

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE*
TERHADAP *BEHAVIOUR INTENTION TO USE* BRI DIGITAL BANKING PADA
AGEN BRILINK PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK
KANTOR CABANG MAGELANG**

Mentari Wilis Wijayanti ¹⁾

Alwi Suddin ²⁾

Sutarno ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ mentary.wilis44@gmail.com

ABSTRACT

This study purpose to determine the significant effect between perceived usefulness towards behavioral intention to use, perceived ease of use towards behavior intention to use, perceived usefulness and perceived ease of use simultaneously and together towards behavioral intention to use BRI digital banking at BRILink agents of PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Magelang branch office with 121 people as sample. The results of multiple linear regression analysis are obtained the results of the validity test is perceived usefulness, perceived ease of use, and behavioral intention to use was valid. Reliability test results show reliable, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation, normality test passed the test. Conclusion of the study perceived usefulness has effect towards behavioral intention to use BRI Digital Banking, perceived ease of use has effect towards behavior intention to use of BRI digital banking, perceived usefulness and perceived ease of use simultaneously and together has effect towards behavior intention to use BRI digital banking.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, behavior intention to use*

PENDAHULUAN

Menurut undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengeluarkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perkembangan teknologi mendorong perubahan di sektor perbankan. Saat ini, perbankan tidak hanya sebagai lembaga intermediasi tetapi berkembang sebagai pintu gerbang sistem pembayaran nasional (*national payment gateway*).

Dunia saat ini berada pada era disrupsi digital, tak terkecuali perbankan. Sejalan dengan hal itu Taleghani *et al.* (2011: 155) mengemukakan bahwa sektor pelayanan mengalami perubahan yang tidak pernah dialami sepanjang sejarahnya. Adanya perubahan secara besar-besaran dari era yang sifatnya *offline* ke *online* merupakan tanda adanya *disrupsi digital*. Menanggapi kondisi perbankan saat ini, PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk harus siap menghadapi adanya disrupsi digital. Sebagai perbankan yang mengembangkan teknologi informasi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih bagi seluruh nasabah, Bisa dikatakan BRI merupakan *fintech with bank license*. BRI mengubah cakupan tanggung jawab Direktorat Informasi Teknologi menjadi *Digital*

Banking dan Teknologi Informasi. Dengan adanya direktorat baru dan perluasan cakupan tanggung jawab tersebut, diharapkan pengembangan produk perbankan digital akan semakin cepat, tepat sasaran, dinamis dan *consumer centric* (Annual Report BRI 2017: 286).

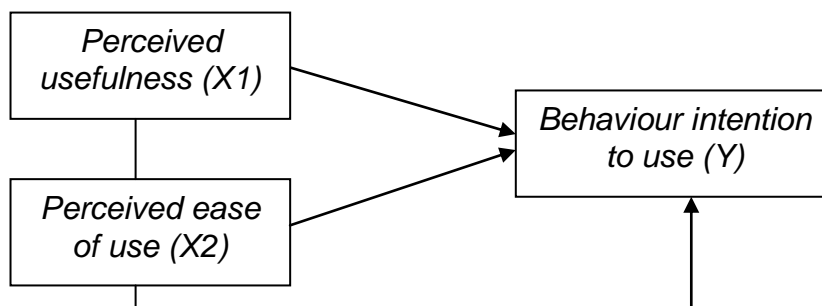
Menjawab tantangan disrupsi digital, maupun kemudahan dan ketersediaan layanan keuangan di seluruh wilayah Indonesia, Bank Indonesia mencanangkan *Branchless Banking*. Subramanian (2013: 90) Menjelaskan *Branchless Banking* dapat didefinisikan sebagai strategi untuk distribusi saluran perbankan yang digunakan untuk memberikan layanan keuangan tanpa bergantung pada kantor cabang. Dengan mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi, perbankan dapat melibatkan pihak lain (agen bank) dalam menjangkau masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan. BRI turut memprakarsai *branchless banking* dengan meluncurkan BRILink. BRILink merupakan bagian dari produk BRI digital banking yang menggunakan *Electronic Data Capture* (EDC) atau Mini ATM maupun aplikasi BRILink mobile sebagai media transaksi perbankan yang *real time online* dengan jangkauan wilayah yang lebih luas karena memanfaatkan jaringan internet dan teknologi informasi yang ada. Branchless banking khususnya Agen BRILink ini terutama dilakukan dengan memanfaatkan tingginya penggunaan telepon genggam, serta kerjasama dengan unit lokal atau agen.

Selanjutnya dari kajian di berbagai negara, disadari bahwa perbankan tidak dapat melakukan kegiatan *branchless banking* dengan efisien secara sendiri, namun dibutuhkan kerjasama dengan pihak lain, yaitu terutama perusahaan telekomunikasi. Selain itu, tujuan semula yang hanya berupaya untuk memperluas akses keuangan, kini semakin berkembang menjadi upaya peningkatan aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka *branchless banking* diperluas menjadi Layanan Keuangan Digital (LKD). LKD adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran dan/atau keuangan terbatas yang dilakukan tidak melalui kantor fisik, namun dengan menggunakan sarana teknologi antara lain *mobile based* maupun *web based* dan jasa pihak ketiga (agen), dengan target layanan masyarakat *unbanked* dan *underbanked*. Layanan keuangan digital yang dimaksud yaitu berupa kanal digital atau digital channel yang diaplikasikan pada *smartphone*. Hal itu diwujudkan BRI dengan mengeluarkan produk baru yang dinamakan BRILink mobile dan Aplikasi BRImo. BRILink mobile memiliki fasilitas yang sama dengan BRILink pada umumnya, perbedaan terletak pada cara penggunaan yang lebih mudah dan efisien hanya melalui perangkat *smartphone*, tidak lagi dengan EDC. Aplikasi BRImo sebagai penunjang transaksi bisnis maupun perbankan nasabah, yang menyajikan gabungan antara BRI mobile banking dengan BRI internet banking. Penampilan visual yang menarik, penggunaan basis data dengan mengusung *user interface* (UI) dan *user experience* (UX), tarik tunai tanpa kartu, mutasi rekening hingga satu tahun terakhir, hingga login menggunakan *fingerprnt* merupakan kelebihan digital channel BRI.

BRI digital banking merupakan produk teknologi baru, perlu dikaji bagaimana proses adopsi sistem teknologi informasi oleh pengguna akhir (*end users*) dalam hal ini adalah Agen BRILink yang menggunakan aplikasi BRILink mobile dan BRImo. Proses adopsi akan berakhir pada bagaimana niat perilaku pengguna (*behaviour intention*) setelah mengetahui manfaat kegunaan (*Perceived Usefulness*) Dan manfaat kemudahan (*Perceived ease of use*). Pengguna akan cenderung menggunakan BRI Digital banking secara terus menerus dan konsisten atau tidak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari *perceived usefulness* (X_1) terhadap *behaviour intention to use* (Y), signifikansi pengaruh dari *Perceived ease of use* (X_2) terhadap *behaviour intention to use* (Y), signifikansi

pengaruh secara simultan dan bersama-sama dari *Perceived usefulness* (X_1) dan *perceived ease of use* (X_2) terhadap *behaviour intention to use* (Y). Lebih jelasnya dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas): *Perceived Usefulness* (X_1) dan *Perceived Ease of Use* (X_2).
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat): *Behaviour Intention to Use* (Y_2).

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Branchless Banking*

Subramanian (2013: 30) menjelaskan *Branchless Banking* dapat didefinisikan sebagai strategi untuk distribusi saluran perbankan yang digunakan untuk memberikan layanan keuangan tanpa bergantung pada kantor cabang. Dengan mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi, perbankan dapat melibatkan pihak lain (agen bank) dalam menjangkau masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan. Menurut Safira (2019: 60) *Branchless banking* merupakan layanan keuangan yang menggunakan sarana teknologi digital, seperti misalnya telepon seluler dan mesin EDC (*Electronic Data Capture*), melalui pihak ketiga (agen). Untuk mendukung komitmen terwujudnya keuangan inklusif, pemerintah Indonesia mencanangkan program Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) pada Juni 2012, satu program di antaranya adalah *branchless banking*. Pada tahun 2012 Pemerintah beserta Bank Indonesia telah mempersiapkan *Branchless Banking* atau layanan perbankan tanpa kantor mengandalkan kantor cabang dan menggunakan teknologi untuk mencapai para nasabahnya. PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk turut andil dalam program LAKU PANDAI dengan meluncurkan Program BRILink. Diambil dari website resmi PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, BRILink merupakan perluasan layanan BRI dalam menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan secara real time online menggunakan fitur EDC Mini ATM BRI maupun dengan aplikasi BRILink mobile dengan konsep sharing fee. Karena merupakan bank tertua di Indonesia, BRI memiliki nasabah di seluruh Indonesia hingga ke daerah pelosok negeri. Dengan adanya BRILink, BRI mampu menjangkau nasabah hingga ke area terpencil, tanpa harus membangun kantor di area tersebut. Melalui BRILink, nasabah Bank BRI dapat melakukan berbagai transaksi

2. *Digital Channel (Kanal Distribusi Digital)*

Menurut laporan *deloitte financial service* (2015) pada tahun 2013, hampir 60% populasi di Indonesia tidak memiliki rekening bank, namun sekitar sepertiga dari

populasi saat ini telah memiliki akses internet dengan pertumbuhan penetrasi internet yang cepat, sehingga diharapkan *unbankable person* yang memiliki akses internet menjadi *bankable person*. Menurut Bank Indonesia (2014) Inklusi keuangan digital adalah akses digital dan penggunaan layanan keuangan formal bagi populasi yang terkecualikan dan tidak terlayani. Inklusi keuangan digital membutuhkan pelayanan keuangan digital untuk mendukung terwujudnya strategi keuangan inklusif nasional.

Pemerintah sedang gencar dalam mengupayakan transaksi non tunai atau *cashless* hingga tercipta tiga jenis transaksi perbankan yang mendukung, yakni mobile banking, internet banking, dan uang elektronik atau T-bank. Awalnya semua transaksi tersebut hanya bisa diakses melalui aplikasi berbeda, tapi sekarang ketiga jenis transaksi banking tersebut sudah tergabung dalam satu aplikasi. Aplikasi tersebut adalah BRImo, aplikasi digital banking versi terbaru dari BRI Mobile. Selain baru, aplikasi ini juga menawarkan beragam fitur canggih lainnya yang bisa langsung diakses dalam satu aplikasi. BRImo merupakan aplikasi terbaru dari BRI Mobile yang menggabungkan fungsi mobile banking, internet banking, dan uang elektronik atau T-bank ke dalam satu aplikasi dengan menu transaksi yang lebih lengkap dan menarik.

BRImo merupakan terobosan digital banking terbaru yang digagas oleh PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk demi memberikan kemudahan dan keamanan layanan transaksi perbankan. Aplikasi BRI Mobile terbaru ini menggunakan basis data dengan mengusung *user interface (UI)* dan *user experience (UX)*. BRImo menyediakan beragam fitur yang disesuaikan dengan keinginan anak milenial, khususnya segmen 'miwon', *milenial, woman and netizen*. Penampilan Warna yang striking terlihat *eye catching* memberi semangat baru. Aplikasi ini memungkinkan penggunaannya melakukan tarik tunai tanpa kartu yang bisa di akses pada *homescreen*. Nasabah akan diminta untuk memilih sumber dana dan nominal uang yang akan ditarik, lalu nasabah akan mendapatkan kode unik untuk diinput di ATM. Masukkan nomor telepon dan uang siap keluar dari mesin ATM. Fitur lainnya adalah melihat mutasi rekening hingga satu tahun terakhir. Data dapat disimpan dalam bentuk PDF dan langsung dibagikan melalui media sosial. Di aplikasi BRImo dilengkapi fitur yang memberi kenyamanan dan keamanan. Login akses dengan *fingerprint* maupun *face id recognition* untuk penggunaan akses rekening merupakan fitur baru dari digital banking BRI sehingga menghindarkan pengguna dari lupa password. Fitur lain diantaranya mengisi ulang pulsa, membayar kartu kredit, membeli tiket kereta, membayar pulsa, melakukan top-up saldo GoPay, dan info promo terkini dari Bank BRI.

3. **Technology Acceptance Model (TAM)**

Berbagai penelitian empiris menemukan bahwa TAM secara konsisten menjelaskan proporsi yang substansial dalam keinginan untuk menggunakan suatu teknologi (*usage intention*) dan perilaku (*behaviour*). Pengembangan item-item konstruk ini difokuskan pada dua konstruk teoritis yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) yang secara teori merupakan penentu-penentu dasar dari penggunaan (*use*) dari sistem (Davis, 1989 dalam Jogiyanto, 2008: 31).

Teori TAM (Venkatesh dan Davis, 2000: 102) menunjukkan bahwa keinginan perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu: (a) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), yang didefinisikan di mana seseorang merasa yakin bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan

meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pengukuran manfaat tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi informasi tersebut dan (b) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang didefinisikan di mana seseorang merasa yakin dengan menggunakan sistem tersebut tidak memerlukan upaya apapun (*free of effort*).

Secara empiris TAM telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna BRI digital banking, dimana banyak pengguna BRI digital banking dapat dengan mudah menerima suatu teknologi informasi karena sesuai dengan apa yang diinginkannya (Igarbaria et.al., 1997 dalam Nasution, 2004).

4. **Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)**

Menurut Jogiyanto (2007: 15) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Wibowo (2007: 30) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dari definisi diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007) *Perceived usefulness* menurut Davis dalam Surachman (2013: 39) adalah suatu keyakinan dari seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah sistem teknologi informasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Selanjutnya menurut Venkatesh dan Davis dalam Devi dan Suartana (2014: 28) *perceived usefulness* adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya.

Thompson (2001) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika meneliti pengaruh manfaat positif atas penggunaannya. Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dimana kepercayaan tersebut jika penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya (Nasution, 2004: 60). Penelitian yang dilakukan oleh Klopping dan McKinney (2004) menemukan bahwa keinginan seseorang untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh kegunaan (*perceived usefulness*), dimana seseorang merasakan manfaat atas sistem yang digunakan maka orang tersebut berkeinginan untuk menggunakan sistem tersebut.

Menurut penelitian yang dijalankan oleh Ramayah dan Ignatius (2006: 22) dimensi dari *perceived usefulness* adalah:

a. *Effectiveness*

Adalah persepsi yang menjelaskan efektifitas sebuah sistem sehingga mampu dioperasikan secara maksimal sehingga mampu meningkatkan kinerja seseorang atau sebuah perusahaan.

b. *Accomplish Faster*

Adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat sehingga menunjukkan adanya penghematan waktu dari penggunaan produk atau sebuah sistem.

c. *Useful*

Adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna

dan bermanfaat bagi kegiatan seorang individu, sehingga adanya sistem mampu memudahkan pekerjaan seseorang maupun perusahaan

d. *Advantageous*

Adalah persepsi yang menjelaskan keuntungan-keuntungan dari penggunaan sebuah sistem bagi seorang individu. manfaat yang dirasakan nasabah akan menjadi tingkat sejauh mana sebuah produk dapat terus digunakan atau tidak.

5. **Perceived ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)**

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Menurut Novi (2003: 320) *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Persepsi atas kemudahan penggunaan secara kontras, mengacu pada “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Hal ini mengikuti definisi dari “mudah” (“*ease*”) “*freedom from difficulty or great effort*” atau “tidak memiliki kesulitan atau tidak memerlukan upaya keras. *Perceived ease of use* menurut Davis dalam Jogiyanto, (2007: 115) adalah tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan bebas dari usaha. Sesuai dengan pendapat di atas, menurut Dewi et al (2012: 155), *perceived ease of use is a belief that using technology will be effortless.*” Atau dapat diartikan sebagai keyakinan sejauh mana sebuah sistem akan mengurangi usaha mereka dalam bertindak. Menurut penelitian yang dijalankan oleh Ramayah dan Ignatius (2006: 60), dimensi dari *perceived ease of use* adalah:

a. *Easyness*

Adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan dan dioperasikan dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Clear and Understandable*

Adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem jelas dan mudah dimengerti baik fitur maupun fasilitasnya. Sehingga menambah keterampilan pengguna dalam menerapkan sistem tersebut.

c. *Easy to Learn*

Adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh individu maupun perusahaan.

d. *Overall Easiness*

Adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Sehingga individu maupun perusahaan akan dengan mudah mengerjakan apapun dengan adanya sistem tersebut.

6. **Behaviour Intention (Minat Perilaku)**

Menurut Agarwal dan Karahanna (2000: 39) minat perilaku (*behaviour intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behaviour*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behaviour intention*) untuk melakukannya. Minat juga dapat mengindikasikan dilakukannya suatu perilaku di masa depan dan mengulangnya di kemudian hari. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku (*behaviour intention*) merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem. Selain itu, terdapat korelasi yang kuat antara niat berperilaku dan perilaku yang sebenarnya (Vijayasarathy, 2003).

Behaviour Intention to Use adalah kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi. Niat atau *intention* merupakan prediktor terbaik, dimana *intention* adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Shin, 2010). Seseorang baik secara individu maupun kolektif dalam penerimaan penggunaan suatu teknologi informasi tergantung pada variasi penggunaan suatu sistem, karena penggunaan suatu sistem berbasis teknologi informasi diyakini dapat mengembangkan kinerja individu atau organisasi. *Intention* mengacu kepada tujuan individu untuk melakukan berbagai perilaku yang beragam dan dapat dipertimbangkan sebagai alasan khusus terhadap keyakinan. *Intention* merupakan probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu (Ajzen, 2011). Minat untuk menggunakan (*intention to use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan (Kusumah, 2009). Perilaku merupakan tindakan aktual individu akibat dari faktor-faktor yang mempengaruhinya (Ajzen, 2011) Ventakes, et al (2003) menyebutkan bahwa *Intention to use* ini dibangun oleh beberapa dimensi, di antaranya:

- a. *Performance expectancy* adalah tingkat dimana seseorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dia dalam memperoleh keuntungan dalam kinerja
- b. *Attitude* adalah sikap mempengaruhi perilaku individu oleh penyaringan informasi dan membentuk persepsi individu.
- c. *Trust* merupakan mekanisme untuk mengurangi persepsi adanya risiko melalui peningkatan harapan akan hasil positif dan kepastian mengenai sesuatu yang diharapkan
- d. *Perceived Risk* adalah kemungkinan kerugian dan perasaan subjektif dari konsekuensi yang tidak menguntungkan

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk kantor cabang Magelang. Populasi dalam penelitian ini adalah agen BRILink resmi sejumlah 121 orang yang dijadikan sampel secara keseluruhan. Jenis data dalam penelitian ini berbentuk kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk berupa hasil kuesioner. Data sekunder seperti buku, referensi pustaka, jurnal ilmiah, *website* resmi dan sumber *online* lain. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif, analisis kuantitatif berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan *software* SPSS.

HASIL UJI PENELITIAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil uji: semua item pertanyaan dari variabel X_1 , X_2 , Y mempunyai *p value* $> \alpha$ (0,05), yang artinya valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji: semua item pertanyaan dari variabel X_1 , X_2 , Y mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, yang artinya reliabel (akurat / stabil).

Analisis Deskriptif

1. Sebagian besar responden (54%) menyatakan bahwa BRI Digital Banking memberikan manfaat (*perceived usefulness*) yang tinggi bagi para penggunanya khususnya Agen BRILink.
2. Sebagian besar responden (76%) menyatakan bahwa BRI Digital Banking memberikan kemudahan (*perceived ease of use*) penggunaan yang tinggi bagi para penggunanya khususnya Agen BRILink.
3. Sebagian besar responden (51%) menyatakan bahwa Agen BRILink memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan BRI Digital Banking.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas
Dari hasil uji diketahui bahwa semua variabel independen yaitu *Perceived usefulness* (X_1) maupun *perceived ease of use* (X_2) mempunyai nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Hal ini berarti tidak terjadi multikolinearitas
2. Uji Autokorelasi
Dari hasil uji diketahui bahwa nilai bahwa *p value* terdeteksi sebesar $0,928 > 0,05$, ini berarti antar variabel independen tidak terjadi autokorelasi.
3. Uji Heteroskedastisitas
Dari hasil uji diketahui bahwa semua variabel mempunyai *p-value* $> 0,05$ artinya bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
4. Uji Normalitas
Dari hasil uji diketahui bahwa *p-value* $> 0,05$, artinya menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Persamaan Regresi

Hasil Uji dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standar error	Beta		
(Constant)	4,382	1,187		3,692	0,000
<i>perceived usefulness</i> (X_1)	0,392	0,078	0,394	4,998	0,000
<i>perceived ease of use</i> (X_2)	0,346	0,059	0,465	5,898	0,000
Adj R ²	0,544				
F	58,807				
Sig	0,000				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil analisis regresi berganda di atas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,382 + 0,392 X_1 + 0,346 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 4,382 artinya nilai ini akan konstan atau tetap sebesar 4,382.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel *perceived usefulness* (X_1) bernilai positif menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel *perceived usefulness* (X_1) akan menaikkan *Behaviour intention to use* (Y).
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel *perceived ease of use* (X_2) bernilai positif menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel *perceived ease of use* (X_2) akan menaikkan *behaviour intention to use* (Y).

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan variabel lainnya tetap/konsisten. Hasil Uji t dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Uji t

Variabel	t	Sig.	Keterangan
<i>perceived usefulness</i> (X_1)	4,998	0,000	H ₁ diterima
<i>perceived ease of use</i> (X_2)	5,898	0,000	H ₂ diterima

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel tersebut diketahui bahwa:

- a. Uji signifikansi pengaruh *perceived usefulness* (X_1) terhadap *Behaviour intention to use* (Y) adalah sebagai berikut:
 Nilai *p value* untuk variabel *perceived usefulness* (0,000) < 0,05. Maka Ho ditolak dan H₁ diterima yang *perceived usefulness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Behaviour intention to use* BRI Digital banking
- b. Uji signifikansi pengaruh *perceived ease of use* (X_2) terhadap *Behaviour intention to use* (Y) adalah sebagai berikut:
 Nilai *p value* variabel *perceived ease of use* 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak dan H₂ diterima yang artinya *perceived ease of use* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Behaviour intention to use* BRI Digital banking

2. Uji F (Simultan)

Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasar tabel 1 diketahui *p value* sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived ease of use* secara simultan dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived ease of use* terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking.

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,544 yang berarti variabilitas variabel *Behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink yang dapat dijelaskan variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebesar 54,4%. Hal ini berarti variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempengaruhi *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink

sebesar 54,4% sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh teori maupun variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behaviour Intention to Use*

Perceived usefulness mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Magelang. Semakin banyak persepsi manfaat kegunaan (*perceived usefulness*) yang dirasakan oleh Agen BRILink maka semakin tinggi pula minat keinginan pengguna (*behaviour intention to use*) untuk terus menggunakan BRI Digital Banking. Melalui manfaat kegunaan yang efektif dan efisien sehingga pekerjaan maupun transaksi berjalan lebih cepat dan membawa dampak keuntungan lebih bagi agen BRILink. Semakin penggunaan BRI Digital banking mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya maka semakin meningkat pula minat keinginan (*behaviour intention to use*) agen BRILink untuk menggunakan BRI Digital Banking lebih lanjut. Manfaat kegunaan (*perceived usefulness*) diketahui merupakan komponen yang sangat krusial mempengaruhi *behaviour intention to use*. Dengan *perceived usefulness* yang efektif dan maksimal maka akan sangat menunjang peningkatan kinerja bisnis maupun pekerjaannya.

2. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *Behaviour Intention to Use*

Perceived ease of use mempunyai pengaruh signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk kantor cabang Magelang. Semakin mudah (*perceived ease of use*) BRI Digital Banking dioperasikan oleh Agen BRILink, maka semakin tinggi minat untuk terus menggunakan (*behaviour intention to use*) BRI Digital banking. Fitur dari BRI Digital banking yang mudah dan flexibel akan mendorong Agen BRILink untuk mengoperasikannya dalam transaksi keuangan perbankan sehari-hari. Fitur yang jelas, mudah dimengerti dan dipelajari akan membantu Agen BRILink dalam mengontrol transaksi keuangannya. Tidak hanya itu, kemudahan fasilitas BRI Digital banking akan membantu agen BRILink untuk lebih cepat terampil dalam menerapkan sistem tersebut dalam kegiatan perbankan sehari-hari.

3. Pengaruh *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan dan bersama-sama terhadap *Behavior intention to use*

Perceived usefulness dan variabel *perceived ease of use* secara simultan dan bersama-sama berpengaruh terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Melalui persepsi manfaat dan kemudahan Agen BRILink mampu mengukur nilai BRI Digital banking dan membuat keputusan untuk terus menggunakan fasilitas tersebut dalam jangka panjang atau tidak. Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem bermanfaat dan mudah dioperasikan atau digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem kurang berguna atau sulit untuk diaplikasikan maka ia tidak akan menggunakannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memaparkan beberapa kesimpulan yaitu *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada

Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Kantor cabang Magelang, *Perceived ease of use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Kantor cabang Magelang. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *behaviour intention to use* BRI Digital banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Kantor cabang Magelang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 2011. *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, in Action Control: From Cognition to Behavior*. NY: Springer-Vrlag.
- Annual report BRI. 2017. *Membangun negeri melalui integrated banking solution dan transformasi UMKM*. Jakarta, Indonesia.
- Bank Indonesia. 2014. *Keuangan Inklusif*. <https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/Indonesia/Contents/Default.aspx> diakses pada 30 Januari 2019
- Bornfield, Christian. 2014. "Digital Banking" Nordea. Norwegia https://www.nordea.com/Images/33-41728/2014-11-08_141108-Digital-Banking-Christian-Bornfeld_EN.pdf diakses pada 20 Januari 2019
- Carney, Mark. 2016. *Enabling the FinTech transformation: Revolution, Restoration, or Reformation?* BoE
- Deloitte. 2015. *The future is now: digital financial services in Indonesia*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/sg/Documents/financial-services/sea-fsi-digital-financial-services-in-Indonesia-noexp.pdf> diakses pada 29 Januari 2019
- Dewi dan Baridwan, Zaki. 2012. *Minat Keperilakuan Individu Menggunakan Sistem Online Shopping: Pendekatan Modifikasi Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behaviour*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2 Hal 37
- Igbaria, M. et al. 2004. *Personal Computing Acceptance Factors in Small Firm: A Structural Equation Modelling*. Management Information System Quartely. 21(3): 279- 305.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Andi Offset. Yogyakarta
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Andi Offset. Yogyakarta
- Kripanont, N. 2007. Examining a Technology Acceptance Model of Internet Usage by Academics within Thai Business Schools. *PhD Thesis*, Victoria University, Melbourne.
- Klopping, I.M. dan McKinney, E. 2004. Extending the Technology Acceptance Model and the Task-Technology Fit Model to Consumer E-Commerce. *Information Technology Learning and Performance Journal*, 22, 35-48.
- Lewis, W., Agarwal, R., dan Sambamurthy, W. 2003. *Sources of Influence on Beliefs about Information Technology Use: An Empirical Study of Knowledge Workers*. MIS Quarterly 27 (4) pp. 657-678.
- Manivannan, pichaiyan. 2017. *Digital Banking Services: Customer Perspective*. India
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Panduan penyelenggaraan digital Branch oleh bank umum*. Jakarta, Indonesia
- Novi, Dwi. 2003. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Web Site Perusahaan Go-Public dalam Proses Pengambilan Keputusan Investasi oleh Investor Potensial*. Simposium Nasional Akuntansi
- Ramayah, T dan Joshua Ignatius. 2015. Impact of Perceived Usefulness, Perceived ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online. *Skripsi*. Universiti Sains Malaysia, 12.

- Shin, D. H., 2010. *The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption*. *Interacting with Computers*, 22 (5), 428–438
- Shih, C.F. dan Venkatesh, A. 2004. Beyond Adoption: Development and Application of a Use-Diffusion Model. *Journal of Marketing*, 68, 59-72
- Subramanian, Shri L.S.. October: 2013. A Study Of Branchless Banking In Achieving Financial Inclusion In India. *BVIMSR"s Journal of Management Research. Vol. 5 Issue - 2*.
- Surachman, Arif. 2013. Analisis Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, Mobility, dan Use Situation terhadap Niat Individu dalam menggunakan M-Library. *Tesis*. Yogyakarta: Pascasarjana Manajemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Gadjah Mada
- Taleghani, Mohammad, et. Al. 2011. The Role of Relationship Marketing in Customer Orientation Process in the Banking Industry with focus on Loyalty (Case Study: Banking Industry of Iran). *International Journal of Business and Social Science*. 2, 155-166.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., dan Howel, J. M. 2001. *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*. *Management Information System Quartely*, 15, 125- 143.
- Undang Undang RI no 10 tahun 1998. *Perubahan atas undang–undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan*. Jakarta. Indonesia.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. 2003. *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- http:
//www.vvenkatesh.com/wpcontent/uploads/2015/11/2003(3)_MISQ_Venkatesh_et al.pdf diakses pada 10 januari 2019
- Vijayasarathy, Leo R. 2003. Predicting consumer intentions to use on-line shopping: The case for an augmented technology acceptance model. *Journal of Information dan Management*. 41. 747-762.
- Wibowo. 2007. Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan teknologi accaptance model (TAM). *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.