

The Influence of Perceptions of Information Technology and Service Features on Customer Interest in Using Internet Banking (Case Study of Bank Sumut Kcp Sunggal)

Pengaruh Persepsi Teknologi Infomasi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank Sumut Kcp Sunggal)

Catherine Michelle Samsul¹, Mila Yulia Herosian^{2*}, Putri Sari Sihombing³, Randa Wildesta Tambunan⁴, Stephany⁵, Dwita Sakuntala⁶

Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}

Universitas Panca Budi⁶

Milayuliaherosian@unprimdn.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

Customers can take advantage of a number of advantages when they choose to conduct online shopping through internet banking. One of the goals of the study is to ascertain and examine how information technology and service characteristics impact consumers' desire to use online banking. The foundation of this research methodology is a quantitative approach. Convenience sampling was utilized to select 60 students from Medan who were SUMUT Link bank users for the research sample. methods for gathering data, including surveys, interviews, and documentation. methods for analyzing data that make use of multiple linear regression. According to the results, customer interest in using internet banking is positively and partially significantly impacted by perceptions of information technology ($t_{count} > t_{table}$ (2.420 > 2.002) and significant $0.019 < 0.05$), while customer interest in using internet banking is positively and partially significantly impacted by service features ($t_{count} > t_{table}$ (5.701 > 2.002) and significant $0.000 < 0.05$). Customer interest in adopting Internet banking is thus positively and significantly impacted by perceived information technology and service aspects at the same time, with a significance level of $0.000 < 0.05$ and a F count (46.619) > F table (3.16). According to the study's findings, consumers' opinions of information technology and service aspects contribute to their strong interest in using Internet banking.

Keywords: Perception Of Information Technology, Service Features, Customer Interest

ABSTRAK

Ketika konsumen ingin melakukan transaksi berbelanja online, internet banking menawarkan berbagai manfaat. Tujuan penelitian antara lain adalah untuk menentukan dan menganalisis bagaimana teknologi infomasi dan fitur layanan berdampak pada keinginan nasabah untuk menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai dasar. Metode convenience sampling digunakan untuk mengumpulkan sampel penelitian dari 60 mahasiswa di wilayah yang menggunakan Bank SUMUT Link. Metode pengumpulan data, termasuk kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Teknologi Infomasi berdampak positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah, seperti yang ditunjukkan oleh nilai thitung > ttabel (2,420 > 2,002) dan signifikan $0,019 < 0,05$. Sementara itu, Fitur Layanan berdampak positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah, seperti yang ditunjukkan oleh nilai thitung > ttabel (5,701 > 2,002) Studi ini menemukan bahwa persepsi konsumen terhadap teknologi infomasi dan fitur layanan menyebabkan minat tinggi konsumen dalam menggunakan internet banking.

Kata Kunci: Persepsi Teknologi Infomasi, Fitur Layanan, Minat Nasabah

1. Pendahuluan

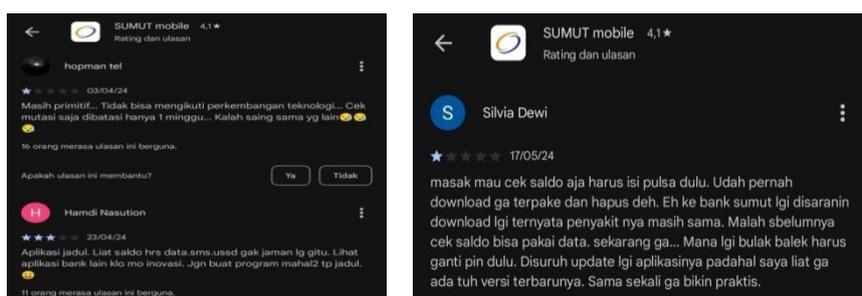
Internet *banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi yang berkaitan dengan transaksi perbankan melalui penawaran fitur-fitur yang dibutuhkan. Internet *banking* memberikan berbagai manfaat bagi nasabah ketika ingin

melakukan transaksi berbelanja online di internet. Manfaat Internet Banking adalah dapat mengurangi biaya operasional, mempermudah nasabah bank, dapat mengurangi jumlah karyawan atau staf operasional sehingga penggunaan ruangan lebih dapat diefisienkan dan dapat melebarkan jangkauannya keseluruh dunia sehingga nasabah dapat berhubungan dengan bank dari manapun diseluruh dunia dengan waktu tidak terbatas (Hendarsyah, 2022).

Jumlah nasabah Bank SUMUT yang Telah Menggunakan Aplikasi SUMUT LINK pada tahun 2022 jumlah pengguna aplikasi SUMUT Link sebanyak 318.433 pengguna dibandingkan dengan tahun 2021 yang berjumlah sebanyak 258.844 yang artinya menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah pengguna baru sebanyak 59.589 pengguna. Tahun 2023 jumlah pengguna SUMUT sebanyak 340.415 yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna baru sebanyak 21.982. Jumlah pengguna lebih sedikit dibandingkan dengan penambahan pengguna baru pada tahun sebelumnya. Meskipun jumlah secara keseluruhan terjadi peningkatan tetapi tidak diiringi dengan meningkatnya jumlah pengguna baru.

Persepsi teknologi informasi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan pada masa sekarang ini. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang baik terutama dalam sistem pembayaran. *Corporate Secretary Bank SUMUT Iswanto Darus* menjelaskan aplikasi sumut mobile dinilai semakin memudahkan transaksi nasabah dikarenakan memiliki fitur dan layanan yang cukup lengkap diantaranya cek saldo, transfer, pembelian *voucher* pulsa maupun paket internet dan *top up* uang elektronik serta pembayaran lainnya. Kedepannya Bank sumut juga akan semakin memperluas layanan mobile banking maupun digital banking. Pada awalnya tahun 2009 bank sumut hanya penyediaan SMS Banking namun semakin berkembangnya teknologi sehingga pada tahun 2019 bank Sumut telah mengembangkan aplikasi *mobile banking* yang diberi nama SUMUT Mobile dengan fitur yang lengkap sesuai izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sebagai Bank Umum yang diawasi oleh OJK, Bank Sumut terus berkordinasi dengan regulator baik OJK dan Bank Indonesia dalam melakukan pengembangan produk dan layanan perbankan termasuk dalam hal perizinan dan pelaporan (Sumbar, 2022). Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Aulia & Wazdi, 2022).

Menurut nasabah SUMUT mobile bahwa persepsi teknologi informasi yang masih rendah sehingga memicu review negatif dari nasabah Berikut review nasabah yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Review Nasabah SUMUT Mobile

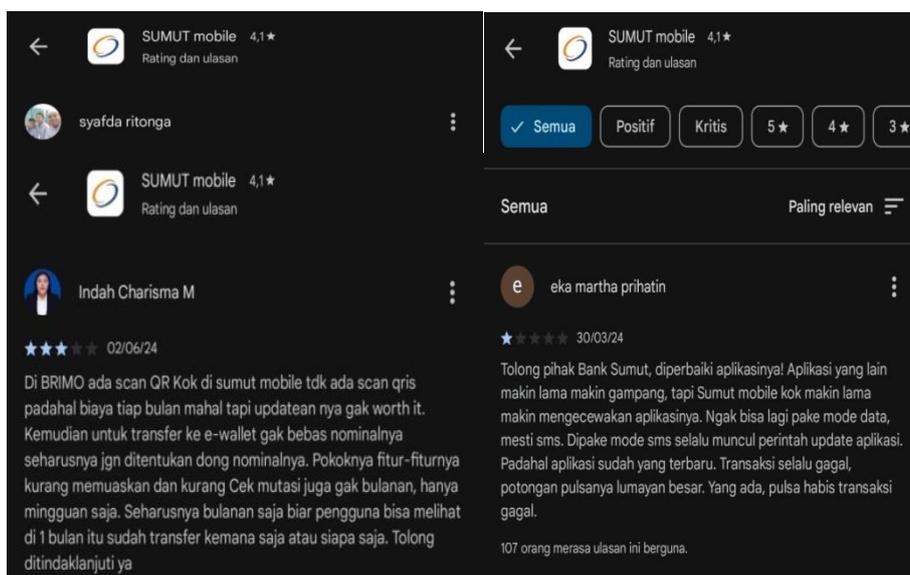
Sumber: SUMUT Mobile (2024)

Gambar 1. menunjukkan bahwa nasabah tidak puas dengan pelayanan fitur SUMUT link terhadap transaksi yang dilaksanakan oleh nasabah. Nasabah yang kecewa dengan aplikasi yang dilaksanakan setiap transaksi selalu adanya batasan dan dikenakan biaya, seperti cek saldo yang dibatasi 3 kali dalam seminggu. Hal ini memicu banyak nasabah yang beralih ke *mobile banking* lainnya.

Terus mengembangkan produk dan layanan berbasis digital. Salah satunya lewat aplikasi mobile banking yang dinamakan Sumut Mobile. Aplikasi ini menjadi satu ujung tombak Bank Sumut dalam memberikan kemudahan nasabah melakukan transaksi keuangan. Nasabah

pun bisa dikatakan puas dengan performa dan fitur Sumut Mobile. Buktinya, Sumut Mobile dinobatkan sebagai mobile banking terbaik dalam ajang Satisfaction, Loyalty, and Engagement (SLE) Award 2021. Dalam survei kolaborasi Marketing Research Indonesia (MRI) dan Infobank tersebut, mobile banking Bank Sumut meraih skor tertinggi di kelompok BPD, yaitu 81,94%. fitur-fiturnya terus dilengkapi disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Pembukaan rekening lewat mobile banking ini akan kita kejar tahun ini. Nasabah milenial ini kan tidak terlalu suka datang ke bank, jadi semuanya mau digital. Kita akan lengkapi semua fitur-fitur yang dibutuhkan di mobile banking (Infobanknews, 2021). Kelengkapan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking karena mempermudah dalam pengaplikasian internet banking sehingga mendorong minat nasabah (Marthauli et al., 2021).

Tetapi kemudahan yang diberikan *m-banking* yang diberikan masih mendapatkan respon yang negative dari pelanggan seperti yang terlihat pada gambar 1.2 :



Gambar 2. Review Nasabah SUMUT Mobile

Sumber: SUMUT Mobile (2024)

Gambar 2. menunjukkan bahwa fitur layanan Bank SUMUT yang sulit untuk digunakan oleh para nasabah, kelengkapan fitur QRIS yang tidak ada, pengecekan cek mutasi yang tidak ada perbulannya. Berbagai fitur layanan yang dirancang masih terlihat belum optimal untuk menunjang kegiatan harian nasabah.

Beberapa tujuan penelitian antara lain Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh teknologi infomasi dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking (studi kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).

2. Tinjauan Pustaka

Teori Tentang Persepsi Teknologi infomasi

Persepsi teknologi informasi adalah pandangan atau kepercayaan seseorang terhadap teknologi informasi. Persepsi ini dapat mencakup kepercayaan bahwa teknologi informasi mudah dipelajari dan dipahami (Yadnya, 2023). Persepsi teknologi informasi merupakan suatu tingkatan di mana seseorang percaya dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Astari et al., 2023). Elemen dalam persepsi teknologi informasi adalah (Santi & Sudiasmo, 2019)

1. Sering digunakan
2. Digunakan berulang-ulang
3. Kepuasan pengguna

4. Kerumitan pada aplikasi

Teori Tentang Fitur Layanan

Fitur layanan adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing (Arisma & Hijrah, 2024). Fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda dan manfaat adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkannya dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya (Rofiudin et al., 2022). Komponen fitur layanan yaitu: (Indawati et al., 2024)

1. Cek Saldo
2. Menabung
3. Transfer
4. Dompot digital
5. Merasakan kenyamanan saat melakukan transaksi tersebut.

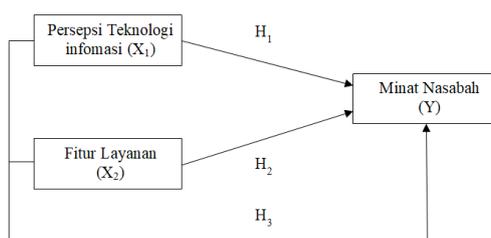
Teori Tentang Minat Nasabah

Minat ialah sikap kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek (Badaruddin & Risma, 2021). Pengukuran yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut (Dika et al., 2024)

1. Minat transaksional
2. Minat refrensial
3. Minat priotitas
4. Minat eksploratif

Kerangka Konseptual

Dari teori pengaruh di atas dapat dirancang kerangka konseptual yang berkaitan dengan persepsi teknologi infomasi dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking pada gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Fitri et al., 2023) . Beberapa isi hipotesis penelitian antara lain:

- H₁: Persepsi Teknologi Infomasi berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).
- H₂: Fitur Layanan berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal)
- H₃: Persepsi Teknologi Infomasi Dan Fitur Layanan berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).

3. Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki populasi yang tidak terbatas (*infinite*) dikarenakan peneliti tidak mengetahui pasti jumlah masyarakat Kota Medan yang menggunakan Bank SUMUT Link. Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* sendiri merupakan metode sampling dimana informasi yang didapatkan oleh peneliti terlebih dahulu disetujui oleh sampel yang memberikan informasi tersebut sehingga siapa saja yang menyetujui untuk memberikan informasi berarti data tersebut dapat digunakan untuk penelitian yang dilakukan. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Hair. Rumus Hair pada penelitian yang memiliki jumlah populasi tidak diketahui secara pasti siapa saja masyarakat Kota Medan yang menggunakan bank SUMUT Link. Dalam penelitian mempunyai 12 indikator (12 X 5) dengan jumlah 60 responden masyarakat Kota Medan yang menggunakan bank SUMUT Link. Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara angket atau kuesioner, wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai teknik analisa data.

4. Hasil Dan Pembahasan

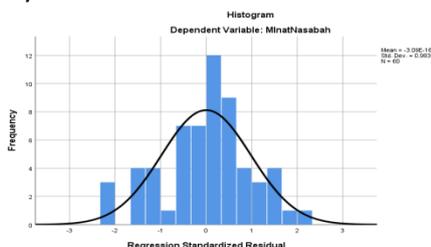
Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Hasil pengujian instrumen dari variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0361) dan nilai $sig < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan dari variabel yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Nilai *Cronbach alpha* dari seluruh variabel > 0.60 maka dapat simpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini lolos dalam uji reliabilitas dan dinyatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

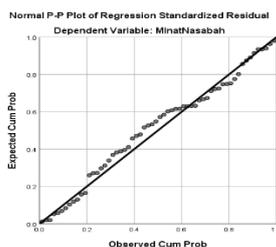
Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam menunjukkan data berdistribusi normal dengan menggunakan beberapa cara yakni



Gambar 2. Uji Normalitas Grafik Histogram

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Grafik histogram menunjukkan data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Gambar 3. Uji Normalitas dengan Grafik P-P Plot

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Gambar 3. terlihat data menyebar disekitar garis diagonal, penyebarannya sebagian besar mendekati garis diagonal. Hal ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Hasil	Unstandardized Residual	Kesimpulan
Sig. (2-tailed)	0.200	Normal

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Hasil uji normalitas dengan menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Berikut hasil pengujian multikolinieritas yaitu:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

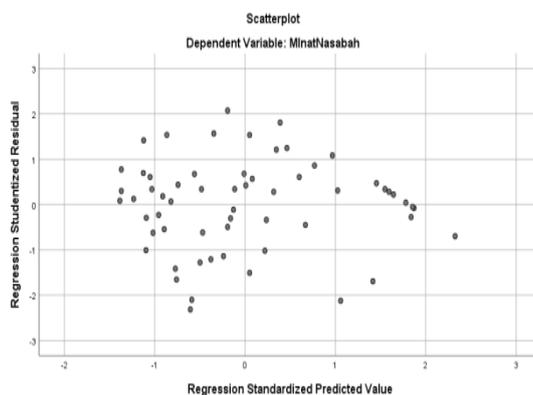
Model	Tolerance	VIF	Kesimpulan
PersepsiTeknologi Informasi	.599	1.670	Tidak Terjadi Multikolinieritas
FiturLayanan	.599	1.670	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini bahwa nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai *VIF* < 10 sehingga dari hasil ini dapat disimpulkan antara Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan tidak memiliki hubungan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Mendeteksi heteroskedastisitas adalah



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Gletjer

Model	Sig	Kriteria	Kesimpulan
-------	-----	----------	------------

Persepsi Teknologi Informasi	0.785	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fitur Layanan	0.350	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini berupa Persepsi Teknologi Informasi ($0.785 > 0.05$), dan Fitur Layanan ($0.350 > 0.05$) mempunyai nilai signifikan > 0.05 bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi..

Model Penelitian

Analisis regresi linear berganda yakni menggunakan variabel bebas lebih dari satu. Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda dapat di lihat pada tabel di bawah ini

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
(Constant)	9.632
Persepsi Teknologi Informasi	.247
Fitur Layanan	.582

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

$$Y = 9.632 + 0.247 X_1 + 0.582 X_2$$

Konstanta sebesar 9.632 menyatakan bahwa jika variabel Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan tidak ada atau konstan maka variabel Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking sebesar 9.632 satuan. Koefisien regresi variabel Persepsi Teknologi Informasi sebesar 0,247 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa apabila setiap kenaikan variabel Persepsi Teknologi Informasi 1 satuan akan meningkatkan variabel Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking sebesar 0,247 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap. Koefisien regresi variabel Fitur Layanan sebesar 0,582 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa apabila setiap kenaikan variabel Fitur Layanan 1 satuan akan meningkatkan variabel Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking sebesar 0,582 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 60,7% (0.607×100) menunjukkan variasi variabel Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking sedangkan sisanya sebesar 39.3% ($100\% - 60.7\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti kualitas aplikasi, promosi dan sebagainya.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Uji statistik *F* pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Uji F

F	Sig.	F tabel	Sig	Kesimpulan
46.619	.000 ^b	3.16	< 0.05	H3 Diterima

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Nilai F_{hitung} (46,619) $> F_{tabel}$ (3,16) dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H3 diterima yaitu Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).

Uji Hipotesis Secara Parsial

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Uji t

t	Sig.	t tabel	Sig	Kesimpulan
2.420	.019	2,002	< 0.05	H1 Diterima
5.701	.000	2,002	< 0.05	H2 Diterima

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,420 > 2,002$ dan signifikan $0,019 < 0,05$, berarti bahwa H1 diterima yaitu Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,701 > 2,002$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H2 diterima yaitu Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking

Hasil perhitungan hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Aulia & Wazdi, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa ketika persepsi teknologi informasi baik maka minat nasabah untuk menggunakan internet banking juga naik, karena nasabah akan dengan mudah dan cepat mengakses internet banking dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan. Persepsi teknologi informasi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan pada masa sekarang ini. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang baik terutama dalam sistem pembayaran. *Corporate Secretary Bank SUMUT Iswanto Darus* menjelaskan aplikasi sumut mobile dinilai semakin memudahkan transaksi nasabah dikarenakan memiliki fitur dan layanan yang cukup lengkap diantaranya cek saldo, transfer, pembelian *voucher* pulsa maupun paket internet dan *top up* uang elektronik serta pembayaran lainnya. Kedepannya Bank sumut juga akan semakin memperluas layanan mobile banking maupun digital banking.

Pengaruh Fasilitas Layanan terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking

Hasil perhitungan hipotesis menunjukkan bahwa Fasilitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Kelengkapan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking karena mempermudah dalam pengaplikasian internet banking sehingga mendorong minat nasabah (Marthauli et al., 2021). King (Maryanto, 2011). Layanan Internet Banking diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada nasabah. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari suatu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung, tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan. Dengan adanya situs ini, nasabah suatu bank akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan karena mereka dapat mengakses situs tersebut dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya seperti cek saldo, mutasi rekening sampai

transfer, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher prabayar, dan lain-lain, di mana saja dan kapan saja, asal memiliki koneksi ke internet. Fitur layanan menjadi salah satu faktor minat nasabah untuk menggunakan internet banking. Dimana ketika fitur layanan yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan nasabah maka nasabah akan memilih untuk menggunakan internet banking tersebut dengan manfaat lainnya seperti resiko yang rendah, keamanan bertansaksi serta biaya admin yang rendah. Menurut nasabah SUMUT Mobile bahwa persepsi teknologi informasi yang masih rendah sehingga memicu review negatif dari nasabah. Fitur layanan Bank SUMUT yang sulit untuk digunakan oleh para nasabah, kelengkapan fitur QRIS yang tidak ada, pengecekan cek mutasi yang tidak ada perbulannya. Berbagai fitur layanan yang dirancang masih terlihat belum optimal untuk menunjang kegiatan harian nasabah.

Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking

Hasil perhitungan hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Hasil uji koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 60,7% menunjukkan variasi variabel Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking sedangkan sisanya sebesar 39.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti kualitas aplikasi, promosi dan sebagainya. Dengan adanya Internet banking akan memberikan keuntungan bagi beberapa pihak, baik kepada pihak nasabah maupun pihak perbankan itu sendiri. Salah satu keuntungan bagi nasabah yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan serta menghemat waktu dan biaya. Selain itu, dari sisi pihak perbankan internet banking dapat meningkatkan kinerja bank dan biaya untuk memberikan layanan perbankan dapat lebih murah dibandingkan dengan membuka kantor cabang. Sebab hal itu secara langsung tergantung dari penerimaan dan persepsi konsumen (nasabah) terhadap teknologi tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana para nasabah mengapresiasi layanan internet banking agar dapat membantu menemukan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar. Untuk itu perlu memperhatikan teknologi informasi dan fasilitas layanan yang lengkap.

5. Penutup Kesimpulan

Simpulan dalam penelitian menunjukkan hipotesis pertama diterima bahwa Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Hipotesis kedua diterima bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal). Hipotesis ketiga diterima bahwa Persepsi Teknologi Informasi dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bank SUMUT KCP Sunggal).

Bagi Bank SUMUT yang saat ini sudah menyediakan versi terbaik dari internet banking, semoga tetap meningkatkan kualitas dan menyediakan fitur-fitur layanan baru yang sesuai dengan era yang terus berjalan serta terus menciptakan inovasi kedepannya. Sebaiknya dalam mengembangkan internet banking bank juga memperhatikan bagaimana persepsi nasabahnya terhadap perkembangan teknologi informasi. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan fasilitas internet banking pada konsumen yang berinteraksi dengan customer

service. Bagi Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengembangkan dan menambahkan variabel kepuasan pemakai atau tingkat kepercayaan nasabah.

Daftar Pustaka

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Arisma, A., & Hijrah, L. (2024). *the Influnce of Easy and Security Service Features on*. 7(1).
- Astari, A. E., Yasa, N. N. K., Giantari, I G. A. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2023). *Technology Accepted Model Theory of Planned Behavior dan Fear of covid-19 : Niat konsumen melanjutkan penggunaan dompet digital* (p. 23).
- Aulia, R., & Wazdi, A. I. (2022). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Bank BSI KC Suniaraja Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(3), 285–294.
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.
- Dika, R. P., Bella, S., & Apriyanti, N. (2024). *Investasi saham Syariah* (Issue 2002). Gita Lentera.
- Finansial Bisnis. (2023). *Pengguna SUMUTmobile Tembus 318.433 Akun, IPO Bank Sumut (BSMT) Perkuat Teknologi*.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Hendarsyah, D. (2022). Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 12–33.
- Indawati, Laba, A. R., Amat, M. Y., & Rahim, F. R. (2024). *Literasi Keuangan dan Pengetahuan Produk pada Perilaku Menabung Pekerja Milenial Melalui Fintech: Tinjauan Kasus Pengguna Fintech Smartphone*. Nasya Expanding Management.
- Infobanknews. (2021). *Mobile Banking Bank Sumut Juara SLE Award 2021*.
- Karimuddin, U. A., Abdullah, Jannah, M., Hasda, S., Fadilla, Z., Masita, M. K., Taqwin, Sari, M. E., & Ardiawan, M. K. N. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account*, 8(1), 1463–1471.
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Santi, I. H., & Sudiasmo, F. (2019). *Perceived Usefulness dan Perceived ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use dan Actual USage pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Jakad Media Publishing.
- Sambar, J. (2022). *No Title INovasi Bank SUMUT, Aplikasi SUMUT Mobile Mudahkan Transaksi Nasabah*.
- Yadnya, I. D. G. S. A. (2023). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan ...*, 14(5).