

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DIKOTA BATAM

Jefry¹, Hikmah²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb210190103@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The development of digital banking technology, particularly internet banking, has rapidly advanced in the digitalization era. However, the adoption of this service still faces various challenges, especially those related to user perception. This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on the interest of Batam City residents in using internet banking services. This research employs a quantitative method by collecting data through questionnaires distributed to potential internet banking users in Batam City. The obtained data is analyzed using multiple linear regression methods. The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on the intention to use internet banking, while perceived risk has a negative and significant effect. These findings suggest that increasing awareness of the benefits and ease of use of internet banking can encourage its adoption, while concerns about risks should be minimized by banks to enhance user trust.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Intention to Use Internet Banking.*

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan sangat jauh berbeda. Salah satu perbedaan terbesar adalah pertumbuhan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 yang didefinisikan sebagai proses transaksi dan jual beli yang terjadi (Hutapea & Andista, 2021). Akibat kemajuan baru dibidang digitalisasi, sikap dan gaya hidup masyarakat menjadi lebih sensitive dan kritis terhadap setiap perubahan. Hal ini menyebabkan interaksi baru antara pelaku ekonomi menjadi lebih aktif, kreatif, dan produktif. Seiring dengan perubahan ini, Negara-negara maju mulai menyadari betapa pentingnya mengandalkan sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif (Okky Natalia & Tesniwati, 2021). Berkembangnya ekonomi baru, juga dikenal sebagai "Ekonomi Kreatif" adalah salah satu bentuk industri yang mengutamakan bakat, kreativitas, informasi dan pengetahuan dalam operasinya. Perkembangan teknologi digitalisasi telah mengubah sistem pembayaran dari pembayaran tunai ke pembayaran non tunai yang menggunakan uang elektronik atau cashless (Diana & Sartika, 2024). Oleh karena itu, banyak bisnis dan industri telah mengalami

transformasi melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi keuangan yang sering disebut Fintech. Tujuan Fintech bertujuan untuk mempermudah transaksi, meningkatkan literasi keuangan dan membuat produk keuangan lebih mudah diakses (Basalamah et al., 2022). Teknologi keuangan merupakan salah satu jenis inovasi yang menggabungkan teknologi modern dengan fungsi keuangan inovatif dibidang keuangan (Bajunaied et al., 2023). Fintech seringkali identik dengan perusahaan perbankan atau perusahaan startup untuk meningkatkan layanan yang dimiliki perusahaan (Setiawan et al., 2021). Fintech digunakan untuk membuat produk keuangan elektronik lebih inovatif dan sistem transaksi dengan digital atau online yang dapat diterima oleh masyarakat dan diadopsi oleh pengguna terutama untuk kegiatan bisnis pengguna (Pirdayanti & Wiagustini, 2021). Pada sektor teknologi keuangan memiliki potensi besar untuk mempercepat pembangunan ekonomi inklusif, terutama dalam hal inklusi keuangan dengan memberikan layanan keuangan kepada masyarakat sampai lokasi terpencil (Nasir, 2021). Menurut (Andrea et al., 2021), Persepsi kegunaan merupakan gagasan

bahwa jika seseorang menggunakan suatu sistem, maka akan percaya bahwa tidak perlu melakukan upaya yang tidak diperlukan. Sehingga pengguna dapat diajarkan untuk menggunakan aplikasi teknologi keuangan. Dengan tujuan menggunakan internet banking memudahkan pengguna dalam mengakses setiap informasi keuangan yang tersedia pada internet banking dan efisien waktu serta memberikan kemudahan dalam pemakaiannya. Menurut (Andrea et al., 2021), persepsi kemudahan adalah suatu tingkatan dimana masyarakat meyakini bahwa penggunaan sistem informasi berbasis digital merupakan perubahan hal mudah dan tidak memerlukan usaha keras dalam proses pemakaiannya. Selain itu, permasalahan yang terjadi dimana setiap individu yang menggunakan aplikasi internet banking berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaannya individu tersebut percaya bahwa menggunakan sistem informasi berbasis digital akan bebas dari kesalahan dan akan berdampak pada perilaku individu tersebut, semakin tinggi persepsi kemudahan individu dalam menggunakan sistem informasi (Internet banking) maka akan mempengaruhi peningkatan minat atas penggunaan internet banking. Menurut (Andrea et al., 2021), persepsi risiko dapat dikatakan dimana konsumen menghadapi ketidakpastian ketika sebagai pengguna tidak mampu meramalkan bagaimana keputusan pembelian akan berdampak. Dalam penggunaan internet banking sering terjadi permasalahan risiko yang dihadapi dikaitkan dengan cybercrime yang dilakukan oleh individu yang memanfaatkan kelemahan keamanan, maka menjadi risiko yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan teknologi keuangan seperti internet banking atau electronic banking. Hal ini memungkinkan untuk mempengaruhi minat dalam menggunakan teknologi keuangan. Bank BCA merupakan salah satu Bank Swasta terbesar di Indonesia dengan lebih dari 25.000 karyawan yang tersebar pada lebih dari 1.200 cabang BCA di Seluruh Indonesia. Bank BCA mempunyai komitmen selalu memahami beragam kebutuhan dan memberikan solusi keuangan yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah. Berbagai pencapaian dan prestasi telah diraih oleh BCA dari tahun ke tahun, seperti The Best Bank 2015, Banking Service Excellence 2016, Gallup Geat Workplace Award 2017. Salah satu cara yang dilakukan oleh Bank BCA untuk menjalankan komitmennya adalah dengan menyediakan layanan internet banking. Aplikasi yang tersedia pada internet banking BCA di

mobile banking BCA, dimana masyarakat dapat menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan berbagai layanan perbankan dengan hanya melalui handphone, seperti menu transfer, pembayaran tagihan, pembelian isi ulang pulsa, dan transaksi lain yang membutuhkan pembayaran menggunakan cashless. Permasalahan yang terjadi adalah dimana setiap individu yang menggunakan aplikasi internet banking disesuaikan dengan kegunaan dari aplikasi internet banking tersebut. Kegunaan internet banking memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan perbankan atau keuangan. Namun, banyaknya masyarakat yang belum mengerti penggunaan aplikasi internet banking menjadi pemicu bahwa penggunaan internet banking menyulitkan dalam proses penggunaannya. Semakin banyak individu yang mengerti bahwa penggunaan internet banking memberikan kegunaan yang efektif dan efisien dari segi waktu maka akan meningkatkan jumlah pengguna aplikasi tersebut. Selain itu, dengan menggunakan aplikasi internet banking dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya, masyarakat akan lebih mudah menjalankan setiap transaksi keuangan dikarenakan hanya dilakukan dengan menggunakan satu aplikasi atau melalui telepon genggam atau handphone. Kemudahan yang diberikan akan memberikan dampak yang signifikan pada berkembangnya mobilitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi internet banking. Hal ini didukung banyaknya individu atau masyarakat yang menggunakan aplikasi internet banking sering kali mendapatkan keluhan pada awal proses penggunaannya, dimana awal penggunaan internet banking dibutuhkan adaptasi sehingga penggunaan aplikasi tersebut dapat digunakan secara bebas dan memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Permasalahan kemudahan dalam menggunakan aplikasi internet banking, merupakan bentuk dari penerimaan teknologi yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk memotivasi dalam menerima layanan internet banking pada kehidupan sehari-hari. Dikarenakan perubahan tersebut merupakan bentuk dari motivasi dalam menerima layanan internet banking yang diukur dengan perkembangan teknologi. Adapun kemudahan adanya aplikasi internet banking adalah transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan praktis, dapat diatur jadwalnya sesuai kebutuhan, dapat melakukan transaksi seperti berbelanja ataupun membayar tagihan dengan cepat dan dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Selain kemudahan terdapat juga kesulitan dalam menggunakan internet banking seperti koneksi internet yang tidak stabil, menu aplikasi yang membingungkan, server yang error dan pengguna internet banking yang lupa akan password transaksi ataupun PIN, sehingga beberapa masyarakat kesulitan dalam menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi internet banking hanya berlaku bagi masyarakat yang memang mengerti menggunakan aplikasi internet banking, misalnya masyarakat yang berusia sekitar 20 tahun sampai 40 tahun, akan lebih mudah menggunakan aplikasi internet banking dibandingkan dengan masyarakat yang berusia diatas 40 tahun. Karena perubahan teknologi seringkali dianggap menyusahakan bagi masyarakat yang memang tidak mengerti tatacara penggunaannya. Sehingga, dibutuhkan adaptasi yang panjang untuk menerapkan aplikasi internet banking menjadi hal yang mudah.

KAJIAN TEORI

2.1 Persepsi Kegunaan

Menurut (Putro & Takahashi, 2024), persepsi kegunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa atas penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaan yang dilakukan berkaitan dengan efisiensi waktu dalam menggunakan teknologi keuangan. Persepsi kegunaan dapat dibentuk oleh beberapa hal yang menjadi pertimbangan dimana suatu sistem informasi akan memiliki manfaat bagi penggunaannya. Menurut (Pirdayanti & Wiagustini, 2021), persepsi kegunaan adalah persepsi kegunaan adalah tingkat dimana seseorang percaya atas penggunaan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Dari uraian diatas, maka persepsi kegunaan dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang/nasabah bahwa dengan menggunakan layanan mobile banking maka akan memperoleh manfaat baik dari segi efektifitas maupun efisiensi sebagai sarana dalam menunjang aktivitas dan pekerjaannya.

2.2 Persepsi Kemudahan

Menurut (Pirdayanti & Wiagustini, 2021), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi pengguna atas kemudahan yang diberikan dari suatu sistem teknologi keuangan seperti sistem pembayaran elektronik dengann tujuan untuk meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menunjukkan bahwa suatu sistem dibuat untuk membuat pengguna sistem tersebut merasa mudah dalam menggunakannya. Artinya bahwa sistem

keuangan tersebut dibuat untuk memberikan kemudahan pada penggunanya. Sedangkan menurut (Andista & Susilawaty, 2021) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan yang diberikan oleh seseorang yang menggunakan perubahan teknologi dalam kegiatan sehari-hari demi tujuan berkembangannya usahanya sehingga tidak membutuhkan banyak usaha dalam melakukan penggunaan teknologi keuangan tersebut. Menurut Rismalia & Sugiyanto (2022) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini jika sistem dalam penggunaan teknologi mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu hal yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa kepercayaan pada proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa sistem informasi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakan sistem informasi tersebut, namun jika seseorang merasa sistem informasi begitu rumit maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan sistem teknologi atau sistem informasi tersebut.

2.3 Persepsi Risiko

Risiko adalah ketidakpastian bahwa sesuatu akan terjadi, yang biasanya menghasilkan kerugian yang tidak diharapkan. Menurut (Andrea et al, 2021) risiko adalah suatu peristiwa atau kejadian yang dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan. Hal ini dikarenakan tidak ada kontak langsung antara pembeli dan produk, namun pada perdagangan online dianggap memiliki risiko yang lebih besar daripada perdagangan fisik. Hal ini mengakibatkan bahwa pada transaksi perdagangan online pembeli tidak dapat memeriksa kinerja produk sebelum melakukan pembelian. Menurut Rahmah et al., (2022) persepsi risiko adalah ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung. Sedangkan menurut (Ashoer et al., 2024), persepsi risiko adalah sebuah persepsi yang dimiliki oleh seseorang untuk mengetahui bahwa alasan yang digunakan untuk seseorang untuk tidak mau melakukan kegiatan berbelanja atau melakukan transaksi keuangan yang memiliki risiko untuk kehilangan uang, masalah pengiriman dan masalah keamanan (Privacy).

2.4 Minat Menggunakan

Minat menggunakan teknologi keuangan seringkali

diartikan sebagai niat untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi atau penggunaan sistem informasi keuangan (Ashoer et al., 2024). Menurut Basalamah et al., (2022) minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Sedangkan menurut (Andista & Susilawaty, 2021) mengatakan bahwa minat menggunakan teknologi keuangan adalah penggunaan teknologi yang bertujuan untuk mengukur minat pengguna dan menghubungkan sikap dengan pengakuan kontribusi layanan keuangan. Dari uraian tersebut, maka minat menggunakan teknologi keuangan dapat disimpulkan sebagai minat menggunakan adalah salah satu alasan yang digunakan oleh seseorang dalam menggunakan sistem informasi teknologi dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan tersebut.

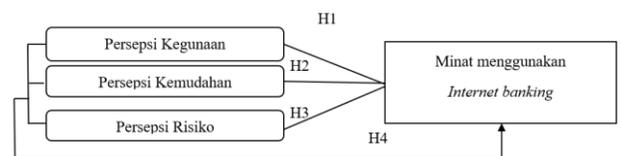
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian berbasis positivism dan melibatkan pengumpulan data secara random dengan instrument dan analisis statistik (Sugiyono, 2021) Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, peneliti memilih metode survei kuantitatif dimana kuesioner digunakan sebagai instrumen mengumpulkan data. Tujuan penelitian survei dilakukan dengan tujuan untuk membuat generalisasi terhadap observasi yang tidak mendetail, namun tetap dapat mencapai tingkat akurasi yang tinggi jika sampel yang digunakan dianggap mewakili. Oleh karena itu, metode ini diterapkan untuk mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti dalam proses pengambilan sampel. Adapun data tersebut dapat diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat yang menggunakan

internet banking di Kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yaitu 100 responden yang menggunakan internet banking yang berlokasi di Kota Batam. Menurut (Sugiyono, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Kota Batam yang belum diketahui besar populasi yang menggunakan internet banking.

Hipotesis adalah sebuah jawaban sementara atau jawaban yang masih harus dilakukan analisis lanjutan yang dibuat oleh peneliti sebagai jawaban atas permasalahan penelitian yang dilakukan menghubungkan 2 (dua) atau lebih variabel penelitian (Andrea et al, 2021). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam.
- H2: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam.
- H3: Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam.
- H4: Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: (Andrea et al, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Tabel 4.1 Usia Responden

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
----	------	----------------	----------------

1	17 – 20 Tahun	57	27,9
2	21 – 25 Tahun	93	45,6
3	26 – 30 Tahun	31	15,2
4	> 31 Tahun	23	11,3
Total		204	100

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hasil karakteristik responden pada Tabel 4.2, menunjukkan pengguna internet banking BCA di Kota Batam didominasi oleh responden yang berusia antara 21 – 25 tahun sebanyak 93 responden (45,6%), sedangkan sisanya sebanyak

57 responden (27,9%) berusia antara 17 – 20 tahun, sebanyak 31 responden (15,2%) berusia antara 26 – 30 tahun dan sebanyak 23 responden (11,3%) berusia antara > 31 tahun.

Tabel 4.2 Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa / Pelajar	115	56,4
2	Karyawan	85	41,7
3	Wirausaha	4	2,0
Total		204	100

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 22, Tahun 2024

Karakteristik responden pada Tabel 4.3, menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet banking BCA di Kota Batam memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 115

responden (56,4%), sedangkan sisanya sebanyak 85 responden (41,7%) memiliki pekerjaan sebagai karyawan dan sebanyak 4 responden (2,0%) bekerja sebagai wirausaha.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
Persepsi kegunaan (X1)	0,901	0,60	Reliabel
Persepsi kemudahan (X2)	0,890	0,60	Reliabel
Persepsi risiko (X3)	0,924	0,60	Reliabel
Minat menggunakan (Y)	0,872	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

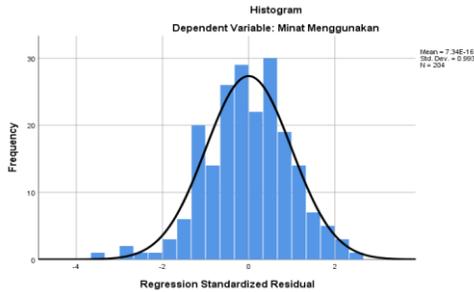
Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.14, menunjukkan nilai cronbach alpha variabel independen persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan variabel dependen

minat menggunakan memiliki nilai cronbach alpha masing-masing > 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel independen dan variabel dependen yang digunakan telah reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 4.1 Diagram Histogram

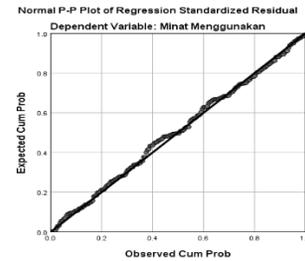


Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hasil normalitas pada Gambar 4.2 dan Gambar 4.3, menunjukkan bahwa grafik histogram memiliki pola distribusi yang condong ke kanan, yang menandakan bahwa data berdistribusi normal. Sementara itu, Grafik P-plot dibawah ini

menunjukkan titik-titik yang tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti polanya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2 Normal P-Plot



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Persepsi Kegunaan	0.502	1.992
	Persepsi Kemudahan	0.505	1.979
	Persepsi Risiko	0.989	1.011

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

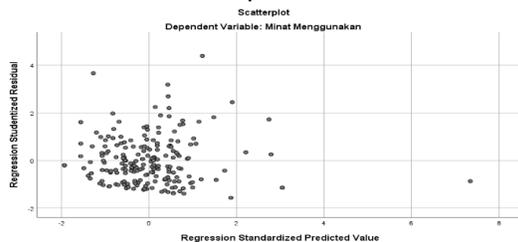
Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hasil multikolinieritas pada Tabel 4.16, diketahui nilai VIF ketiga variabel independen yaitu persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi risiko (X3) masing-masing lebih kecil (<

10 dan memiliki nilai tolerance (TOL) lebih besar dari 0,1, hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 Dependent Variable: Y



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hasil uji pada gambar 4.4, diketahui Penyebaran titik-titik data terlihat berada di atas, di bawah, atau di sekitar angka 0, tanpa adanya kecenderungan untuk berkumpul hanya di salah satu sisi. Selain itu, pola penyebaran titik-titik tidak menunjukkan bentuk gelombang yang awalnya melebar lalu menyempit kembali. Berdasarkan pola distribusi tersebut, dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas

4.5. Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 4.7 Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.287	1.443		2.279	0.024
	Persepsi Kegunaan	0.248	0.034	0.443	7.226	0
	Persepsi Kemudahan	0.322	0.048	0.412	6.754	0
	Persepsi Risiko	-0.061	0.028	-0.094	-2.161	0.032

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Konstanta 3,287 menunjukkan bahwa tanpa perubahan pada variabel independen, minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam tetap sebesar 3,287, Persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif, di mana setiap kenaikan 1% meningkatkan minat menggunakan sebesar 24,8%,

Persepsi kemudahan (X2) memiliki dampak terbesar, dengan kenaikan 1% meningkatkan minat menggunakan sebesar 32,2%, Persepsi risiko (X3) berpengaruh negatif, di mana penurunan 1% dalam risiko meningkatkan minat menggunakan sebesar 6,1%.

4.7 Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	00.789 ^a	0.623	0.618	1.84467

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hasil koefisien determinasi Tabel 4.19, diketahui nilai adjusted r squared sebesar 0,618. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Adapun proporsi

pengaruh yang diperoleh sebesar 61,8 persen sedangkan sisanya sebesar 38,2 persen (100 – 61,8 persen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian seperti variabel harga, iklan ataupun variabel lainnya.

4.8 Pengaruh Hipotesis

1. Uji T

Tabel 4.9 Uji T X1,X2, dan X3 Terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.287	1.443		2.279	0.024
	Persepsi Kegunaan	0.248	0.034	0.443	7.226	0
	Persepsi Kemudahan	0.322	0.048	0.412	6.754	0
	Persepsi Risiko	-0.061	0.028	-0.094	-2.161	0.032

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hipotesis 1 = Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam . Nilai signifikansi variabel persepsi kegunaan (X1) < nilai signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung > t tabel sebesar $7,226 > 1,971$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Koefisien regresi sebesar 0,248 menunjukkan arah positif. Artinya persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang diajukan dinyatakan diterima. Hipotesis 2 = Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam Nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan (X2) < nilai signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung > t tabel sebesar $6,754 > 1,971$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat

menggunakan. Koefisien regresi sebesar 0,322 menunjukkan arah positif. Artinya persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dinyatakan diterima. Hipotesis 3 = Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam

Variabel persepsi risiko (X3) memiliki nilai signifikansi < nilai signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,032 < 0,05$ dan t hitung > t tabel sebesar $2,161 > 1,971$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Koefisien regresi sebesar -0,061 menunjukkan arah negatif. Artinya persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dinyatakan diterima.

2. Uji F

Tabel 4.10 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1125.843	3	375.281	110.285	0.000 ^b
	Residual	680.564	200	3.403		
	Total	1806.407	203			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Hipotesis 4 = Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam

Nilai signifikansi F-statistic lebih kecil dari alpha (0,05) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai F hitung > F tabel sebesar $110,285 > 2,65$. Artinya

persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam. Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis keempat yang diajukan dinyatakan diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi kegunaan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi variabel persepsi kegunaan < nilai signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung > t tabel sebesar $7,226 > 1,971$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan

terhadap minat menggunakan. Koefisien regresi persepsi kegunaan menunjukkan arah positif. Artinya persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin tinggi persepsi kegunaan internet banking BCA, maka minat menggunakan produk tersebut akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin rendah persepsi kegunaan, maka minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam juga semakin menurun.

Pengaruh Persepsi kemudahan Terhadap Minat menggunakan

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai signifikansi untuk variabel persepsi kemudahan lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$), yaitu $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yakni $6,754 > 1,971$. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan. Selain itu, koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan menunjukkan arah positif, yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakannya. Minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin tinggi persepsi kemudahan internet banking, maka minat menggunakan produk tersebut akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin rendah persepsi kemudahan, maka minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam juga semakin menurun.

Pengaruh Persepsi risiko Terhadap Minat menggunakan

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi $<$ nilai signifikansi kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,032 < 0,05$ dan t hitung $>$ t tabel sebesar $2,161 > 1,971$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Koefisien regresi persepsi risiko menunjukkan arah negatif. Artinya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin rendah persepsi risiko internet banking, maka minat menggunakan produk tersebut akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin tinggi persepsi risiko, maka minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam juga semakin menurun.

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikansi F-statistic lebih kecil dari alpha ($0,05$) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan

memiliki nilai F hitung $>$ F tabel sebesar $110,285 > 2,65$, sehingga persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Nilai adjusted r square sebesar $0,618$ menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam dengan proporsi pengaruh sebesar $61,8$ persen sedangkan sisanya sebesar $38,2$ persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diungkapkan implikasi penelitian sebagai berikut :

1. Implikasi praktis

Variabel yang digunakan untuk mengukur minat menggunakan adalah persepsi kegunaan, yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Semakin baik persepsi kegunaan yang diperoleh perusahaan, maka minat menggunakan akan semakin meningkat.

Variabel selanjutnya yang digunakan untuk mengukur minat menggunakan adalah persepsi kemudahan, Mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak positif terhadap ketertarikan dalam menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Semakin baik persepsi kemudahan, maka minat menggunakan juga akan semakin meningkat.

Variabel terakhir yang digunakan untuk mengukur minat menggunakan adalah persepsi risiko, yang menunjukkan bahwa pandangan terhadap risiko memiliki dampak negatif terhadap ketertarikan dalam menggunakan internet banking BCA di Kota Batam. Semakin rendah persepsi risiko, maka minat menggunakan semakin meningkat.

Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking BCA di Kota Batam.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Bank BCA di Kota Batam dalam meningkatkan minat menggunakan internet banking. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko. Implikasi ini juga dapat digunakan sebagai kontribusi terhadap teori-teori yang ada dalam

meningkatkan minat menggunakan yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan juga persepsi risiko.

SIMPULAN

Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan pada pengguna internet banking BCA di Kota Batam. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan pada pengguna internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin baik persepsi kegunaan, maka minat menggunakan juga akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin buruk persepsi kegunaan Bank BCA, maka minat menggunakan juga akan semakin menurun.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan pada pengguna internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin baik persepsi kemudahan yang diciptakan perusahaan Bank BCA di Kota Batam maka minat menggunakan akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin buruk persepsi kemudahan, maka minat menggunakan juga akan semakin menurun.
3. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi risiko berkontribusi secara negatif terhadap minat penggunaan internet banking BCA di Kota Batam, dimana semakin rendah persepsi risiko, maka minat menggunakan akan semakin meningkat dan sebaliknya semakin tinggi persepsi risiko, maka minat menggunakan juga akan semakin menurun.
4. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko memiliki dampak secara bersamaan terhadap ketertarikan dalam menggunakan internet banking di Kota Batam dengan proporsi pengaruh sebesar 61,8 persen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021, September). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1228-1233).
- Andrea, H. L. P., Kartonoc, R., & Sundjajad, A. M. (2021). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk and technology readiness on intention to use e-banking in Jakarta. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 6829-6836.
- Andrea, Hani Listiana Pebriyantib, Rano Kartonoc, A. M. S. (2021). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk And Technology Readiness On Intention To Use E-Banking In Jakarta. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 6829-6836. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5550>
- Ashoer, M., Jebarajakirthy, C., Lim, X. J., Mas'ud, M., & Sahabuddin, Z. A. (2024). Mobile fintech, digital financial inclusion, and gender gap at the bottom of the pyramid: An extension of mobile technology acceptance model. *Procedia Computer Science*, 234, 1253-1260.
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100010. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Abdul, J., & Noval, N. (2022). Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57-71.
- Diana, I., & Sartika, D. (2024). The Economic Effects Financial Technology (FinTech) Adoption on Small and Medium-Sized Enterprises: Insights from Palembang, Indonesia. *Equity*.
- Hutapea, R. S., & Andista, D. R. (2021). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Risk on User Interest in Using Financial Technology Peer to Peer Lending. *Proceedings of the 2nd International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2021)*, 207(Issat), 619-623. <https://doi.org/10.2991/aer.k.211106.096>
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Ovo Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*,

7(1), 36–43.
<https://doi.org/10.31943/investasi.v7i1.117>

Okky Natalia, & Rini Tesniwati. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722– 1730. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.344>

Pirdayanti, & Wiagustini. (2021). The Influence of Perceived Risk, Perceived of Usefulness, and Perceived Ease of Use on the use of Financial Technology. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 428–436. www.ajhssr.com

"Putro, A. K., & Takahashi, Y. (2024). Entrepreneurs' creativity, information technology adoption, and continuance intention: Mediation effects of perceived usefulness and ease of use and the moderation effect of entrepreneurial orientation. *Heliyon*, 10(3), e25479. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25479>"

Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(3), 97-109.

Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 561-588.

Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User innovativeness and fintech adoption in indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 188.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RND*. CV Alfabeta.