memahami dinamika di balik keputusan pengguna, penyedia layanan perbankan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi internet banking. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendorong inklusi keuangan di wilayah Kabupaten Lamongan yang sedang bertumbuh dengan pesat (Wijanarto & Wardani, 2022).

Penelitian ini merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu penelitian Chauhan et al., (2019) menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan internet banking. Jonathan Patrik, (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, sikap dan kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pelanggan untuk menggunakan mobile banking. Patel & Patel, (2018), menunjukkan bahwa keamanan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan pengaruh social berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan internet banking. Dalam konteks ini, peneliti merujuk pada ketiga penelitian tersebut sebagai acuan, sebab

peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh yang dirasakan oleh individu terhadap penggunaan internet banking dari perspektif kegunaan multi fungsi, kemudahan dalam bertransaksi, kesadaran tentang keamanan, kepercayaan terhadap teknologi, dan resiko teknis maupun nok teknis dengan menggunakan sampel yang berbeda.

Merujuk pula pada penelitian sebelumnya, peneliti menetapkan konstruk berdasarkan Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), TAM merupakan model paling berpengaruh yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi (Syahri & Yanita Setyawati, 2023). Menurut model ini, ada dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi: persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use). Persepsi kegunaan merujuk pada tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha yang berlebihan (Kusumawati & Rikumahu, 2019).

Selain itu, penelitian ini juga mendasarkan pada teori Model Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality Model*), Dalam era digital, kualitas layanan menjadi sangat penting. Model kualitas layanan elektronik menilai kualitas layanan berbasis web berdasarkan beberapa dimensi, termasuk efisiensi sistem, privasi, keamanan, pemenuhan, dan desain sistem. Untuk internet banking, faktor-faktor seperti keamanan transaksi, privasi informasi pengguna, kemudahan akses, dan keandalan sistem adalah kunci untuk mendorong penerimaan pengguna (Alalwan et al., 2018).

LANDASAN TEORI

Internet Banking

Dalam dunia perbankan modern, internet banking telah menjadi salah satu inovasi yang paling signifikan, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi finansial dari mana saja dan kapan saja dengan akses internet. Menurut Rahi et al., (2019), internet banking menawarkan berbagai kemudahan yang mengubah cara konsumen berinteraksi dengan bank mereka, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, dan pemantauan transaksi. Efisiensi waktu, pengurangan biaya, dan kenyamanan akses adalah beberapa manfaat utama yang dikemukakan oleh para pengguna. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan privasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan layanan internet banking oleh konsumen.

Studi oleh jonathan Patrik, (2022) mengembangkan lebih lanjut dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi internet banking di kalangan pengguna. Faktor-faktor tersebut termasuk kepercayaan, yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap bank dan teknologi yang digunakan; persepsi manfaat, seperti kemudahan penggunaan dan kegunaan dari internet banking itu sendiri; serta risiko yang dirasakan, yang sering kali berkaitan dengan kekhawatiran atas keamanan transaksi dan privasi data. Studi ini menekankan pentingnya bank untuk terus meningkatkan sistem keamanan dan menyediakan informasi yang jelas tentang keamanan dan privasi kepada pengguna untuk meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian.

Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Syahputra & Suparno, (2022) khususnya mengamati pengaruh budaya dan infrastruktur teknologi terhadap penerimaan internet banking. Ditemukan bahwa selain faktor individual dan teknologi, faktor eksternal seperti kualitas layanan internet dan dukungan teknis juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi internet banking. Studi ini menyarankan bahwa pengembangan infrastruktur teknologi yang memadai dan penyesuaian

layanan internet banking dengan kebutuhan dan ekspektasi lokal dapat mempercepat penerimaan teknologi ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang konteks lokal sangat penting dalam formulasi strategi oleh bank untuk meningkatkan penggunaan internet banking.

Sistem Informasi Keuangan

Sistem informasi keuangan merupakan salah satu komponen kritis dalam struktur pengelolaan keuangan korporat maupun individu, berperan penting dalam pengumpulan, pemrosesan, dan penyajian data keuangan. Menurut Apsari et al., (2021), sistem ini membantu entitas dalam mengelola aliran kas, mengoptimalkan investasi, dan mengendalikan biaya operasional dengan lebih efektif. Dalam praktiknya, sistem informasi keuangan mengintegrasikan berbagai modul fungsional, seperti akuntansi, pengelolaan piutang, penggajian, dan inventaris, yang memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan cepat. Keandalan sistem ini sangat tergantung pada akurasi input data dan prosedur pemrosesan yang digunakan, sehingga keamanan sistem menjadi aspek kritical yang harus selalu dijaga.

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap evolusi sistem informasi keuangan. Studi oleh Rahi et al., (2019) menunjukkan bahwa implementasi teknologi terkini, seperti perangkat lunak ERP (Enterprise Resource Planning) dan cloud computing, telah meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas sistem informasi keuangan. Teknologi ini memungkinkan integrasi data keuangan yang lebih luas dan real-time, memfasilitasi kerja kolaboratif dan akses remote yang aman. Selain itu, adopsi teknologi baru juga membantu mengurangi biaya IT dan mempermudah skalabilitas operasional. Namun, transisi ke sistem digital yang lebih canggih ini juga memerlukan investasi awal yang besar dan transformasi proses bisnis yang komprehensif.

Dalam konteks globalisasi dan kompetisi pasar yang ketat, peran sistem informasi keuangan menjadi semakin strategis. Penelitian oleh Rahmah, (2018) mengungkapkan bahwa keberhasilan implementasi sistem informasi keuangan tidak hanya bergantung pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada faktor-faktor seperti budaya organisasi, kompetensi SDM, dan kesiapan organisasi dalam menerima perubahan. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pengguna sistem dianggap krusial untuk memaksimalkan manfaat dari investasi sistem informasi keuangan. Sejalan dengan itu, pendekatan manajemen perubahan yang efektif diperlukan untuk mengatasi resistensi internal dan meningkatkan adopsi sistem di semua tingkat organisasi.

Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Minat menggunakan internet banking telah diteliti secara luas dalam literatur tentang teknologi informasi dan perilaku konsumen. Salah satu aspek yang konsisten menonjol adalah persepsi kegunaan, yang merujuk pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Menurut Davis (1989) dalam Budiyanto, (2023), pada Teori Penerimaan Teknologi (TAM), bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Dalam konteks internet banking, kegunaan bisa berarti kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan efisien. Penelitian yang dilakukan oleh Desiyanti and Agustiningsih, (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin tinggi pula kemungkinan individu untuk menggunakan internet banking, karena mereka melihat adanya nilai tambah dalam efisiensi waktu dan usaha.

Persepsi kemudahan penggunaan juga merupakan faktor kritis yang mempengaruhi minat pengguna terhadap internet banking. Hal tersebut berkaitan dengan sejauh mana orang percaya bahwa

menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental. Jika sistem internet banking dirancang dengan antarmuka yang mudah dan intuitif, pengguna akan lebih cenderung untuk mengadopsinya. Penelitian oleh Irawati et al., (2020) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berdampak langsung pada kepuasan pengguna, yang kemudian mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan teknologi. Oleh karena itu, bank dan lembaga keuangan harus memprioritaskan pengembangan platform yang tidak hanya fungsional tetapi juga *user-friendly*.

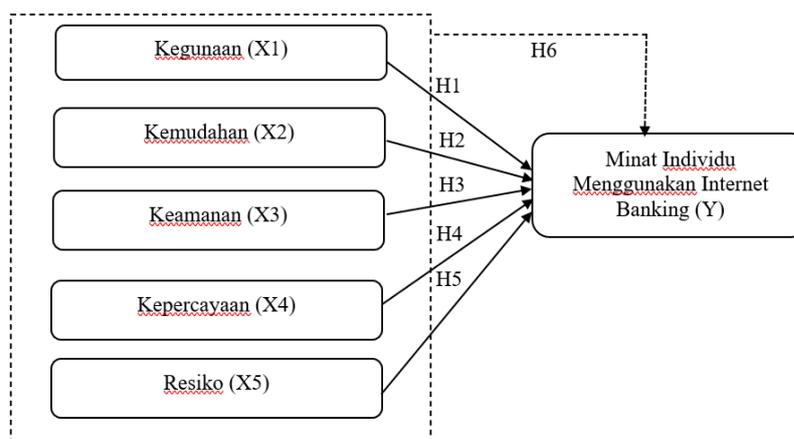
Persepsi keamanan merupakan komponen penting lainnya dalam pembahasan minat penggunaan internet banking. Persepsi keamanan mencakup keyakinan pengguna terhadap keamanan dan privasi transaksi mereka saat menggunakan internet banking. Menurut studi yang dilakukan oleh Fitria et al., (2021), kekhawatiran tentang keamanan sering kali menjadi penghalang utama penggunaan internet banking. Pengguna cenderung menghindari layanan ini jika mereka merasa bahwa data pribadi dan keuangan mereka berisiko terpapar kepada pihak ketiga. Untuk itu, bank perlu terus-menerus mengupdate sistem keamanan mereka dan secara aktif mengkomunikasikan langkah-langkah keamanan yang telah diterapkan kepada para nasabah.

Persepsi kepercayaan juga memainkan peran esensial dalam adopsi internet banking. Kepercayaan dalam konteks ini berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap integritas dan keandalan bank serta teknologi yang digunakan. Menurut Putri & Fithrie, (2019), kepercayaan memfasilitasi transaksi online dengan mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan ekspektasi positif tentang hasil yang diharapkan. Bank yang berhasil membangun hubungan kepercayaan yang kuat dengan nasabahnya, cenderung melihat adopsi yang lebih tinggi dari layanan internet banking.

Akhirnya, persepsi risiko tidak dapat diabaikan dalam diskusi tentang minat menggunakan internet banking. Risiko dalam hal ini tidak hanya terbatas pada keamanan data, tetapi juga mencakup risiko operasional dan teknis. Pengguna sering kali khawatir akan kesalahan teknis yang bisa menyebabkan kerugian finansial. Menurut Alda & Sari, (2023), pengurangan risiko melalui desain sistem yang robust dan dukungan pelanggan yang efektif dapat meningkatkan minat pengguna dalam adopsi internet banking. Bank harus menyediakan jaminan kepada pengguna bahwa setiap masalah yang mungkin timbul akan ditangani dengan cepat dan efisien.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Untuk mendapatkan gambaran serta pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penelitian ini, peneliti merancang kerangka pemikiran yang disajikan dalam Gambar 1:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

HIPOTESIS

Untuk memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang penelitian ini, peneliti merancang kerangka pemikiran, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1:

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Persepsi kegunaan, sesuai dengan Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dalam Budiyanto, (2023) menunjukkan bahwa tingkat keyakinan potensial individu terhadap penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam konteks internet banking, persepsi kegunaan dapat mencakup aspek-aspek seperti kemudahan melakukan transaksi keuangan, kecepatan akses informasi rekening, serta efisiensi dalam mengelola keuangan pribadi dan bisnis.

Dalam literatur tentang teknologi informasi, persepsi kegunaan telah ditemukan memiliki korelasi positif dengan niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengguna yang mempersepsikan internet banking sebagai alat yang menguntungkan lebih cenderung untuk mengadopsi dan terus menggunakan teknologi tersebut Desiyanti and Agustiningsih, (2023) melanjutkan penelitian TAM dan mengemukakan bahwa persepsi kegunaan memengaruhi minat pengguna secara langsung melalui dampaknya pada sikap terhadap penggunaan teknologi. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian ini adalah:

H1: Persepsi kegunaan internet banking berpengaruh positif terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Persepsi kemudahan penggunaan, yang merupakan salah satu dimensi utama dalam Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dirancang oleh Davis (1989), dalam Budiyanto, (2023) mendefinisikan tentang tingkat kebebasan usaha yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan teknologi tertentu. Dalam konteks internet banking, persepsi kemudahan penggunaan meliputi elemen seperti intuitivitas antarmuka, kesederhanaan proses transaksi, dan kemudahan akses informasi keuangan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa sistem yang dianggap mudah digunakan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan secara positif mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Dalam model TAM, Kusumawati & Rikumahu, (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi niat penggunaan secara tidak langsung melalui persepsi kegunaan, serta secara langsung terhadap niat tersebut. Artinya, ketika pengguna merasa suatu sistem mudah untuk digunakan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsinya, sebagian karena mereka percaya sistem tersebut tidak akan menyebabkan kesulitan atau frustrasi. Dalam konteks yang lebih luas, hal ini mengimplikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dalam menggunakan internet banking, semakin tinggi kemungkinan individu akan tertarik untuk menggunakannya. Berdasarkan kerangka teoretis yang telah dijelaskan dan tinjauan literatur sebelumnya, hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah:

H2: Persepsi kemudahan penggunaan internet banking berpengaruh positif terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Persepsi keamanan dalam konteks internet banking mengacu pada tingkat keyakinan pengguna bahwa platform tersebut mampu melindungi data pribadi dan transaksi finansial dari akses tidak sah atau penyalahgunaan. Menurut literatur keamanan informasi, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Mufti & Suripto, (2020), bahwa persepsi keamanan adalah salah satu faktor determinan utama yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi layanan berbasis online. Dalam lingkungan yang semakin digital, kekhawatiran tentang pencurian identitas, fraud, dan kebocoran informasi dapat secara signifikan mengurangi keinginan pengguna untuk berpartisipasi dalam internet banking.

Persepsi keamanan berdampak langsung pada minat pengguna dalam menggunakan internet banking. Jika pengguna merasa bahwa sistem perbankan online aman, mereka lebih cenderung untuk menggunakannya secara rutin. Penelitian oleh Verdina, (2021) menegaskan bahwa persepsi keamanan mempengaruhi tidak hanya kepercayaan pengguna terhadap teknologi tetapi juga niat perilaku mereka untuk melibatkan diri dengan teknologi tersebut. Dalam konteks ini, bank harus menjamin bahwa semua tindakan keamanan yang tepat diterapkan dan dikomunikasikan secara efektif kepada pengguna untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan mereka. Mengingat pentingnya faktor keamanan dalam penggunaan internet banking, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Persepsi kepercayaan dalam konteks internet banking mengacu pada keyakinan pengguna bahwa institusi yang menyediakan layanan tersebut dapat diandalkan, bertanggung jawab, dan memiliki kemampuan untuk menangani layanan dengan aman. Kepercayaan ini tidak hanya terbatas pada keamanan sistem tetapi juga mencakup aspek pelayanan, integritas, dan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian oleh McKnight, Choudhury, dan Kacmar (2002) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna, terutama dalam transaksi online yang sering kali dianggap berisiko tinggi.

Kepercayaan memainkan peran penting dalam mengurangi persepsi risiko yang sering kali dikaitkan dengan transaksi online dan meningkatkan kemauan pengguna untuk mengadopsi internet banking. Penelitian oleh Gefen, Karahanna, dan Straub (2003) mengidentifikasi bahwa kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan teknologi secara positif, khususnya dalam konteks e-commerce. Dalam konteks internet banking, kepercayaan dapat memfasilitasi minat pengguna untuk melakukan transaksi lebih sering, sebab mereka percaya bahwa transaksi mereka akan diproses dengan aman dan informasi pribadi mereka akan terlindungi. Berdasarkan uraian teoritis tersebut, hipotesis yang diusulkan dalam konteks penelitian ini adalah:

H4: Persepsi kepercayaan terhadap internet banking memiliki pengaruh positif terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

5. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Persepsi risiko dalam penggunaan internet banking merujuk pada keyakinan individu tentang potensi kerugian atau kerusakan yang mungkin terjadi sebagai hasil dari penggunaan layanan tersebut. Risiko ini dapat mencakup masalah keamanan data, risiko finansial dari transaksi yang

tidak berhasil, atau risiko privasi yang berkaitan dengan kebocoran informasi pribadi. Menurut literatur yang ada, seperti yang dikemukakan oleh Verdina, (2021), persepsi risiko adalah salah satu faktor kritis yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru, khususnya layanan yang memproses informasi sensitif seperti internet banking.

Persepsi risiko berpotensi membatasi minat pengguna terhadap penggunaan internet banking karena aspek keamanan menjadi pertimbangan utama dalam transaksi online. Penelitian oleh Alda & Sari, (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna, semakin rendah keinginan mereka untuk terlibat dalam penggunaan layanan tersebut. Pengguna cenderung menghindari penggunaan internet banking jika mereka merasa ada ancaman signifikan terhadap keamanan finansial atau data pribadi mereka. Berdasarkan kerangka teori dan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis yang diusulkan untuk penelitian ini adalah:

H5: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

6. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, Dan Risiko Secara Simultan Memengaruhi Minat Individu Untuk Menggunakan Internet Banking

Dalam rangka memahami faktor-faktor yang secara kolektif memengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan internet banking, penting untuk mengintegrasikan persepsi kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko ke dalam sebuah model komprehensif. Persepsi kegunaan dan kemudahan adalah dua dimensi inti dari Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang saling melengkapi (Kusumawati & Rikumahu, 2019). Persepsi kegunaan mengukur sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan internet banking akan meningkatkan efektivitas mereka, sedangkan persepsi kemudahan memengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat layanan tersebut. Faktor-faktor ini secara sinergis dapat meningkatkan minat individu dalam menggunakan teknologi perbankan digital, khususnya bila pengguna merasa bahwa internet banking tidak hanya bermanfaat tetapi juga mudah diakses dan digunakan dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Selain itu, persepsi keamanan dan kepercayaan memainkan peran penting dalam mengurangi hambatan adopsi teknologi berbasis internet. Keamanan yang dirasakan memberi jaminan kepada pengguna bahwa data pribadi dan transaksi mereka terlindungi, yang secara langsung meningkatkan kepercayaan terhadap layanan. Kepercayaan, pada gilirannya, mendorong pengguna untuk merasa lebih yakin bahwa sistem dapat diandalkan dan aman, bahkan dalam lingkungan digital yang penuh risiko. Persepsi risiko, sebaliknya, berfungsi sebagai faktor penghambat yang dapat mengurangi minat pengguna dalam mengadopsi internet banking. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatukan kelima faktor ini dalam konteks penggunaan internet banking di Kabupaten Lamongan adalah:

H6: Persepsi kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko secara simultan memengaruhi minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah individu pengguna atau calon pengguna layanan internet banking di Kabupaten Lamongan. Penelitian ini berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat individu untuk menggunakan internet banking, meliputi persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan. Fokus utama dari

penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana setiap faktor tersebut, baik secara individual maupun simultan, memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi layanan internet banking, guna memberikan wawasan yang relevan bagi pengembangan layanan keuangan digital yang lebih efektif dan efisien di Kabupaten Lamongan.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam studi ini adalah semua individu yang menggunakan layanan perbankan di Kabupaten Lamongan, yang memiliki akses ke internet banking. Kabupaten Lamongan dipilih sebagai lokasi penelitian karena keunikannya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di wilayah Jawa Timur, di mana teknologi finansial, termasuk internet banking, mulai berkembang. Mengingat skala populasi yang luas dan heterogen, penelitian ini fokus pada pengguna bank yang telah terdaftar dan menggunakan internet banking minimal satu kali dalam enam bulan terakhir, untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan dengan subjek penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampling stratifikasi (Sugiyono, 2017). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk membagi populasi ke dalam strata atau kelompok berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti usia, jenis kelamin, status pekerjaan, dan frekuensi penggunaan internet banking. Sampel kemudian diambil secara proporsional dari setiap strata untuk memastikan bahwa sampel yang dikumpulkan mewakili populasi secara keseluruhan. Keuntungan dari penggunaan sampling stratifikasi adalah peningkatan akurasi statistik dan representasi yang lebih baik dari populasi, yang sangat penting dalam menganalisis pengaruh variabel demografis terhadap minat menggunakan internet banking.

Prosedur pengambilan sampel dimulai dengan identifikasi dan kolaborasi dengan bank lokal di Kabupaten Lamongan untuk memperoleh data awal mengenai jumlah nasabah yang memenuhi kriteria inklusi. Setelah strata terdefinisi, selanjutnya dilakukan pengundian sampel secara acak dari setiap strata untuk menentukan responden yang diikutsertakan dalam survei. Ukuran sampel dihitung berdasarkan kriteria statistik untuk mendapatkan hasil yang valid, dengan mempertimbangkan margin error dan tingkat kepercayaan yang diinginkan. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut Sugiyono, (2017) digunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen.

Pada $\alpha = 5\%$, $Z = 1,96$.

Moe = margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10 %.

Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara (Interview), Teknik ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk menggali informasi yang mendalam. Wawancara memungkinkan peneliti memahami persepsi, pengalaman, dan pandangan responden terkait penggunaan internet banking. Metode ini berguna untuk memperoleh data kualitatif yang tidak dapat diungkapkan melalui kuesioner (Sugiyono, 2022).
- b. Kuesioner (Angket), Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data secara kuantitatif dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden. Pertanyaan dirancang secara terstruktur untuk mengukur persepsi kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan terkait internet banking. Teknik ini memungkinkan pengumpulan data dari sejumlah besar responden dalam waktu yang efisien (Sugiyono, 2022).
- c. Observasi, Teknik observasi digunakan untuk mencatat secara langsung perilaku atau tindakan responden saat menggunakan internet banking. Data yang diperoleh melalui observasi bersifat objektif dan dapat melengkapi data dari wawancara dan kuesioner, memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang penggunaan teknologi tersebut. (Sugiyono, 2022).

4. Prosedur Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan menggunakan teknik survei online. Survei online dipilih karena efisien, dapat menjangkau responden yang lebih luas dan biaya yang relatif rendah. Kuesioner disebarkan melalui email kepada nasabah bank di Kabupaten Lamongan yang telah terdaftar sebagai pengguna layanan internet banking. Sebelum distribusi, kuesioner diuji coba pada sekelompok kecil responden untuk memastikan kejelasan dan kevalidan pertanyaan. Setelah revisi berdasarkan umpan balik, kuesioner disebarluaskan kepada responden terpilih. Partisipasi dalam survei bersifat sukarela dan anonim, dengan penekanan pada pentingnya kejujuran dan ketelitian dalam memberikan respons untuk meningkatkan keakuratan hasil penelitian (Sugiyono, 2022).

5. Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah pertama adalah melakukan pembersihan data untuk menghapus entri yang tidak lengkap atau tidak logis. Data yang telah dibersihkan dianalisis menggunakan berbagai teknik statistik, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Uji Validitas, Digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung pada tabel kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan nilai r table, menggunakan ketentuan untuk *degree of freedom* ($df = n - k$), dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variabel independennya (Imam Ghozali, 2018). Dengan jumlah sampel (n) dan tingkat signifikan 0,005 maka r tabel pada penelitian ini adalah: (1) Bila r hitung $>$ r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid; (2) Bila r hitung \leq r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

- b. Uji Reliabilitas, Digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari (Santoso, 2017).

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan resiko (X5) terhadap minat menggunakan internet Banking (Y) nasabah bank di Kabupaten Lamongan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y	= Minat menggunakan
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ b ₅	= Koefisien regresi
X ₁	= Kegunaan
X ₂	= Kemudahan
X ₃	= Keamanan
X ₄	= Kepercayaan
X ₅	= Resiko

7. Uji Hipotesis

- a. Pengujian Parsial (Uji t), Digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Santoso, 2017).

Hipotesis yang dipakai adalah:

Ho : $b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : $b_i > 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

(1). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima; (2). Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

- b. Pengujian Simultan (Uji F), Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Santoso, 2017).

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test diatas, yaitu: Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$
Artinya: tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4) resiko (X5) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan (Y).

Ha : $b_1 - b_5 \geq 0$

Artinya: ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4) resiko (X5) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan (Y).

8. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, penggunaan R square adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan variabel independen kedalam model, maka R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen kedalam model. Oleh karena itu patut digunakan nilai adjusted R square untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Santoso, 2017).

HASIL ANALISIS

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dapat disajikan secara lengkap dan terperinci sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Factor	Validitas	Alpha	Keterangan
Kegunaan (X ₁)	0,889	0,797	Valid dan reliable
Kemudahan (X ₂)	0,846		Valid dan reliable
Keamanan (X ₃)	0,868		Valid dan reliable
Kepercayaan (X ₄)	0,874		Valid dan reliable
Resiko (X ₅)	0,538		Valid dan reliable
Minat menggunakan (Y)	0,684		Valid dan reliable

Sumber: Data diolah (2024)

Mengacu penyajian data pada tabel 1. Menunjukkan bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas pada semua variabel penelitian memiliki nilai validitas yang cukup tinggi. Persepsi kegunaan (X₁) memiliki nilai validitas sebesar 0,889, persepsi kemudahan (X₂) sebesar 0,846, persepsi keamanan (X₃) sebesar 0,868, dan persepsi kepercayaan (X₄) sebesar 0,874, yang semuanya berada di atas ambang batas yang ditetapkan, sehingga dinyatakan valid. Selain itu, variabel persepsi risiko (X₅) dengan nilai 0,538 dan minat menggunakan internet banking (Y) sebesar 0,684 juga dinyatakan valid. Uji reliabilitas diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha, yang dalam penelitian ini adalah 0,797. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki reliabilitas yang baik, melebihi ambang batas minimum 0,70, yang mengindikasikan konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2. Uji Linear Berganda

Hasil perhitungan uji regresi linear berganda, dapat dijelaskan secara lengkap dan terperinci sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

OLS Regression Results						
Dep. Variable:	Minat Individu	R-squared:	0.430			
Model:		Adj. R-squared:	0.391			
Method:	Least Squares	F-statistic:	11.16			
Date:	Mon, 08 Apr 2024	Prob (F-statistic):	4.94e-08			
Time:	07:43:03	Log-Likelihood:	-139.69			
No. Observations:	80	AIC:	291.4			
Df Residuals:	74	BIC:	305.7			
Df Model:	5					
Covariance Type:	nonrobust					
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	2.7539	1.251	2.201	0.031	0.261	5.247
KEGUNAAN (X1)	0.4304	0.155	2.776	0.007	0.121	0.739
KEMUDAHAN (X2)	-0.0760	0.158	-0.479	0.633	-0.392	0.240
KEAMANAN (X3)	0.1184	0.119	0.997	0.322	-0.118	0.355
KEPERCAYAAN (X4)	-0.2029	0.137	-1.482	0.143	-0.476	0.070
RESIKO (X5)	0.4651	0.107	4.359	0.000	0.253	0.678
Omnibus:	12.472	Durbin-Watson:	1.838			
Prob(Omnibus):	0.002	Jarque-Bera (JB):	15.107			
Skew:	-0.741	Prob(JB):	0.000524			
Kurtosis:	4.528	Cond. No.	196.			

Notes:
 [1] Standard Errors assume that the covariance matrix of the errors is correctly specified.

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 2. Menunjukkan bahwa:

- a. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa R-squared (koefisien determinasi) adalah 0.430, yang berarti bahwa sekitar 43% variabilitas dalam variabel dependen (Minat Individu Menggunakan Internet Banking) dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.
- b. Bahwa model memiliki tingkat penjelasan yang moderat terhadap variabilitas data. F-statistic dan Prob (F-statistic) menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan secara statistik pada level kepercayaan yang umum digunakan ($p < 0.05$).
- c. Dari variabel independen, kegunaan (X1) dan resiko (X5) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Individu menggunakan Internet Banking (Y), dengan p-value masing-masing 0.007 dan 0.000, menunjukkan bahwa kedua variabel ini secara statistik signifikan dalam memprediksi Minat Individu menggunakan Internet Banking.
- d. Variabel kemudahan (X2), keamanan (X3), dan kepercayaan (X4) tidak signifikan secara statistik dalam model ini, dengan p-value masing-masing 0.633, 0.322, dan 0.143. Menunjukkan bahwa ketiga variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Individu menggunakan Internet Banking (Y) dalam sampel data yang digunakan.
- e. Secara keseluruhan, model menunjukkan bahwa Kegunaan dan Resiko adalah faktor penting yang mempengaruhi Minat Beli, sementara Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

3. Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji t)

Hasil uji Signifikansi Parameter Individu (Uji t), dengan mengacu pada table 2, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. **Persepsi Kegunaan (X1):** Koefisien variabel ini sebesar 0.4304 dengan nilai t sebesar 2.776 dan P-value 0.007, yang menunjukkan signifikansi pada level 5% ($P < 0.05$). Artinya, persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking.

- b. Persepsi Kemudahan (X2): Koefisien variabel ini sebesar -0.0760 dengan nilai t -0.479 dan P-value 0.633. Nilai P yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat individu.
- c. Persepsi Keamanan (X3): Koefisien sebesar 0.1184 dengan nilai t 0.997 dan P-value 0.322, yang juga tidak signifikan ($P > 0.05$), menandakan bahwa persepsi keamanan tidak mempengaruhi minat individu secara signifikan.
- d. Persepsi Kepercayaan (X4): Koefisien sebesar -0.2029 dengan nilai t -1.482 dan P-value 0.143. Nilai ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan tidak signifikan dalam mempengaruhi minat individu ($P > 0.05$).
- e. Persepsi Risiko (X5): Koefisien variabel ini sebesar 0.4651 dengan nilai t 4.359 dan P-value 0.000, yang signifikan pada level 1% ($P < 0.01$). Ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat individu.

4. Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil Uji Simultan (Uji F) yang ditunjukkan dalam table 2, nilai F-statistic adalah 11.16 dengan tingkat signifikansi (P-value) sebesar $4.94e-08$. Karena P-value jauh lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen, yaitu persepsi kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan risiko (5), secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu (Y) untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dapat menjelaskan hubungan antara semua variabel independen dengan variabel dependen secara keseluruhan.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 2, nilai Koefisien Determinasi (R-squared) adalah 0.430. Ini berarti bahwa 43% variasi dalam minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, yaitu persepsi kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko. Sisa 57% variasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Nilai Adjusted R-squared sebesar 0.391 menunjukkan tingkat penyesuaian model yang sedikit lebih rendah, mengindikasikan bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan hubungan secara keseluruhan, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Kegunaan (X1): Hasil uji regresi menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat individu menggunakan internet banking. Koefisien positif sebesar 0.4304 dan nilai p-value 0.007 menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang berguna dari internet banking memang dianggap penting oleh pengguna dalam menentukan keputusannya.

Hasil penelitian ini selaras dengan Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dalam Nizar and Yusuf, (2022) menunjukkan bahwa tingkat keyakinan potensial individu terhadap penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. penelitian yang dikembangkan, sesuai pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati & Rikumahu,

(2019) mengemukakan bahwa persepsi kegunaan memengaruhi minat pengguna secara langsung melalui dampaknya pada sikap terhadap penggunaan teknologi.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Kemudahan (X2): Variabel kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan koefisien -0.0760 dan nilai p -value sebesar 0.633 . Ini bisa diartikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat penggunaan internet banking dalam sampel yang diteliti.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dirancang oleh Davis (1989), dalam Khoir and Soebiantoro, (2022) mendefinisikan tentang tingkat kebebasan usaha yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan teknologi tertentu. Begitupula dengan hasil penelitian Kusumawati & Rikumahu, (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi niat penggunaan secara tidak langsung melalui persepsi kegunaan, serta secara langsung terhadap niat tersebut. Artinya, ketika pengguna merasa suatu sistem mudah untuk digunakan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsinya, sebagian karena mereka percaya sistem tersebut tidak akan menyebabkan kesulitan atau frustrasi.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Keamanan (X3): Dalam model ini, persepsi keamanan juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan internet banking dengan koefisien 0.1184 dan nilai p -value sebesar 0.322 . Meskipun demikian, keamanan merupakan aspek yang krusial dalam layanan online dan hasil ini mungkin mengindikasikan bahwa para responden merasa cukup aman dengan keamanan internet banking saat ini atau faktor lainnya lebih berpengaruh.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Mufti & Suripto, (2020), bahwa persepsi keamanan adalah salah satu faktor determinan utama yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi layanan berbasis online. Begitupula dengan hasil penelitian Verdina, (2021) menunjukkan bahwa persepsi keamanan mempengaruhi tidak hanya kepercayaan pengguna terhadap teknologi tetapi juga niat perilaku mereka untuk melibatkan diri dengan teknologi tersebut.

4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Kepercayaan (X4): Persepsi kepercayaan tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi minat menggunakan internet banking, dengan koefisien -0.2029 dan nilai p -value 0.143 . Ini menunjukkan bahwa, dalam sampel ini, meskipun kepercayaan adalah penting, namun bukan merupakan penentu utama minat penggunaan internet banking.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh McKnight, Choudhury, dan Kacmar (2002) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna, terutama dalam transaksi online yang sering kali dianggap berisiko tinggi. Begitupula dengan hasil penelitian Gefen, Karahanna, dan Straub (2003) yang mengidentifikasi bahwa kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan teknologi secara positif, khususnya dalam konteks internet banking, kepercayaan dapat memfasilitasi minat pengguna untuk melakukan transaksi lebih sering, sebab mereka percaya bahwa transaksi mereka akan diproses dengan aman dan informasi pribadi mereka akan terlindungi.

5. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking

Resiko (X5): Berbeda dengan kepercayaan, persepsi risiko menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan koefisien positif 0.4651 dan nilai p -value < 0.001 . Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan internet banking, yang mungkin mencerminkan bahwa individu yang sadar akan risiko lebih cenderung menggunakan internet banking karena mereka mungkin mengambil tindakan yang tepat untuk mengelola risiko tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dikembangkan oleh Verdina, (2021), persepsi risiko adalah salah satu faktor kritis yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru, khususnya layanan yang memproses informasi sensitif seperti internet banking. Senada dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Alda & Sari, (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna, semakin rendah keinginan mereka untuk terlibat dalam penggunaan layanan tersebut.

Secara keseluruhan, model regresi mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi risiko adalah faktor yang signifikan dalam mempengaruhi minat individu menggunakan internet banking. Sedangkan persepsi kemudahan, keamanan, dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam model ini. Dengan koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0.430, model menjelaskan sekitar 43% variabilitas dari minat individu menggunakan internet banking, yang menunjukkan tingkat penjelasan yang moderat. F-statistik yang signifikan menunjukkan bahwa model secara keseluruhan relevan dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

6. Pengaruh Persepsi kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan dalam tabel, variabel persepsi kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan risiko (X5) secara simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan. Hal ini tercermin dari nilai F-statistic sebesar 11.16 dengan tingkat signifikansi (P-value) sebesar $4.94e-08$, yang menunjukkan bahwa model regresi ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen secara kolektif dengan variabel dependen. Nilai R-squared sebesar 0.430 mengindikasikan bahwa sekitar 43% variabilitas dalam minat individu terhadap penggunaan internet banking dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut.

Secara individual, persepsi kegunaan (P-value = 0.007) dan persepsi risiko (P-value = 0.000) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan internet banking. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu, seperti yang dikemukakan oleh Asofta et al., (2022), yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki hubungan positif dengan niat penggunaan teknologi. Penelitian lain oleh Chauhan et al., (2019) juga menegaskan bahwa persepsi risiko berperan sebagai faktor penghambat, di mana risiko yang tinggi menurunkan minat pengguna untuk mengadopsi teknologi keuangan digital. Sebaliknya, variabel kemudahan, keamanan, dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam model ini, dengan nilai P-value yang lebih besar dari 0.05.

Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat individu dalam menggunakan internet banking, pihak perbankan di Kabupaten Lamongan harus memperkuat persepsi kegunaan layanan mereka, misalnya dengan memperjelas manfaat dan efisiensi internet banking dalam transaksi keuangan. Selain itu, perhatian yang serius perlu diberikan untuk mengurangi persepsi risiko melalui peningkatan keamanan dan edukasi pengguna. Sebagaimana

dijelaskan oleh Apsari et al., (2021), peningkatan keamanan dapat membangun kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya berkontribusi pada adopsi teknologi yang lebih luas. Meskipun keamanan dan kepercayaan dalam model ini tidak menunjukkan signifikansi, mereka tetap penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengguna teknologi keuangan digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut ini adalah kesimpulan yang disusun secara lengkap dan sistematis:

1. Hipotesis 1 diterima, artinya variabel persepsi kegunaan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan internet banking. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila pengguna mempersepsikan internet banking sebagai alat yang berguna, minat mereka untuk menggunakannya meningkat.
2. Hipotesis 2 ditolak, maknanya variabel persepsi kemudahan (X2) tidak berpengaruh secara positif terhadap minat pengguna internet banking, dapat diartikan bahwa pengguna tidak memprioritaskan kemudahan penggunaan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan internet banking.
3. Hipotesis 3 diterima, bahwa variabel persepsi keamanan (X3) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan, mengindikasikan bahwa pengguna merasa layanan yang ada sudah cukup aman atau ada faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
4. Hipotesis 4 ditolak, bahwa variabel persepsi kepercayaan (X4) tidak terdapat bukti yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking, yang mungkin menunjukkan bahwa faktor-faktor lain lebih berperan dalam menentukan minat pengguna.
5. Hipotesis 5 diterima, bahwa variabel persepsi resiko (X5) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat penggunaan internet banking, yang mungkin mencerminkan kesadaran pengguna akan potensi resiko namun tetap tertarik untuk menggunakan layanan tersebut dengan pengelolaan resiko yang tepat.
6. Hipotesis 6 diterima, bahwa variabel persepsi kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan risiko (X5) secara simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakan internet banking di Kabupaten Lamongan.
7. Model Regresi Linier Berganda, Model yang diuji menghasilkan nilai R-squared sebesar 0.430, yang menandakan bahwa model dapat menjelaskan sekitar 43% variabilitas dari Minat Individu dalam menggunakan internet banking. Ini menunjukkan tingkat penjelasan yang moderat dari model terhadap variabel dependen.
8. Uji F menyatakan bahwa model regresi linier berganda secara keseluruhan signifikan. F-statistik yang besar dan Prob (F-statistic) yang sangat kecil menunjukkan bahwa setidaknya ada dua variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

REFERENSI

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>

- Alda, & Sari, W. (2023). Aspek Hukum Perlindungan Bagi Nasabah dalam Menghadapi Ancaman Cybercrime Penggunaan Internet Banking. *JRP: Jurnal Relasi Publik*, 1(4), 1–10.
- Apsari, D. A. P., Meinarni, N. P. S., & Parwita, W. G. S. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Data Nasabah Terhadap Cybercrime Di Kota Denpasar. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 142–149.
<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/1254>
- Asofta, W., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2022). Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Pengguna Internet Banking Nasabah Bank Bri Unit Kerja-Bri Kcp Gentengkali Jalan Gentengbesar No 26 Kecamatan Genteng Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(1), 123–130.
- Budiyanto, A. (2023). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik Institut Bisnis Nusantara. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 98–102.
<https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2.776>
- Chaniago, N., & Sari, R. R. (2023). Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Penggunaan Internet Banking. *Ekonomi Digital*, 1(2), 103–110.
<https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.29>
- Chauhan, V., Yadav, R., & Choudhary, V. (2019). Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 323–339. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0028>
- Desiyanti, H., & Agustiningih, W. (2023). Penggunaan E-Wallet dengan Pendekatan TAM di Jakarta Barat. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 518.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.793>
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>
- Heryani, I. I. P., Simanjuntak, M., & Maulana, A. (2020). Perilaku Penggunaan Internet Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 86–95.
<https://doi.org/10.17358/jabm.6.1.86>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120.
<https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Jonathan Patrik, Lady. (2022). Faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan mobile banking dari Internet Banking terhadap penggunaan konsumen perbankan di Indonesia. *Journal of Management & Business*, 5(1), 284. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1575>
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>

- Kusumawati, R. I., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan Internet Banking Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 215–229. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.203>
- Mufti, R., & Suripto, T. (2020). Analisa Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Bank BNI Syariah. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(1), 55. [https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(1\).55-61](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(1).55-61)
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Putri, D. L., & Fithrie, S. (2019). Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri). *Ikraith Ekonomika*, 2(2), 21–28.
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Rahmah, Y. N. (2018). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah ‘Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(6), 579–588. <https://proxisisgroup.com/articles/waspadailah-hantaman-serangan-cyber-terhadap->
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Elex Media Komputindo.
- Sharma, R., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Modelling internet banking adoption in Fiji: A developing country perspective. *International Journal of Information Management*, 53(March), 102116. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102116>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:202103342>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. 832. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:202103342>
- Syahputra, R., & Suparno, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(3), 379–388. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i3.21114>
- Syahri, A., & Yanita Setyawati, C. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Qris Bca Mobile Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(2), 143–151. <https://doi.org/10.32524/jkb.v21i2.949>
- Verdina, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Penggunaan Internet Banking Nuning. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6(3), 56–67.

Wijanarto, A. L., & Wardani, D. (2022). Peran Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA di Kota Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i1.228>