

**ANALISIS *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED RISK* DAN *TRUST*
TERHADAP PEMANFAATAN ATM BAGI NASABAH
(Studi Pada Bank Sumsel babel Syariah)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)

OLEH:

Sisca Retnosari
14190428



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**PALEMBANG
2015**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisca Retnosari

NIM : 14190428

Jenjang : S1 Ekonomi Islam

Manyatakan, bahwa karya skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang,

Februari 2016

Sisca Retnosari

14190428

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan..Istiqomah dalam menghadapi cobaan. YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH..

Kupersembahkan Untuk :

- **Orang tuaku**
- **Adikku**
- **Teman-temanku**
- **Almamaterku**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh daya guna (*Perceived Usefulness*), risiko (*perceived risk*) dan kepercayaan (*trust*) terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank SumselBabel Syariah. Sampel ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*. Dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda-beda karakternya dan bersifat heterogen, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representatif untuk mewakili populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna ATM Bank SumselBabel Syariah. Analisis yang dilakukan untuk menganalisis data adalah model regresi linear berganda.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 36,8% variasi dari variabel Pemanfaatan ATM dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust*. Variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, dan *Trust* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

Kata Kunci : *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Trust*, dan Pemanfaatan ATM.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai dalam skripsi ini adalah Pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawahnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik di atasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan Rangkap, termasuk tanda *Syad/d/ah*, ditulis lengkap

أحمدية : ditulis *A h}madiyyah*

C. Ta>' Marbu>t}ah di akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia.

جماعة : ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t.

نعمة الله : ditulis *ni'matullāh*

زكاة الفطر : ditulis *zakātul-fit{ri*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dammah ditulis u

E. Vokal Panjang

1. a panjang ditulis a>, i panjang ditulis i> dan u panjang ditulis u>, masing-masing dengan tanda (^ˉ) di atasnya

2. Fathah + ya>' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai, dan fathah + wa>wu mati ditulis au

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أنتم : ditulis *a'antum*

مؤنث : ditulis *mu'annas|*

G. Kata Sandang Alief + La>m

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah ditulis al-

القرآن : ditulis *al-Qur'an*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf i diganti dengan huruf syamsiyah yang mengikutinya

الشيعة : ditulis *asy-syī'ah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

شيخ الإسلام : ditulis *syaikh al-Islām* atau *syaikhul-Islām*

J. Lain-Lain.

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll.), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna. Di antara salah satu kesempurnaannya adalah Dia karuniakan manusia pikiran dan kecerdasan, serta kemampuan memperoleh dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Shalawat dan salam kita sanjungkan kepada pimpinan revolusioner umat Islam sedunia tiada lain yakni, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya yang selalu berpegang teguh hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “**Analisis *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* Dan *Trust* Terhadap Pemanfaatan Atm Bagi Nasabah (Studi Pada Bank Sumselbabel Syariah)**” ini dapat terselesaikan. Tentunya penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi yang penulis lakukan bukanlah apa-apa jika dibandingkan dengan karya-karya besar yang lebih dahulu ada, karena masih banyak kekurangan, baik dalam penyusunan kata-kata maupun dalam penyajian analisisnya. Namun penulis telah berusaha dengan semaksimal mungkin dalam penulisan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sejak awal penulisan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan secara moril maupun material hingga terselesaikan Skripsi ini dengan baik. Perjalanan studi penulis dari awal hingga akhir tidak ada, tidak ada yang sukses dilalui sendiri. Dibalik keberhasilan selalu ada kebersamaan yang memberikan semangat, motivasi, bimbingan serta

doa. Untuk itu, tak lupa pada kesempatan ini penulis secara khusus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada orangtuaku, Ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu memberikan nasehat dan motivasi bagi penulis menyelesaikan Skripsi, serta senantiasa mengharapkan dan mendo'akan penulis menjadi lebih baik.
2. Bapak Prof. Dr. H Aflatun Muchtar, M.A, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Edyson Saifullah, Lc, M.A
4. Bapak Ulil Amri, Lc., M.HI, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang dan Ibu Juwita Anggraini, M.HI Selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama.
6. Bapak Ulil Amri, Lc., M.HI Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
7. Seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
8. Kepada Saudara-saudara tercinta yang telah memberikan suport bagi penulis untuk menyelesaikan laporan ini yang telah membantu dalam segala hal dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan.

9. Untuk sahabat-sahabat tercinta yang saling memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan satu sama lain.
10. Dan semua teman-teman seperjuangan Alih Program Ekonomi Islam 2014

Palembang, Februari 2016

Penulis

Sisca Retno Sari
14190428

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kerangka Teori	10
2.1.1. Daya Guna (<i>Perceived Usefulness</i>)	10
2.1.2. Resiko (<i>Perceived Risk</i>)	12
2.1.3. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	13
2.1.4. Pemanfaatan Pada ATM	14
2.2. Hubungan Antar Variabel Penelitian	16
2.1.1. Pengaruh Daya Guna (<i>Perceived Usefulness</i>) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM	16
2.1.2. Pengaruh Resiko (<i>Perceived Risk</i>) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM	17
2.1.3. Pengaruh Kepercayaan (<i>Trust</i>) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM	18

2.3. Penelitian Terdahulu	19
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	24
2.4. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.3. Jenis Penelitian	38
3.4. Sumber Data	38
a. Data Primer	39
b. Data Sekunder	39
3.5. Metode Pengumpulan Data	40
a. Metode Angket (Kuisisioner)	40
3.6. Definisi Operasional Variabel	41
3.7. Teknik Analisis Data	43
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	44
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Linearitas	46
c. Uji Multikolinearitas	46
d. Uji Auto Korelasi	47
e. Uji Heterokedastisitas	47
3.7.3. Model Empirik	48
a. Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.7.4. Analisis Statistik	49
a. Uji F Statistik /.....	49
b. Uji t Statistik	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Responden Penelitian	50
a. Responden Menurut Jenis Kelamin	50

b. Responden Menurut Usia	51
c. Responden Menurut Tingkat Pendidikan	51
4.2. Hasil Penelitian	52
4.2.1. Uji Instrumen	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	53
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	55
b. Uji Linearitas	55
c. Uji Multikolinearitas	56
d. Uji Autokorelasi	56
e. Uji Heterokedastisitas	57
4.2.3. Analisis Regresi Berganda	57
4.2.3.1. Pengujian Hipotesis Regresi Linear Berganda	59
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	59
b. Uji Hipotesis	59
c. Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.3. Pembahasan	62
a. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Pemanfaatan ATM ..	62
b. Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap Pemanfaatan ATM	63
c. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Pemanfaatan ATM	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	66
5.3. Keterbatasan Penelitian	67
Daftar Pustaka	68
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	51
Tabel 4.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	51
Tabel 4.4 Uji Validitas	53
Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Uji Normalitas dengan Kolmogorov_Smirnov Test	55
Tabel 4.7 Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan <i>Perceived Usefulness</i>	55
Tabel 4.8 Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan <i>Perceived Risk</i>	55
Tabel 4.9 Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan <i>Trust</i>	56
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas dengan Tolerance dan VIF	56
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson	56
Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas dengan Metode White	57
Tabel 4.13 Coefficients	58
Tabel 4.14 ANOVA	59
Tabel 4.15 Coefficients	60
Tabel 4.16 Model Summary	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

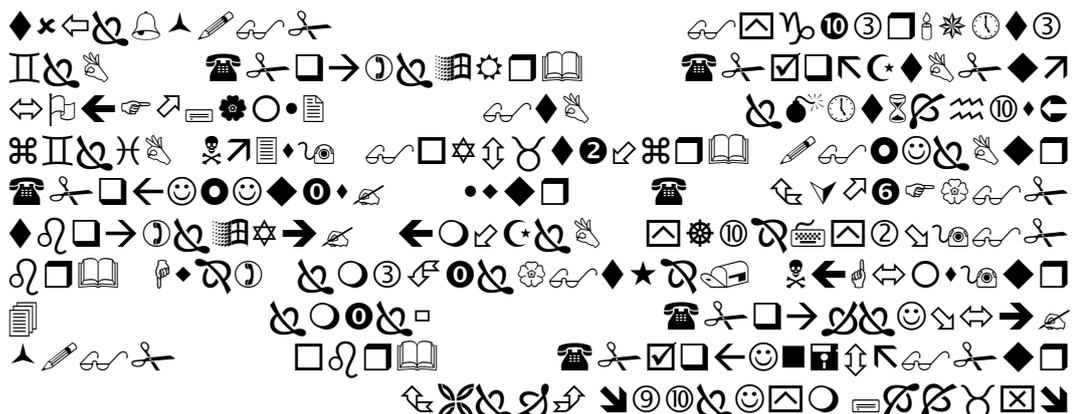
1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. TI dapat memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan dan akurat. Penerapan TI bagi perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat menjadi pusat strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing sehingga saat ini TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan, terutama dalam menjalankan segala aspek aktifitas organisasi.¹ Teknologi informasi ini juga merupakan perangkat penting untuk memperkuat daya saing perbankan.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi yang semakin pesat ini turut berpengaruh pada industri keuangan perbankan. Sistem ATM bank secara drastis mampu merubah lokasi dan dimensi waktu yang diperlukan untuk memperoleh uang tunai dengan pengambilan uang yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sistem *mobile banking* mampu memfasilitasi nasabah untuk melakukan transaksi melalui teknologi dengan sarana telepon seluler. Sementara itu, sistem *internet banking* mampu memberi kemudahan dan kecepatan bertransaksi melalui jaringan internet.

¹ Nasution, Fahmi Natigor. *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Keperilakuan (Behavioral Aspect)*. USU Digital Library. 2004. hlm. 1

Pengembangan produk-produk berbasis teknologi informasi ini diikuti pula oleh perbankan syariah untuk mengembangkan pelayanan. Pengembangan pelayanan yang dilakukan perbankan syariah berbasis teknologi dalam bentuk ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* merupakan sebuah keniscayaan bagi bank syariah untuk merebut pangsa pasar. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil yang usaha baik berupa barang maupun barang/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al Quran Surat Al Baqarah ayat 267 antara lain sebagai berikut:



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Pemahaman bahwa ayat tersebut menganjurkan untuk pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannyapun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen.

ATM merupakan sebuah perangkat komputerisasi yang digunakan oleh suatu lembaga keuangan (bank) dalam upaya menyediakan layanan transaksi keuangan (pengambilan uang) di tempat umum tanpa membutuhkan adanya pegawai bank (*teller*). Pada mulanya penyediaan ATM adalah untuk memudahkan layanan pengambilan uang dari tabungan nasabah. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan akan peningkatan layanan kepada para nasabah, penggunaan ATM telah meluas tidak hanya sebatas pengambilan uang saja. Saat ini sudah memungkinkan bagi para nasabah untuk melakukan transfer (pemindahbukuan) uang, pembayaran, pengecekan saldo, dan transaksi keuangan lainnya dengan cukup menggunakan ATM.²

Persepsi pemakai (*user*) dalam memandang teknologi informasi semakin baik, ditandai dengan sistem yang kemudian dibangun dianggap memberikan manfaat dalam membantu perusahaan secara internal dan eksternal. Internal mencakup aktivitas dalam proses bisnis semisal membuat faktur, surat jalan dan lainnya. Sementara faktor eksternal mencakup strategi bisnis perusahaan yang dibantu oleh teknologi informasi untuk menang dari pesaingnya, termasuk untuk mengikat pelanggan.

ATM (*Authomatic Teller Machine*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. Karena ATM merupakan mesin otomatis yang mempunyai kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* pada perusahaan (bank).

² [Http://www.informatika.org](http://www.informatika.org)

ATM dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi, beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena ATM adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Sistem keamanan diseluruh ATM menggunakan standar pengamanan *best practice* oleh perbankan. Mesin ATM juga dilengkapi kamera CCTV. Bahkan, ada tim monitoring yang selalu memantau fungsi mesin. Tim ini bertugas selama 24 jam. Tim tersebut bisa memantau jika terjadi gangguan pada mesin ATM melalui layar monitor, maupun pasokan uang maupun kertas print untuk bukti penarikan. Sistem keamanan pada ATM walaupun sudah dilakukan oleh perbankan, tetapi dalam fenomenanya masih sering terjadinya tingkat kejahatan dengan berbagai motif pada pengguna ATM mulai dari pembobolan rekening, bahkan pembobolan mesin ATM.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan teknologi, menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan satu peneliti kadang tidak konsisten dengan penelitian serupa yang dilakukan peneliti lainnya. Hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena perbedaan sampel, waktu penelitian, dan populasi yang diteliti, seperti yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Research Gap	Judul	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Pengaruh <i>Trust</i> dalam Penggunaan <i>Automated Teller Machine</i> berdasarkan <i>Technology Acceptance Model</i> (Studi Terhadap Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kudus)	<i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Anita Rahmawaty (2007)
	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> dengan Menggunakan Kerangka <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>		Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007)
	Analisis Hubungan Faktor-Faktor <i>Technology Acceptance, Trust</i> Dan <i>Risk</i> Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan <i>Internet Banking</i> .		Widyarini, Lydia Ari dan Putro, A Yan Wellyan Toni (2008)
	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi pada nasabah Bank BCA)		Gilang Rizki Amijaya (2010)
	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>		Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013)
	Pengaruh <i>Trust, Risk and Technology Acceptance Models</i> terhadap Keputusan Nasabah dengan Minat Nasabah sebagai variabel <i>intervening</i>		Wiwin Suswantini dan Sri Ismulyati (2013)
	Pengaruh Kepercayaan,		Muhammad

Research Gap	Judul	Hasil Penelitian	Peneliti	
Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah	<i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Habibi dan Achmad Zaky (2014)	
	Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi kasus pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)		Mahisa Bima Sakti, Endang Siti Astuti, dan Kertahadi (2014)	
	Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis <i>Internet Banking</i>		Priyanto dan Eko Ganis Sukoharsono (2015)	
	Determinan Minat Individu Menggunakan Uang Elektronik: Pendekatan Modifikasi <i>Technology Acceptance Model</i>		Achmad Syafi'i dan Grace Widijoko (2015)	
	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem <i>Internet Banking</i>		<i>Perceived Usefulness</i> tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan (2012)
	Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>		Samsul Hadi dan Novi (2014)	
Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi pada nasabah Bank BCA)	<i>Perceived Risk</i> berpengaruh positif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Gilang Rizki Amijaya (2010)	
	Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Minat dan		Mahisa Bima Sakti, Endang Siti Astuti, dan Kertahadi	

Research Gap	Judul	Hasil Penelitian	Peneliti	
	Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi kasus pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)		(2014)	
	Determinan Minat Individu Menggunakan Uang Elektronik: Pendekatan Modifikasi <i>Technology Acceptance Model</i>		Achmad Syafi'i dan Grace Widijoko (2015)	
	Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan <i>Modified Theory Of Planned Behavior</i> (Subjek Penelitian Pada Karyawan Dengan Posisi <i>Middle Up</i> Di Universitas Brawijaya Malang)		<i>Perceived Risk</i> berpengaruh negatif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Restu Guriting Panggalih (2010)
	Pengaruh <i>Trust, Risk and Technology Acceptance Models</i> terhadap Keputusan Nasabah dengan Minat Nasabah sebagai variabel <i>intervening</i>			Wiwin Suswanti dan Sri Ismulyati (2013)
	Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>			Samsul Hadi dan Novi (2014)
	Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis <i>Internet Banking</i>			Priyanto dan Eko Ganis Sukoharsono (2015)
	Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Peristiwa <i>cybercrime</i> (Studi pada Nasabah BCA Purworejo)			<i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah
Pengaruh <i>Trust</i> terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah		Totok Tri Setyanto (2011)		
	Analisis Pengaruh <i>Trust</i> Dan Mutu <i>E-Banking</i> Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>Online</i> (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)			

Research Gap	Judul	Hasil Penelitian	Peneliti
	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem <i>Internet Banking</i>	<i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan (2012)
	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>		Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013)
	Pengaruh <i>Trust, Risk and Technology Acceptance Models</i> terhadap Keputusan Nasabah dengan Minat Nasabah sebagai variabel intervening		Wiwin Suswantini dan Sri Ismulyati (2013)
	Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan <i>Modified Theory Of Planned Behavior</i> (Subjek Penelitian Pada Karyawan Dengan Posisi <i>Middle Up</i> Di Universitas Brawijaya Malang)	<i>Trust</i> tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah	Restu Guriting Panggalih (2010)
	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah		Muhammad Habibi dan Achmad Zaky (2014)

Sumber: dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan latar belakang dan penelitian yang telah dijelaskan pada Tabel 1.1 terdapat beberapa hasil penelitian yang tidak konsisten, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Perceived Usefulness, Perceived Risk*

dan *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM Bagi Nasabah (Studi Pada Bank Sumselbabel Syariah)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang penelitian diatas, maka timbul permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh daya guna (*Perceived Usefulness*), terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank SumselBabel Syariah?
- b. Bagaimana pengaruh risiko (*perceived risk*) terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank SumselBabel Syariah?
- c. Bagaimana pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank SumselBabel Syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana pengaruh daya guna (*Perceived Usefulness*), risiko (*perceived risk*) dan kepercayaan (*trust*) terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank SumselBabel Syariah.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan aanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui apa saja variabel-variabel yang dapat memberikan pengaruh bagi nasabah dalam pemanfaatan atm. Serta memberikan informasi mengenai pentingnya dan manfaat dalam pengungkapan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan atm. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Bagi Bank

Manfaat yang dapat diberikan untuk dunia perbankan dari penelitian ini yaitu, sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi, untuk pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam perusahaan. Dimana terkait dengan pengembangan jaringan dan sistem atm dan strategi bank untuk menarik nasabah lebih banyak lagi. Karena pada dasarnya dengan pengelolaan aset dan modal yang efisien dan efektif dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dalam waktu yang cepat.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada investor bahwa kinerja suatu perusahaan itu sangat penting, karena berhubungan dengan seberapa efisien dan efektif sebuah organisasi dapat menetapkan dan mencapai tujuan yang diharapkan. Dimana kinerja perusahaan akan

digunakan investor untuk melihat sejauh mana perusahaan tersebut dapat mempertahankan investasi mereka.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Daya Guna (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut).³ Sedangkan Renza Azhari dan Intan Sari H.Z. dalam Ibna AUFAR⁴ mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai “tingkatan dimana *user* percaya bahwa dengan menggunakan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Thompson. et.al. (dalam Jurnal dan Supomo)⁵, mengemukakan bahwa kebermanfaatan (*usefulness*) TI merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna (*user*) TI pada saat melaksanakan tugasnya. Thompson et.al juga mengemukakan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui ada manfaat positif yang diperoleh atas penggunaan teknologi informasi tersebut. Ukuran *usefulness* didasarkan pada frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang digunakan.

³ Davis, Fred D. *Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology*. Management Information System Quarterly, 1989. 21(3).

⁴ Ibna, AUFAR. *Penggunaan- Kerangka Technology Acceptance Model D-I Dalam Melakukan Penilaian Faktor—Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Government Pemkot Medan*. Medan: Universitas Sumatera utara.2009.

⁵ Jurnal, Teddy dan Bambang Supomo. “Pengaruh Faktor Kesesuaian Tugas-Teknologi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Akuntan Publik”. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. 2002. 5(2):214-226.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* adalah suatu tingkatan kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut yang merupakan cerminan dari adanya proses memilih, usaha, dan interpretasi rangsangan tersebut ke dalam suatu gambaran yang terpadu.

Chin dan Todd⁶ mengemukakan beberapa dimensi tentang kebermanfaatan (*usefulness*) TI yang dibagi kedalam dua kategori, yaitu (1) kebermanfaatan dengan estimasi satu faktor, dan (2) kebermanfaatan dengan estimasi dua faktor (kebermanfaatan dan efektivitas). Kebermanfaatan estimasi satu faktor meliputi dimensi :

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
- b. Bermanfaat (*useful*)
- c. Menambah produktivitas (*increase productivity*)
- d. Mempertinggi efektivitas (*enhance effectiveness*)
- e. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

Kebermanfaatan estimasi dua faktor meliputi dimensi :

- a. Kebermanfaatan meliputi dimensi : (1) menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), (2) bermanfaat (*useful*), (3) menambah produktivitas (*increase productivity*).
- b. Efektivitas meliputi dimensi : (1) mempertinggi efektivitas (*enhance my effectiveness*), (2) mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).

⁶ Chin, W Wynne ; Todd Peter. *On The use Usefulness, ease of use of structural equation Modeling in MIS Research: A note of Caution*. Management Information System Quarterly, 1995. 21(3).

2.1.2. Risiko (*Perceived Risk*)

Risiko adalah sesuatu ketidakpastian yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Dapat dikatakan bahwa transaksi *online* memiliki risiko tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya, telah diproses secara tepat waktu atau tidak. Sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko. Seperti, risiko bocornya PIN dan data pribadi nasabah, risiko dari serangan virus, risiko salah kirim, atau bahkan nasabah melakukan salah ketik. Namun, semua risiko tersebut dapat diminimalisir, baik dari pihak bank ataupun dari nasabahnya. Untuk mencegah terjadinya kebocoran PIN dan data pribadi, maka pihak bank dapat memberikan pengamanan yang berlapis-lapis agar pihak ke tiga tidak dapat mencuri data nasabah. Sedangkan, untuk mengurangi risiko salah kirim maupun salah ketik, nasabah dapat melakukan pengecekan ulang (membaca ulang) sebelum dikirim. Semakin besar risiko yang akan ditanggung nasabah dalam menggunakan layanan sistem *mobile banking*, maka semakin rendah penggunaan sistem tersebut.

Risiko didefinisikan sebagai persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan *mobile banking*. Saat keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan *mobile banking*. Nasabah khawatir jika

kerahasiaan nomor PIN diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan mereka, sehingga menyebabkan rendahnya keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking tersebut.

2.1.3. Kepercayaan (*Trust*)

Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan agar dapat bertahan hidup dalam era *e-banking*, pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap ekselensi jasa *online*. Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking* dalam transaksi perbankan.

Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya. Dalam hal penggunaan *internet banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari *internet banking*. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *internet banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

Dooney dan Cannon⁷ berpendapat dimana kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reliabilitas dan integritas dari rekan pertukaran. Kepercayaan disini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, serta kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan.

Doney dan Canoon (dikutip oleh Kusmayadi 2007:182) berpendapat bahwa, terdapat beberapa indikator dalam variabel kepercayaan yaitu:

1. Kehandalan

Kehandalan artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada para nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Kepedulian

Kepedulian merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi atau menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah

3. Kredibilitas

Kredibilitas artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

2.1.4.Pemanfaatan pada ATM

Pemanfaatan pada ATM menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proporsi

⁷ Doney, P. M ; Cannon, J. P. *An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships*. Journal of Marketing, Volume 61, Number April 1997, pp. 35- 51.

pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan teknologi berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan teknologi berlangsung dalam situasi sukarela. Akan tetapi, proporsi tersebut sangat sulit dalam studi lapangan (Sugeng dan Indriantoro⁸; Jurnal⁹). Sebagai pemecahannya, agar pemanfaatan dikonseptualisasikan sebagai seberapa luas sistem informasi terintegrasi pada setiap tugas rutin individu, baik karena pilihan individu atau karena mandat organisasi. Konsep pemanfaatan tersebut mencerminkan pilihan individu (atau organisasi) untuk menerima sistem, atau institusionalisasi sistem. Konsep ini dioperasionalisasi dengan menanyakan seberapa tinggi ketergantungan pemakai terhadap sederetan daftar sistem informasi berbasis komputer yang tersedia pada organisasi.

ATM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai. ATM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian ATM. ATM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. ATM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang

⁸ Sugeng dan Indriantoro N. *Peran Faktor Kecocokan Tugas-Teknologi dalam Memperoleh Pengaruh Positif Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 13, No. 3, 1998. hlm. 37-56.

⁹ Jurnal, Teddy. *Analisis pengaruh faktor kesesuaian tugas-teknologi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja akuntan publik.*, Simposium Nasional Akuntansi IV, 2001. hlm. 432-452.

berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan manfaat teknologi informasi. Implikasi akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual.

2.2. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.2.1. Pengaruh Daya Guna (*Perceived Usefulness*) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM

Persepsi atas daya guna didefinisikan “*The prospective user’s subjective probability that using a specific application system will increase his or her job performance within an organization context*”.¹⁰

Persepsi atas kemampuan menggunakan teknologi adalah “*degree to which the prospective users expect the target system to be free of effort*”.¹¹ Menurut Teo, dkk dalam Pavlou¹², sebenarnya faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan teknologi adalah motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang ditimbulkan karena persepsi bahwa teknologi merupakan instrumen untuk meningkatkan *value* yang berbeda pada *outcomes* yang diperoleh dari aktivitas spesifik. Motivasi intrinsik tumbuh ketika kebutuhan utama dari sebuah aktivitas itu ada. Dalam penelitian ini motivasi ekstrinsik diperoleh dari *perceived usefulness*. Motivasi ekstrinsik dan intrinsik juga dapat disebabkan karena faktor kepercayaan dan resiko, khususnya untuk transaksi yang bersifat pribadi dan membutuhkan keamanan dalam penggunaan teknologi informasi tersebut.

¹⁰ Davis, Fred D. *Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology*. Management Information System Quarterly, 1989. 21(3).

¹¹ *Ibid*

¹² Pavlou, Paul A. *Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model*. 2001.

Hubungan daya guna dengan pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif dimana tingkat persepsi daya guna merupakan instrumen untuk meningkatkan nilai yang berbeda pada *outcomes* oleh karena itu hipotesis yang diajukan :

H1 =Daya guna (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*).

2.2.2. Pengaruh Resiko (*Perceived Risk*) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM

Resiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana *impersonal* dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan. Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou¹³, kalau resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan). Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan ATM, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada pemanfaatan konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan.

Hubungan resiko terhadap pemanfaatan dalam menggunakan ATM berdampak negatif, dimana nasabah akan semakin tinggi dalam pemanfaatan

¹³ *Ibid*

ATM apabila risiko yang diterima mereka rendah dalam melakukan transaksi dalam suatu sistem perbankan. Oleh karena itu hipotesis yang ditawarkan :

H2 = Risiko (*Perceived Risk*) berpengaruh negatif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*)

2.2.3. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) pada ATM terhadap Pemanfaatan ATM

Kepercayaan merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Menurut Steward, dkk., dalam Pavlou¹⁴ faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* (*banking/retailer/* produsen) dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi ATM agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyai pengaruh besar pada pemanfaatan konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.

Hubungan kepercayaan terhadap pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif, dimana tingkat individu pada konsumen akan percaya dapat melakukan transaksi secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu hipotesis yang ditawarkan :

H3 =Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*)

¹⁴ *Ibid*

2.3. Penelitian Terdahulu

Perceived Usefulness, Perceived Risk, Trust dan Pemanfaatan Atm telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Anita Rahmawaty (2007) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh *Trust* dalam Penggunaan *Automated Teller Machine* berdasarkan *Technology Acceptance Model* (Studi Terhadap Nasabah Bank Syari’ah Mandiri Kudus)”. Menyimpulkan bahwa: *Perceived usefulness, perceived ease of use* dan *trust* terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap dalam menggunakan ATM. *Trust* merupakan variabel yang dominan mempengaruhi sikap dalam menggunakan ATM. *Trust* (kepercayaan) dan sikap terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan ATM. *Trust* mampu mempengaruhi perilaku penggunaan ATM, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi yaitu *attitude* (sikap).

Maharsi Sri dan Yuliani Mulyadi (2007) dengan jurnalnya berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)”. Menyimpulkan bahwa: Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* (BI) adalah manfaat *internet banking* (PU), kemudahan menggunakan *internet banking* (PEU), dan kredibilitas *internet banking* (PC). Faktor kemudahan menggunakan *internet banking* (PEU) secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap ketertarikan menggunakan *internet banking* (BI) melalui manfaat *internet banking* (PU) dan kredibilitas *internet banking* (PC). Faktor kemampuan menggunakan komputer (CSE) juga berpengaruh pada minat menggunakan *internet banking* (BI), hanya saja pengaruhnya tidak langsung melalui manfaat

internet banking (PU), kemudahan menggunakan *internet banking* (PEU) dan kredibilitas *internet banking* (PC).

Widyarini dkk (2008) dengan jurnalnya berjudul “Analisis Hubungan Faktor-Faktor *Technology Acceptance, Trust* Dan *Risk* Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan *Internet Banking*”. Menyimpulkan bahwa: Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* terhadap minat menggunakan *internet banking* positif dan signifikan; persepsi daya guna (*usefulness*) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*; persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap daya guna (*usefulness*) *internet banking*; persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*; kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Gurinting Panggalih (2010) dengan skripsinya berjudul “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior* (Subjek Penelitian Pada Karyawan Dengan *Posisi Middle Up* Di Universitas Brawijaya Malang)”. Menyimpulkan bahwa: Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Digunakannya Layanan Internet Banking, sedangkan pada penelitian.

Tiara Ikawati (2010) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Peristiwa *cybercrime* (Studi pada Nasabah BCA Purworejo)”. Menyimpulkan bahwa: reputasi perusahaan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan

terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan *p value* yang didapat dari masing-masing variabel bebas yaitu yang terdiri dari reputasi perusahaan dan kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna ATM BCA pasca peristiwa *cybercrime*. Dan kepercayaan (x_2) mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah pengguna ATM BCA pasca peristiwa *cybercrime* (studi pada nasabah BCA Purworejo).

Rizky Amijaya (2010) dengan skripsinya berjudul “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan *Internet Banking* (Studi pada nasabah Bank BCA)”. Menyimpulkan bahwa: Persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko, dan fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Tri Setyanto (2011) dengan jurnalnya berjudul “Analisis Pengaruh *Trust* Dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang secara *Online* (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)”. Menyimpulkan bahwa: *Trust* berpengaruh positif terhadap Minat Bertansaksi Ulang secara *Online*.

Sari Ayu dan Zaki Baridwan (2012) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*”. Menyimpulkan bahwa: sikap berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking*, serta kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan layanan *internet banking*. Sebaliknya, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh

terhadap sikap digunakannya layanan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dipengaruhi oleh sikap, serta variabel sikap dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan.

Dwi Saputro dan Sukirno (2013) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*”. Menyimpulkan bahwa: Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*. Kecemasan Berkomputer berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*.

Suswantini Wiwin dan Sri Ismulyati (2013) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh *Trust, Risk and Technology Acceptance Models* terhadap Keputusan Nasabah dengan Minat Nasabah sebagai variabel intervening”. Menyimpulkan bahwa: *Trust, Risk, Perceived ease of use, Perceived usefulness*, dan *Perceived credibility* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap keputusan dalam bertransaksi. Minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dapat memediasi hubungan antara *trust, risk and technology acceptance models* dengan keputusan dalam bertransaksi dengan *internet banking*.

Habibi Muhammad dan Achmad Zaky (2014) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking Syariah*”.

Menyimpulkan bahwa: konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dan sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking syariah*. Sebaliknya, kepercayaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking syariah*.

Bima Sakti, Endang Siti Astuti, dan Kertahadi (2014) dengan jurnalnya berjudul “Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi kasus pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)”. Menyimpulkan bahwa: Persepsi pengguna teknologi informasi, kemudahan, risiko, fitur layanan berpengaruh pada minat nasabah bank dalam menggunakan ATM, Kemudahan berpengaruh pada penggunaan, dan fitur layanan berpengaruh pada penggunaan.

Hadi Samsul dan Novi (2014) dengan jurnalnya berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. Menyimpulkan bahwa: Persepsi nasabah Keamanan berpengaruh positif signifikan kuat terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas Risiko berpengaruh negatif signifikan kuat terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas Kemampuan akses berpengaruh positif signifikan moderat terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas Kemudahan penggunaan dan Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Priyanto dan Eko Ganis Sukoharsono (2015) dengan jurnalnya berjudul “Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis *Internet Banking*”. Menyimpulkan bahwa: konstruk sikap berpengaruh terhadap

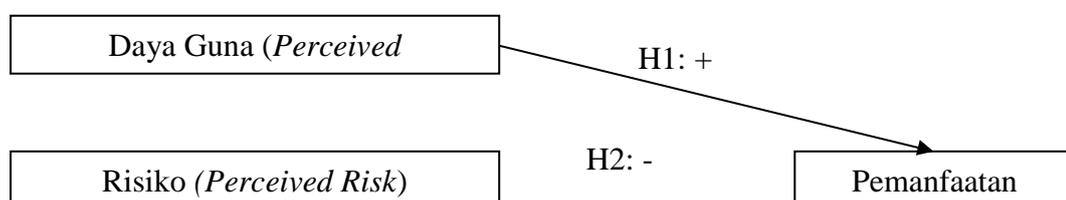
minat penggunaan layanan *internet banking*, serta persepsi kegunaan, persepsi kenyamanan, keamanan dan privasi, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan *internet banking*. Sebaliknya, konstruk persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat penggunaan layanan *internet banking* dipengaruhi oleh sikap, serta variabel sikap dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kenyamanan, keamanan dan privasi, dan persepsi risiko.

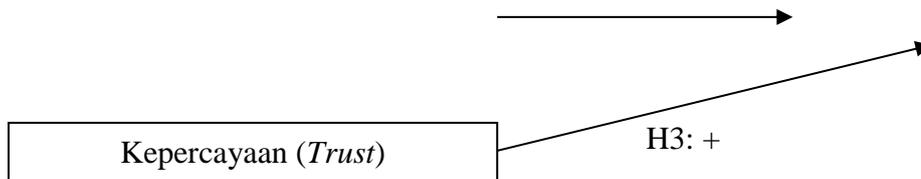
Syafi'i Achmad dan Grace Widijoko (2015) dengan jur

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis

Sebagai dasar dalam mengarahkan pemikiran untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, maka digunakan kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran





2.5. Hipotesis

Menurut Sugiyono¹⁵, hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu yang untuk sementara waktu dianggap benar, bias juga diartikan sebagai pernyataan yang akan diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang digambarkan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Daya guna (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*).

H2 = Risiko (*Perceived Risk*) berpengaruh negatif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*)

H3 = Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*)

¹⁵Sugiyono. "*Statistika untuk Penelitan*". (Bandung: Alfabeta. 2009). hlm. 55.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis untuk melihat pengaruh antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, dan *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM bagi nasabah (Studi pada Bank SumselBabel Syariah).

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono¹⁶, populasi adalah wilayah generalisasi dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua nasabah pengguna ATM Bank SumselBabel Syariah.

Sugiyono¹⁷ juga mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Adapun penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda-beda karakternya dan bersifat heterogen, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup

¹⁶*Ibid.*

¹⁷*Ibid.*

representatif untuk mewakili populasi. Pengambilan sampel sebanyak 100 respon dihitung menggunakan rumus sebagai berikut¹⁸:

- a. Dengan kepercayaan 95% dan error sampling sebesar 5% besar sampel dapat dihitung dengan rumus error (Supranto)¹⁹:

$$e = 1,96 \frac{p(1-p)}{\sqrt{n}}$$

- b. Rumus tersebut tidak dapat digunakan secara langsung. Untuk menentukan besar sampel, karena rumus tersebut besar p tidak diketahui. Tetapi karena nilai p selalu berkisar antara 0 – 1, maka besar p (1-p) maksimum dapat dicari :

$$f(p) = p(1 - p^2)$$

Maksimum bila:

$$\frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$1-2p = 0$$

$$0 = 0,5$$

Harga maksimum f(p) adalah:

$$f(p) = p(1-p)$$

$$f(p) = 0,5 (1-0,5)$$

$$f(p) = 0,25$$

- c. Diketahui nilai z pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96 maka besar sampel:

¹⁸ Irawan Soehartono. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Rineka Cipta. 2001. hlm:66.

¹⁹ Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta, Rineka Cipta. hlm:28.

$$n = \{p(1 - p)\}^n \left\{\frac{Z}{e}\right\}^2$$

$$n = \{p(1 - p)\}^n \left\{\frac{1,96}{0,05}\right\}^2$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100 \text{ (pembulatan)}$$

Digunakan rumus ini karena populasi belum diketahui. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sutrisno Had²⁰ *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui pada obyek penelitian ketika observasi sedang berlangsung.

3.3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field ressearch*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.²¹ Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.²²

3.4. Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

²⁰ Sutrisno Hadi. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Andi Offset. 2002. hlm:46.

²¹ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hlm. 46.

²² Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005, hlm. 93.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.²³ Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang berkaitan dengan promosi, diferensiasi citra serta minat *perceived usefulness*, *perceived risk* dan *trust* serta pemanfaatan atm bagi nasabah. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti melakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner tersebut di design dengan menggunakan skala *likert*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel yang di dapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian.²⁴ Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang di peroleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut.²⁵ Untuk memperoleh data tersebut peneliti mengambil beberapa brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

²³ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 103

²⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 122.

²⁵ Uma Sekaran, *Research Methods For Business Metode Penelitian untuk bisnis*, Bandung: PT. Salemba Empat, 2006, hlm. 65.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Metode Angket (Kuisisioner)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.²⁶ Kuisisioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuisisioner tertutup.

Instrument kuisisioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliabel. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.²⁷ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral

²⁶ Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2011. hlm:199.

²⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 65.

4. TS : Tidak Setuju

5. STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

1. SS : 5

2. S : 4

3. N : 3

4. TS : 2

5. STS : 1

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau objek yang ingin diukur. Reabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama. Jadi reabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal dan objek yang sama.²⁸

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

²⁸ Ghozali Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013. hlm. 47

a. Persepsi atas daya guna ATM (*perceived usefulness*) yaitu persepsi pengguna ATM terhadap daya guna ATM yang diukur melalui indikator :²⁹

- 1) Menggunakan ATM meningkatkan produktivitas saya;
- 2) Menggunakan ATM memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat;
- 3) Menggunakan ATM meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi perbankan;
- 4) Menggunakan ATM meningkatkan efektivitas dalam melakukan aktivitas.

b. Persepsi atas resiko (*risk*) yang ditimbulkan jika transaksi menggunakan ATM yaitu persepsi pengguna ATM yang diukur melalui indikator:³⁰

- 1) Melakukan transaksi melalui ATM memiliki resiko tinggi;
- 2) Saya yakin bahwa transaksi melalui ATM adalah transaksi bank yang perlu banyak pertimbangan;
- 3) Saya yakin bahwa transaksi melalui ATM memiliki potensi resiko yang lebih tinggi dibanding dengan cara manual.

c. Kepercayaan pada transaksi ATM (*Trust*) adalah persepsi nasabah bank yang diukur dari indikator: ³¹

- 1) Saya yakin bahwa bank yang menyediakan fasilitas ATM akan melakukan transaksi seperti yang dijanjikan;

²⁹ Widyarini, Lydia Ari dan Putro, A Yan Wellyan Toni, *Loc cit.*

³⁰ *Ibid*

³¹ *Ibid*

- 2) Saya yakin transaksi melalui ATM bisa dipercaya keamanannya;
 - 3) Saya percaya ATM berusaha memenuhi segala hal yang nasabah inginkan dalam bertransaksi.
- d. Pemanfaatan menggunakan ATM adalah pemanfaatan dari pengguna ATM yang diukur melalui indikator yaitu : ³²
- 1) Intensitas penggunaan ATM
 - 2) Frekuensi pemanfaatan ATM
 - 3) Banyaknya manfaat yang dirasakan nasabah menggunakan ATM

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda.

3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.³³ Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan cara validitas internal yang menggunakan teknik analisis butir akan menguji validitas setiap butir dengan cara skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor butir (pertanyaan) dipandang sebagai nilai X

³² Widyarini, Lydia Ari dan Putro, A Yan Wellyan Toni. *Loc Cit*

³³ Sugiyono. *Loc Cit*

dan skor total dipandang sebagai nilai Y, sehingga diperoleh indeks validitas setiap butir. Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan tabel r *Product Moment* dengan $\alpha = 0,05$ dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran, maka makin *reliable* alat pengukur dan sebaliknya. Besar kecilnya kesalahan pengukuran dapat diketahui antara lain dari indeks korelasi antara hasil pengukuran pertama dan kedua. Uji ini digunakan untuk menguji seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran mengukur suatu konsep yang diukur. Reliabilitas instrumen dilihat dari *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$.³⁴

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali³⁵ dalam model regresi linear ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar hasil estimasi efisien, yaitu tidak terjadi penyimpangan dan memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan nyata. Hal ini juga agar model regresi bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimated*). Dalam penelitian ini asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

³⁴ Ghozali. *Loc Cit.*

³⁵ *Ibid.*

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui suatu populasi suatu data dapat dilakukan dengan analisis grafik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram dan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.³⁶ Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

³⁶*Ibid.* hlm. 160.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, pada hal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan untuk menguji normalitas data dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol (H_0) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_a) untuk data berdistribusi tidak normal. Dengan uji statistik yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov.

Hipotesis yang dikemukakan:

H_0 = data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig > 0,05)

H_a = data residual tidak berdistribusi normal (Asymp. Sig < 0,05)

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.³⁷ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance*:

1. Tidak terjadi Multikolinearitas , jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
2. Terjadi Multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.

Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

1. Tidak terjadi Multikonieritas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
2. Terjadi Multikonieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian asumsi berikutnya dalam model regresi linear adalah autokorelasi. Ghozali³⁸ menjelaskan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel itu sendiri. Untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan metode Durbin-Watson *test*, dimana dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

³⁷*Ibid.* hlm. 105.

³⁸*Ibid.* hlm. 110.

e. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali³⁹ uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* atau pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji white. Uji white mengusulkan untuk meregresi nilai *absolut residual* kuadrat terhadap variabel independen, variabel independen kuadrat, dan perkalian variabel independen. Jika c^2 hitung $< c^2$ tabel, maka hipotesis alternative adanya heteroskedastisitas dalam model ditolak.

3.7.3. Model Empirik

Penelitian ini disusun dalam model empirik dengan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (pemanfaatan ATM oleh Nasabah)

b1 – b3 = koefisien regresi

a = konstanta

X1 = variabel bebas (*perceived usefulness*)

X2 = variabel bebas (*perceived risk*)

X3 = variabel bebas (*trust*)

³⁹*Ibid.* hlm. 139.

e = standar error.

a. Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 merupakan proporsi hubungan antara Y dengan X. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.4. Analisis Statistik

a. Uji F statistik

Uji F statistik digunakan untuk membuktikan bahwa *perceived usefulness*, *perceived risk* dan *trust* bersama-sama mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi nasabah digunakan uji F statistik. Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

Ho : diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.

Ha : diterima bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.

b. Uji t-statistik

Uji ini dilakukan untuk membuktikan bahwa *perceived usefulness*, *perceived risk* dan *trust* secara parsial mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi nasabah digunakan uji t statistik. Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

Ho : diterima bila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ha : diterima bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden Penelitian

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai Analisis *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, dan *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM Bagi Nasabah (Studi pada Bank SumselBabel). Responden yang digunakan sebanyak 100 nasabah pengguna ATM di Bank SumselBabel Syariah. Para responden yang telah melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian. Gambaran umum responden dapat dilihat melalui demografi responden yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan masa kerja. Faktor-faktor demografi tersebut dipandang berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan yang menjadi topik dalam penelitian ini.

a. Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin akan dilihat jumlah distribusi karyawan laki-laki dan perempuan, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Responden Menurut Jenis Kelamin

NO	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	40	40
2	Perempuan	60	60
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Jumlah responden perempuan terlihat lebih banyak (60%) dibandingkan jumlah responden laki-laki (40%).

b. Responden Menurut Usia

Berdasarkan identifikasi menurut umur akan dilihat umur para responden. Dalam melakukan identifikasi menurut umur, dapat dibuat klasifikasi seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Menurut Usia

No	Kategori	Jumlah	Presentase
1	18-20 tahun	53	53
2	>20 tahun	47	47
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur 18 sampai 20 tahun (53%), sedangkan sisanya didominasi oleh usia >21 tahun sebanyak 47%

c. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data diperoleh profil responden menurut tingkat pendidikan sebagaimana nampak dalam Tabel. IV.4 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA	65	65
DIII	35	35
Jumlah Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA merupakan responden dengan jumlah terbanyak yaitu 65%, sedangkan sisanya didominasi dengan tingkat pendidikan DIII sebanyak 35%.

4.2. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kuisioner yang penulis lakukan terhadap nasabah pengguna ATM PT. Bank SumselBabel Syariah didapat sampel sebanyak 100 responden. Pertanyaan yang diajukan kepada responden berupa 4 pertanyaan tentang *Perceived Usefulness* (sebagai variabel X_1), 3 pertanyaan tentang *Perceived Risk* (sebagai variabel X_2), 3 pertanyaan tentang *Trust* (sebagai variabel X_3) dan 3 pertanyaan tentang Pemanfaatan ATM (sebagai variabel Y).

4.2.1. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan terhadap indikator dari masing-masing variabel agar dapat diketahui tingkat kevalidan dan keandalan indikator sebagai alat ukur variabel. Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program spss dan *outputnya* bernama *corrected item correlation*., Sedangkan untuk mendapatkan r tabel dilakukan dengan tabel *r product moment*, yaitu menentukan $\alpha = 0,05$ kemudian n (sampel) = 100 sehingga didapat nilai r tabel dua sisi sebesar $(n-2) = 0,1996$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila r hitung $>$ r tabel = Valid dan r hitung $<$ r tabel = Tidak Valid. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas

Variabel	No. Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	1	0,460	0,1996	Valid
	2	0,413		
	3	0,399		
	4	0,372		
<i>Perceived Risk</i>	1	0,260		
	2	0,210		
	3	0,286		
<i>Trust</i>	1	0,426		
	2	0,335		
	3	0,366		
Pemanfaatan ATM	1	0,722		
	2	0,786		
	3	0,773		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Dari tabel hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator variabel stress kerja dan prestasi kerja lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, dan pemanfaatan ATM dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* (α), yaitu apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar ($>$) 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih kecil ($<$) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Hasil Reliabilitas

Variabel	No. Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	1	0,804	0,7	Valid Reliabel
	2	0,807		
	3	0,813		
	4	0,810		
<i>Perceived Risk</i>	1	0,818		
	2	0,819		
	3	0,815		
<i>Trust</i>	1	0,806		
	2	0,813		
	3	0,810		
Pemanfaatan ATM	1	0,776		
	2	0,770		
	3	0,770		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Nilai *cronbach's alpha* semua item pertanyaan lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, dan pemanfaatan ATM, semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Pada teknik analisa regresi berganda maka digunakan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa pada model regresi tidak terjadi berbagai penyimpangan baik normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Tabel 4.6
Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Kolmogrov-Smirnov Z	0,957
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,319

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh nilai KSZ sebesar 0,957 dan Asymp. Sig. sebesar 0,319 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Cara yang paling mudah untuk menentukan linearitas adalah dengan uji *Sig. Linearity* dan *Sig. Deviation from linearity*. Jika nilai sig. $< \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah linear dan sebaliknya.

Tabel 4.7
Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan *Perceived Usefulness*

	Sig.
Y* <i>Linearity</i>	0,000
X1 <i>Deviation from linearity</i>	0,461

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai *Sig. Linearity* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel X1 dan Y.

Tabel 4.8
Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan *Perceived Risk*

	Sig.
Y* <i>Linearity</i>	0,000
X2 <i>Deviation from linearity</i>	0,003

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh nilai *Sig. Linearity* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel X2 dan Y.

Tabel 4.9
Uji Linearitas Pemanfaatan ATM dan *Trust*

	Sig.
Y* <i>Linearity</i>	0,000
X3 <i>Deviation from linearity</i>	0,004

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.9 diperoleh nilai *Sig. Linearity* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel X3 dan Y.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.10
Uji Multikolinieritas dengan *Tolerance* dan VIF

Model	Tolerance	VIF
<i>Perceived usefulness</i>	0,959	1,043
<i>Perceived Risk</i>	0,973	1,028
<i>Trust</i>	0,940	1,064

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen $> 0,10$. Nilai VIF semua variabel independen $< 10,00$. Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.11
Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model	Durbin Watson
1	0,941

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui nilai DW 0,941. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa nilai DW di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

e. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.12
Uji Heterokedastisitas dengan metode White

Model	R Square
1	0,227

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Hasil tampilan *output* menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,227 dengan jumlah n observasi 100, maka besarnya nilai c^2 hitung = $100 \times 0,227 = 22,7$. Nilai ini dibandingkan dengan c^2 tabel dengan $df = (n-k) = 100 - 8 = 124,342$ (dengan tingkat signifikansi 0,05). Oleh karena nilai c^2 hitung lebih kecil dari c^2 tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

4.2.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust* secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap Pemanfaatan ATM. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program computer SPSS. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.13
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11.072	3.037		-3.646	.000
1 X1	.517	.111	.385	4.650	.000
X2	.650	.163	.328	3.990	.000
X3	.453	.152	.250	2.981	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -11,072 + 0,517 X1 + 0,650 X2 + 0,453 X3$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut: Hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas atau independen yang paling berpengaruh adalah variabel *Perceived Risk* dengan nilai koefisien sebesar 0,650 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *Trust* dengan nilai koefisien 0,453, dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa semua variabel bebas (*Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust*) berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM, berpengaruhnya variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust* secara positif terhadap Pemanfaatan ATM mengandung arti bahwa dengan meningkatnya persepsi responden tentang variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust*, maka akan berpengaruh pada meningkatnya Pemanfaatan ATM Bagi Nasabah (Studi Pada Bank SumselBabel Syariah).

4.2.3.1. Pengujian Hipotesis Regresi Linear Berganda

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	307.830	3	102.610	18.601	.000 ^b
	Residual	529.560	96	5.516		
	Total	837.390	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 18,601 dengan probabilitas sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi Pemanfaatan ATM atau berarti variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust* mempunyai pengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Pemanfaatan ATM.

b. Uji Hipotesis

Uji t atau uji parsial digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM, hasil uji t akan ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11.072	3.037		-3.646	.000
1 X1	.517	.111	.385	4.650	.000
X2	.650	.163	.328	3.990	.000
X3	.453	.152	.250	2.981	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.15 diatas maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Keterangan dengan melihat t hitung:

Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh

Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima, artinya tidak ada pengaruh

Jadi berdasarkan hasil uji parsial, maka dapat diketahui dan disimpulkan bahwa:

- Variabel *Perceived Usefulness*

Item variabel *Perceived Usefulness* X1.1 sampai X1.4 secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap Pemanfaatan ATM dengan nilai t hitung = 4,650 sedangkan t tabel 1,98447 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), $p = 0,000$ signifikan pada $p < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka “Hipotesis 1 diterima”.

- Variabel *Perceived Risk*

Item variabel *Perceived Risk* X2.1 sampai dengan X2.3 secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap Pemanfaatan ATM dengan nilai t hitung = 3,990 sedangkan t tabel 1,98447 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), $p = 0,000$ signifikan pada $p < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka “Hipotesis 2 ditolak”.

- Variabel *Trust*

Item variabel *Trust* X3.1 sampai dengan X3.3 secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap Pemanfaatan ATM dengan nilai t hitung = 2,981 sedangkan t tabel 1,98447 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), $p = 0,004$ signifikan pada $p < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka “Hipotesis 3 diterima”.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel independent (*Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust*) akan diikuti variabel Pemanfaatan ATM pada porsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat R square. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1, selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Tabel 4.16
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.368	.348	2.349

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Tabel 4.16 diatas menunjukkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,368 artinya sebesar 36,8% variasi dari variabel Pemanfaatan ATM dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust*. Sedangkan sisanya 63,2% (100% - 36,8%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variasi variabel.

4.3. Pembahasan

Pada hasil penelitian diatas, pembahasan mengenai masalah hubungan antara variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk* dan *Trust* terhadap pemanfaatan ATM dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Pemanfaatan ATM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM, artinya kenaikan *Perceived Usefulness* akan diikuti oleh kenaikan Pemanfaatan ATM secara signifikan dan sebaliknya. Persepsi atas daya guna didefinisikan “*The prospective user’s subjective probability that using a specific application system will increase his or her job performance within an organization context*” (Davis, 1989). Persepsi atas kemampuan menggunakan teknologi adalah “*degree to which the prospective users expect the target system to be free of effort*” (Davis, 1989). Menurut Teo, dkk (1999) dalam Pavlou, 2001, sebenarnya faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan teknologi adalah motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang ditimbulkan karena persepsi bahwa teknologi merupakan instrumen untuk meningkatkan value yang berbeda pada outcomes yang diperoleh dari aktivitas spesifik. Motivasi intrinsik tumbuh ketika kebutuhan utama dari sebuah aktivitas itu ada. Dalam penelitian ini motivasi ekstrinsik diperoleh dari *perceived usefulness*. Motivasi ekstrinsik dan intrinsik juga dapat disebabkan karena faktor kepercayaan dan resiko, khususnya untuk transaksi yang bersifat pribadi dan membutuhkan keamanan dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Hubungan daya guna dengan pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif dimana tingkat persepsi daya guna merupakan instrumen untuk meningkatkan nilai yang berbeda pada outcomes. Hal

ini sesuai dengan penelitian Anita Rahmawaty (2007), Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007), Widyarini, Lydia Ari dan Putro, A Yan Wellyan Toni (2008), Gilang Rizki Amijaya (2010), Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013), Wiwin Suswantini dan Sri Ismulyati (2013), Muhammad Habibi dan Achmad Zaky (2014), Mahisa Bima Sakti, Endang Siti Astuti, dan Kertahadi (2014), Priyanto dan Eko Ganis Sukoharsono (2015), Achmad Syafi'i dan Grace Widijoko (2015) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

b. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap Pemanfaatan ATM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM, artinya kenaikan *Perceived Risk* akan diikuti oleh kenaikan Pemanfaatan ATM secara signifikan dan sebaliknya. Ketika risiko lebih mendominasi dari pada kepercayaan maka nasabah tidak berminat menggunakan *internet banking* dan akan membuat bank mengeluarkan banyak biaya untuk membuka ATM, kantor cabang, dan lain-lain. Sebaliknya ketika risiko yang akan dialami semakin kecil maka semakin besar pula kepercayaan nasabah untuk menggunakan ATM dan bank tidak merasa sia-sia mengeluarkan biaya yang besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini sesuai dengan penelitian Gilang Rizki Amijaya (2010), Mahisa Bima Sakti, Endang Siti Astuti, dan Kertahadi (2014), Achmad Syafi'i dan Grace Widijoko (2015) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

c. Pengaruh *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM, artinya kenaikan *Trust* akan diikuti oleh kenaikan Pemanfaatan ATM secara signifikan dan sebaliknya. Kepercayaan merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Menurut Steward, dkk., (2001) dalam Pavlou (2001) faktor kepercayaan dalam e-commerce adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* (*banking/retailer/* produsen) dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi ATM agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyai pengaruh besar pada pemanfaatan konsumen untuk melakukan transaksi secara online atau tidak melakukannya. Hubungan kepercayaan terhadap pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif, dimana tingkat individu pada konsumen akan percaya dapat melakukan transaksi secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan penelitian Reni Tiara Ikawati (2010), Totok Tri Setyanto (2011), Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan (2012), Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013), Wiwin Suswantini dan Sri Ismulyati (2013) yang menyimpulkan bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Pemanfaatan ATM

Variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

2. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap Pemanfaatan ATM

Variabel *Perceived Risk* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

3. Pengaruh *Trust* terhadap Pemanfaatan ATM.

Variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, peneliti menyarankan bahwa: a) menambahkan variabel lain diluar model penelitian. b) menambahkan item pernyataan mengenai *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, Pemanfaatan ATM. c) Perlu ditambahkan pernyataan mengenai jaminan bahwa bank tidak akan melakukan penyalahgunaan terhadap kerahasiaan informasi nasabah.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu: a) masih terdapat beberapa pertentangan antara hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Sehingga peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya kembali mengkaji mengenai faktor yang memengaruhi Pemanfaatan ATM bagi nasabah, b) Hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi pada kasus lain diluar objek penelitian, c) Objek penelitian masih terbatas pada Bank SumselBabel Syariah, d) Sampel penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini hanya 100 responden, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih banyak agar tingkat akurasi penelitian lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Bambang, Setiaji, 2006, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. 2006. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Burhan Bungin. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana

Cholid Narbuko, Abu Achmadi. 2009. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.

Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology*. Management Information System Quarterly.

Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta.

[Http://www.informatika.org](http://www.informatika.org)

Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia.

Jurnali, Teddy, 2001, "Analisis pengaruh faktor kesesuaian tugas-teknologi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja akuntan publik," Simposium Nasional Akuntansi IV, hlm. 432-452.

Muhamad. 2008 *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Nasution, Fahmi Natigor. 2004. *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Keperilakuan (Behavioral Aspect)*. USU Digital Library.

Pavlou, Paul A., 2001. *Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model*.

Restu Guriting Pangalih. 2010. *Minat Individual Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified of Planned Behavior*. (Studi Empiris Pada Karyawan Yang Menduduki Posisi Penting di Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.

- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugeng dan Indriantoro N., 1998, “*Peran Faktor Kecocokan Tugas-Teknologi dalam Memperoleh Pengaruh Positif Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 13, No. 3, hlm. 37-56.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Putra.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Totok Tri Setyanto. 2011. *Analisis Pengaruh Trust Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)*. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Diponegoro.
- Uma Sekaran. 2006. *Research Methods For Business Metode Penelitian untuk bisnis*, Bandung: PT. Salemba Empat.
- Widyarini, Lydia Ari dan Putro, A Yan Wellyan Toni, 2008. *Analisis Hubungan Faktor-Faktor Technology Acceptance, Trust Dan Risk Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking*. *Journal National's Conference UKWMS*, September.

KUESIONER PENELITIAN

A. Umum

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian tentang “ **Analisis *Perceived Usefulness, Perceived Risk dan Trust* terhadap Pemanfaatan ATM Bagi Nasabah (Studi Pada Bank SumselBabel Syariah Kantor Kas UIN Raden Fatah Palembang)**”. Informasi yang Bapak/Ibu berikan adalah bantuan yang bernilai dalam penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program S1 Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, dipergunakan untuk keperluan Akademik dan tidak dipublikasikan. Atas kerjasama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Sisca Retnosari

B. Petunjuk Pengisian

1. Saya memohon kepada Bapak/Ibu agar memberi tanda **checklist** pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini :
Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2
Jawaban Netral (N) : 3
Jawaban Setuju (S) : 4
Jawaban Sangat Setuju (SS) : 5
2. Saya memohon kepada Bapak/ Ibu agar mengisi dengan jawaban yang paling tepat.

C. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
(Lingkari salah satu)
4. Pendidikan : a. SLTP b. SLTA c. Diploma d. Sarjana
5. Pekerjaan :

I. *Perceived Usefulness*

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Menggunakan ATM meningkatkan produktivitas saya					
2.	Menggunakan ATM memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat					
3.	Menggunakan ATM meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi perbankan					
4.	Menggunakan ATM meningkatkan efektivitas dalam melakukan aktivitas					

II. *Perceived Risk*

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Melakukan transaksi melalui ATM memiliki resiko tinggi					
2.	Saya yakin bahwa transaksi melalui ATM adalah transaksi bank yang perlu banyak pertimbangan					
3.	Saya yakin bahwa transaksi melalui ATM memiliki potensi resiko yang lebih tinggi dibanding dengan cara manual					

III. *Trust*

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya yakin bahwa bank yang menyediakan fasilitas ATM akan melakukan transaksi seperti yang dijanjikan					
2.	Saya yakin transaksi melalui ATM bisa dipercaya keamanannya					
3.	Saya percaya ATM berusaha memenuhi segala hal yang nasabah inginkan dalam bertransaksi					

IV. Pemanfaatan ATM

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan ATM pada saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, dll dari pada harus mengantri di bank.					
2.	Frekuensi dari penggunaan ATM 1 = satu kali dalam sebulan 2 = dua kali dalam sebulan 3 = satu kali dalam seminggu 4 = dua kali dalam seminggu 5 = lebih dari dua kali dalam seminggu					
3.	Banyak manfaat yang dirasakan nasabah menggunakan ATM					

----- Terima Kasih -----