

BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Hasil penelitian

Berdasarkan hasil pengujian analisis data yang telah dilakukan, diperoleh nilai hubungan signifikan dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Tabel 5.1 berasal dari pengujian parsial terdapat empat hipotesis. Hasil keempat hipotesis tersebut diterima karena memiliki hasil yang signifikan dan sesuai dengan kriteria.

Tabel 5. 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Hasil Hipotesis
H1: <i>Performance Expectancy</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Diterima
H2: <i>Effort Expectancy</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Diterima
H3: <i>Social Influence</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Diterima
H4: <i>Facilitating Condition</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Diterima

5.2 Pembahasan Hipotesis

5.2.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Hipotesis pertama yang akan dibahas adalah, H_1 : *Performance Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada tabel 4.15 dapat dilihat besar t dari hasil pengujian adalah $t_{hitung} 5,573 > t_{tabel} 1,9845$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil nilai tersebut dapat menyimpulkan bahwa hipotesis alternatif yang menduga bahwa adanya pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* diterima. *Performance Expectancy* yang dirasakan oleh pengguna internet banking BRI secara positif memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna, yang memiliki arti bahwa nasabah merasa jika *internet banking* dapat membantu dalam meningkatkan kinerja pada pekerjaannya.

Variabel *Performance Expectancy* memiliki tiga indikator yaitu, sebagai berikut: (1) *Perceived Usefulness*; (2) *Job fit*; dan (3) *Relative Advantage*. Pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat dalam *Performance Expectancy* tersebut merupakan hal penting dan secara signifikan memengaruhi *Behavioral Intention* dalam menggunakan *internet banking*. Pengguna merasa

dalam menggunakan internet banking dapat digunakan dimanapun dan kapanpun selagi ada koneksi internet sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaannya, dengan internet banking pengguna dapat melakukan tugas lebih cepat dan dapat menghemat waktu. Pengguna juga merasa bahwa bertransaksi menggunakan internet banking berguna dalam menyelesaikan transaksi perbankan, dan *Internet banking* dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja dalam melakukan pekerjaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan serta pengaruh *Perfomance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Pada hasil penelitian Samuel dan Hillar (2014) *Perfomance Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menurut Samuel dan Hillar (2014) *Perfomance Expectancy* didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu merasa jika sistem dapat membantunya dalam meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Dan pada hasil penelitian Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) yang menyatakan ada pengaruh signifikan dan positif antara *Perfomance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*, menurut Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) *Perfomance Expectancy* didefinisikan bahwa dengan menggunakan *internet banking* dapat membantu meningkatkan kinerja dalam menyelesaikan pekerjaan pengguna. Menurut Venkatesh et al (2003) mendefinisikan harapan kinerja (*Perfomance Expectancy*) sebagai tingkat dimana seseorang individu meyakini bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya.

5.2.2 Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention

Hipotesis kedua yang akan dibahas adalah, H_2 : *Effort Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada tabel 4.17 dapat dilihat besar t dari hasil pengujian adalah $t_{hitung} 8,671 > t_{tabel} 1,9845$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil nilai tersebut dapat menyimpulkan bahwa hipotesis alternatif yang menduga bahwa adanya pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* diterima. *Effort Expectancy* yang dirasakan oleh pengguna *internet banking* BRI secara positif memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna, yang memiliki arti bahwa pengguna merasa dengan menggunakan *internet banking* dapat mengurangi upaya atau usaha dalam melakukan pekerjaannya.

Variabel *Effort Expectancy* memiliki dua indikator yaitu, sebagai berikut: (1) Perceived Ease of Use dan (2) Complexity. Pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat pada *Effort Expectancy* tersebut merupakan hal penting dan secara signifikan memengaruhi *Behavioral Intention* dalam menggunakan internet banking. Pengguna merasa bertransaksi menggunakan *internet banking* mudah untuk digunakan dan tidak menemukan kesulitan saat mengoperasikan sistem, dengan *internet banking* mudah bagi pengguna saat belajar

mengoprasikan sistem saat bertransaksi dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mahir dalam menggunakan internet banking.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan serta pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Pada hasil penelitian Samuel dan Hillar (2014) *Effort Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menurut Samuel dan Hillar (2014) *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai alat dalam memudahkan penggunaan sistem atau dimana seorang individu akan mengurangi upaya atau usaha dalam melakukan pekerjaannya dan hasil penelitian Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) yang menyatakan ada pengaruh positif dari *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*, menurut Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) *Effort Expectancy* didefinisikan dimana seorang individu akan dapat mengurangi upaya atau usaha dalam melaksanakan pekerjaannya. Menurut Venkatesh et al (2003) mendefinisikan harapan usaha (*Effort Expectancy*) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) dalam melakukan pekerjaannya.

5.2.3 Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention

Hipotesis ketiga yang akan dibahas adalah, H_3 : *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada tabel 4.19 dapat dilihat besar t dari hasil pengujian adalah $t_{hitung} 8,903 > t_{tabel} 1,9845$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil nilai tersebut dapat menyimpulkan bahwa hipotesis alternatif yang menduga bahwa adanya pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* diterima. *Social Influence* yang dirasakan oleh pengguna *internet banking* BRI secara positif memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna, yang memiliki arti bahwa nasabah dalam menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Variabel *Social Influence* memiliki dua indikator yaitu, sebagai berikut: (1) Subjective norm dan (2) Social factor. Pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat pada *Social Influence* tersebut merupakan hal penting dan secara signifikan memengaruhi *Behavioral Intention* dalam menggunakan sistem. Pengguna merasa bahwa orang-orang disekitar menggunakan *internet banking* dan status sosialnya meningkat, pengguna juga merasa telah dipengaruhi oleh faktor sosial dengan adanya pihak lain seperti keluarga, sahabat, dan kerabat yang memberikan pengaruh, motivasi dan dorongan sehingga pengguna tertarik dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan serta pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Pada hasil penelitian Samuel dan Hillar (2014) *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menurut Samuel dan Hillar (2014) Pengaruh sosial (*Social Influence*) didefinisikan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem dan hasil

penelitian Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) yang menyatakan ada pengaruh positif dari *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*, menurut Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) *Social Influence* didefinisikan sejauh mana seorang individu dalam menggunakan sistem dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Menurut Venkatesh et al (2003) mendefinisikan pengaruh sosial (*Social Influence*) adalah hal yang melekat terhadap penyebaran informasi dan sejauh mana seorang individu dalam menggunakan sistem dapat dipengaruhi oleh orang lain dilingkungan sekitar.

5.2.4 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*

Hipotesis keempat yang akan dibahas adalah, H_4 : *Facility Condition* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada tabel 4.21 dapat dilihat besar t dari hasil pengujian adalah $t_{hitung} 8,903 > t_{tabel} 1,9845$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil nilai tersebut dapat menyimpulkan bahwa hipotesis alternatif yang menduga bahwa adanya pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* diterima. *Facilitating Condition* yang dirasakan oleh pengguna *internet banking* BRI secara positif memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna, yang memiliki arti bahwa nasabah merasa jika infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung dalam penggunaan *internet banking*.

Variabel *Facilitating Condition* memiliki dua indikator yaitu, sebagai berikut: (1) Perceived behavioral control dan (2) *Facilitating condition*. Pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat pada *Facilitating Condition* tersebut merupakan hal penting dan secara signifikan memengaruhi *Behavioral Intention* dalam menggunakan *internet banking*. Pengguna memiliki sarana yang diperlukan dalam menggunakan *internet banking*, pengguna merasa bantuan sangat bermanfaat saat mengalami masalah dalam menggunakan *internet banking*, pekerjaan pengguna mendukung untuk menggunakan *internet banking*, dan menggunakan *internet banking* sesuai dengan gaya hidup pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan serta pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*. Pada hasil penelitian Samuel dan Hillar (2014) *Facilitating Condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menurut Samuel dan Hillar (2014) *Facilitating Condition* didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu percaya bahwa organisasi dan infrastruktur teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem dan hasil penelitian Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) yang menyatakan ada pengaruh positif dari *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*, menurut Feras Fares Al Mashagba dan Mohammad Othman Nassar (2012) *Facilitating Condition* didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia dapat mendukung dalam penggunaan *internet banking*. Menurut Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Condition*) merupakan

faktor-faktor obyektif lingkungan yang menyebabkan kemudahan dalam penggunaan suatu sistem, termasuk penyediaan dukungan komputer atau alat teknologi lainnya.