PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RISIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA NASABAH BANK CIMB NIAGA DI SURABAYA

A R T I K E L I L M I A H

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen

Oleh :

VENY LIDIAWATI
NIM : 2012210016

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2016

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

N a m a	: Veny Lidiawati
Tempat, Tanggal Lahir	: Gresik, 26 Agustus 1994
N.I.M	: 2012210016
Jurusan	: Manajemen
Program Pendidikan	: Sarjana
Konsentrasi	: Manajemen Perbankan
J u d u l	: Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko yang dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* pada Nasabah Bank CIMB Niaga di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 08 - 04 - 2016

(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 8/4/2016

(Drs. Ec. Herizon, M.Si.)

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RISIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA NASABAH BANK CIMB NIAGA DI SURABAYA

Veny Lidiawati
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2012210016@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

New Information technology has taken important place in the future development of financial services, especially banking sector transition are affected more than any other financial provider groups. Increased use of mobile services and use of internet as a new distribution channel for banking transactions and international trading requires more attention towards e-banking security against fraudulent activities.
The purpose of this study is to determine the effect of independent variables (trust, perceived ease of use, and perceived risk) on the intention of customers using internet banking of CIMB Niaga in Surabaya as the dependent variable either simultaneously or partially.
The research use causal design. Data collecting method using questionnaire The statistical method used in this study is multiple regression analysis using SPSS 16.0. The number of samples are 100 samples. Data analysis technique by linier double regression. The results of this study show that variable trust, perceived ease of use simultaneously has a significantly positive effect on the Customer's intention to use Internet Banking of CIMB Niaga in Surabaya. On the other hand, perceived risk variable partially has no significant negatively effect on the customer's intention use Internet Banking of CIMB Niaga in Surabaya.

***Keywords** : Trust, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Intention To Use, Internet Banking.*

PENDAHULUAN

Pada era yang modern saat ini, telah terjadi perkembangan teknologi yang sangat pesat. Banyak inovasi-inovasi teknologi yang berperan penting dalam kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Jika kita berbicara mengenai teknologi, tentu saja berkaitan dengan internet. Perkembangan internet sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Tidak hanya sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang, tetapi internet memiliki banyak manfaat lainnya.

Manfaat internet dalam dunia usaha sangat besar. Kehadiran dan perkembangan internet telah memberikan banyak manfaat di berbagai bidang kehidupan manusia. Termasuk di bidang perbankan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat, pelayanan jasa-jasa perbankan yang dilakukan melalui internet juga semakin berkembang. Inovasi produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi telah diciptakan, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih cepat, tepat, dan efisien. Salah satu jasa-jasa dalam dunia perbankan yang

memanfaatkan internet adalah *internet banking*.

Internet banking merupakan hasil dari penggabungan teknologi dengan layanan bank sehingga menjadi salah suatu layanan yang memiliki banyak keuntungan untuk membantu berbagai kebutuhan transaksi nasabah.

Tabel 1
TINGKAT PENGGUNAAN *INTERNET BANKING* BERDASARKAN KOTA (DALAM PERSEN)

Kota	Menggunakan	Tidak Menggunakan
Jakarta	5,8	94,2
Bandung	7,2	92,8
Semarang	7,2	92,8
Surabaya	6,1	93,9
Medan	16,6	83,4

Sumber : www.marsindonesia.com

Berdasarkan Tabel 1 data yang diperoleh di lima kota besar, penggunaan *internet banking* di Surabaya masih tergolong rendah apabila dibandingkan dengan Kota Bandung, Semarang dan Medan. Dengan adanya layanan *internet banking* yang mempunyai berbagai keuntungan seharusnya banyak masyarakat yang menggunakan *internet banking*. Khususnya masyarakat Surabaya. Tetapi pada kenyataannya jumlah pengguna *internet banking* di Surabaya masih rendah apabila dibandingkan dengan kota lain.

Berdasarkan masalah yang terjadi pada jumlah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga dan rendahnya pengguna *internet banking* di kota Surabaya, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Penelitian tentang adopsi *internet banking* telah dilakukan oleh Shumaila Yusafzai, John Pallister dan Gordon Foxall pada tahun 2009 yang mengembangkan pendekatan multi dimensi kepercayaan. Penelitian ini akhirnya menemukan bahwa risiko yang dirasakan merupakan faktor penting dalam penerimaan *internet banking*.

Layanan *internet banking* yang efisien dan kepercayaan pelanggan juga merupakan aspek penting dari hubungan ini dan berkontribusi untuk nilainya. Bank harus membangun website yang tidak hanya berguna dan mudah digunakan, tetapi juga harus mencakup mekanisme membangun kepercayaan.

Temuan ini juga memberikan beberapa prinsip mengenai pentingnya hubungan saling percaya dengan pelanggan dibandingkan dengan menyediakan layanan Internet banking yang efisien dan berguna.

Dalam rangka untuk mengurangi masalah keamanan, strategi pembangunan kepercayaan yang efektif mungkin termasuk memberikan jaminan kepada pelanggan untuk melawan penipuan transaksi. Pelanggan mungkin lebih bersedia untuk menyerap risiko yang dirasakan jika mereka yakin bahwa bank mereka berdiri di belakang layanan.

Niat nasabah dalam menggunakan internet banking terdiri dari beberapa faktor. Faktor-faktornya adalah seperti kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah, risiko yang dirasakan oleh nasabah dan kepercayaan.

Persepsi kepercayaan dalam menggunakan *internet banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Presepsi kepercayaan

menggunakan *internet banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap presepsi risiko menggunakan *internet banking.*

Masalah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan risiko yang dirasakan nasabah dalam menggunakan *internet banking* menjadi perhatian tersendiri untuk menumbuhkan niat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Masalah risiko tidak hanya untuk kepentingan nasabah tetapi juga untuk kepentingan bank penyelenggara *internet banking* itu sendiri maupun industri perbankan secara keseluruhan.

Otoritas jasa keuangan sebagai otoritas pengawas bank sangat berkepentingan untuk menjaga agar bank-bank pelaksana *internet banking* menerapkan prinsip-prinsip kehati-hatian dalam perbankan (*prudential banking operation*), manajemen risiko dan perlindungan terhadap nasabah (*customer protection*) dalam penyelenggaran jasa perbankan melalui internet.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Internet Banking

Budi Agus Riswandi (2005), menjelaskan bahwa menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. Informational *internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (execution of transaction).
2. Communicative *internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
3. Transactional *internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi.

Ratih Wijayanti (2009), menjelaskan bahwa keberhasilan *internet banking* tergantung dari bagaimana nasabah menerima system tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana para konsumennya mengapresiasi jasa *internet banking* agar dapat membantu menemukan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar. Dengan kata lain, penting bagi pihak bank ketika menerapkan *internet banking* adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan para nasabah menggunakan jasa pelayanan *internet banking*. Karena dengan mengetahui faktor-faktor tersebut maka pihak bank penyedia layanan *internet banking* dapat mendorong niat nasabah yang sebenarnya memiliki fasilitas untuk mengakses *internet banking* sehingga mereka mau menggunakan *internet banking.*

Kepercayaan

Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011) mendefinisikan bahwa kepercayaan bisa digambarkan sebagai fungsi dari tingkat risiko yang terlibat dalam situasi dan pada dasarnya yang diperlukan hanya dalam situasi pasti. M Lee (2009) mendefinisikan bahwa pihak lain akan berprilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen.

Nazar dan Syahran (2008), Menjelaskan bahwa kepercayaan digambarkan sebagai suatu tindakan kognitif

(misalnya, bentuk pendapat atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau orang akan berperilaku dalam cara tertentu), afektif (misalnya masalah perasaan) atau konatif (misalnya masalah pilihan atau keinginan).

Dari berbagai pengetian dari penelitian sebelumnya, bisa dijelaskan bahwa kepercayaan adalah kondisi psikologis dimana nasabah berkeyakinan bahwa pihak bank penyelenggara *internet banking* selalu memberikan yang terbaik tanpa adanya risiko atau dampak negatif yang akan muncul. Kepercayaan ini muncul dikarenakan nasabah yakin bahwa bank penyelenggara *internet banking* akan meminimalisir adanya risiko dan akan bertanggung jawab apabila memang muncul dampak negatif dalam menggunakan *internet banking* tersebut. Nasabah akan memberikan kepercayaan kepada bank penyelenggara *internet banking* ketika nasabah yakin dengan reliabilitas dan integritas bank penyelenggara *internet banking* tersebut. Awal dari suatu hubungan antara bank penyelenggara *internet banking* dengan nasabah adalah kepercayaan yang diberikan nasabah kepad bank penyelenggara *internet banking*. Dengan menggunakan *internet banking,* nasabah telah percaya kepada bank penyelenggara *internet banking* tanpa ada rasa takut adanya risiko yang akan nasabah tanggung.

Bisa disimpulkan bahwa kepercayaan adalah ketersediaan nasabah untuk menerima risiko dalam menggunakan *internet banking* dengan harapan bank akan melakukan tindakan pertanggung jawaban apabila terjadi kesalahan-kesalahan dari pihak eksternal ketika nasabah menggunakan *internet banking.*

Kepercayaan dapat diukur melalui indikator :

1. Kepercayaan terhadap *internet banking*
2. Kepercayaan terhadap bank penyelenggara *internet banking*
3. Kepercayaan terhadap internet untuk menggunakan *internet banking*

Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan

Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan pelanggan lebih menerima layanan internet banking jika ada kemudahan penggunaan dalam operasi atau proses yang dapat berperan untuk pemanfaatan teknologi dan berkontribusi untuk individu dengan mengurangi biaya transfer dan meningkatkan prestasi kerja.

Sartika dan Zaki (2008), menjelaskan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Adesina Aderonke A (2010) menyatakan bahwa aplikasi yang dianggap lebih mudah daripada aplikasi yang lain akan lebih mudah untuk diterima.

Ali Saleh Al-Ajam dan Khalil Md Nor (2013) menjelaskan bahwa presepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari suatu upaya.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur melalui indikator :

1. Kemudahan dalam menggunakan *internet banking*
2. Kemampuan dalam menggunakan *internet banking*
3. Kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan

Risiko yang dirasakan

Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011) menyatakan bahwa risiko yang dirasakan terkait dengan transaksi *online* bisa mengurangi persepsi pengendalian perilaku dan lingkungan, dan kurangnya kontrol yang cenderung negatif

mempengaruhi niat transaksi. Namun, konsumen cenderung untuk bertransaksi *online* jika persepsi mereka mengenai risiko ketidakpastian perilaku dan lingkungan berkurang, sehingga mereka mendapatkan kontrol atas transaksi *online* mereka. Teori tindakan beralasan memprediksi bahwa konsumen akan bersedia untuk bertransaksi jika persepsi risiko yang rendah.

Dari pernyataan tersebut, bisa dijelaskan bahwa risiko yang dirasakan adalah presepsi nasabah terhadap dampak negatif yang akan muncul ketika menggunakan *internet banking.* Ketika risiko muncul, maka kepercayaan nasabah terhadap bank penyelenggara *internet banking* akan berkurang. Dan risiko ini yang akan mengurangi niat nasabah terhadap penggunaan *internet banking.*

Risiko yang dirasakan dapat diukur melalui indikator :

1. Rendahnya penipuan dalam transaksi *online*
2. Ada peraturan hukum untuk melindungi transaksi dan pembayaran *online*
3. Adanya peraturan hukum yang melindungi keamanan pemberian informasi secara *online*

Niat Menggunakan

(Kotler dan Keller, 2009) menjelaskan bahwa perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan suatu produk. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menggunakan, dan perilaku pasca menggunakan.

Niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* bisa dipengaruhi oleh banyak faktor. Yaitu bisa dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Niat merupakan suatu faktor internal yang mempengaruhi perilaku nasabah. Apakah nasabah tersebut berniat menggunakan *internet banking* atau sebaliknya, nasabah tidak berniat dalam menggunakan *internet banking*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* berhubungan dengan bagaimana pihak bank penyelenggara *internet banking* melakukan berbagai usaha untuk menarik niat. Dapat disimpulkan bahwa niat nasabah adalah suatu faktor internal yang secara langsung terlibat dalam keputusan nasabah menggunakan *internet banking.*

Niat dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

1. Keinginan menggunakan *internet banking*
2. Keinginan menggunakan *internet banking* di masa yang akan datang

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan *Intenet Banking*

Sartika dan Zaki (2012), menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan *internet banking*. Sikap pelanggan dalam menggunakan *internet banking* didorong oleh faktor kepercayaan.

Kepercayaan memegang peran penting dalam meningkatkan kegunaan dalam lingkungan *internet banking*. Kepercayaan dan risiko memiliki hubungan yang erat karena kepercayaan akan sulit timbul apabila masih terdapat risiko yang terlalu besar. Oleh karena itu kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan *internet banking*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Intenet Banking*

Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011) menjelaskan bahwa

kemudahan penggunaan yang dirasakan pelanggan lebih menerima layanan internet banking jika ada kemudahan penggunaan dalam operasi atau proses yang dapat berperan untuk pemanfaatan teknologi dan berkontribusi untuk individu dengan mengurangi biaya transfer dan meningkatkan prestasi kerja.

Sartika dan Zaki (2008), menjelaskan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Adesina Aderonke A (2010) menyatakan bahwa aplikasi yang dianggap lebih mudah daripada aplikasi yang lain akan lebih mudah untuk diterima.

Ali Saleh Al-Ajam dan Khalil Md Nor (2013) menjelaskan bahwa presepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari suatu upaya.

Dari berbagai pendapat peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan presepsi nasabah dalam menggunakan *internet banking* tanpa merasa adanya kesulitan dalam memahami isi dari website *internet banking* tersebut. Kemudahan penggunaan akan terjadi ketika nasabah dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan *internet banking* tanpa merasa bingung dengan desain website atau pertanyaan-pertanyaan yang menghambat kelancarannya dalam menggunakan *internet banking.* Kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan tentang suatu pengambilan keputusan nasabah. Jika nasabah merasakan kemudahan penggunaan dalam menggunakan *internet banking* tersebut lebih mudah darpada *internet banking* bank lain, maka nasabah tersebut akan menggunakannya, bahkan akan menggunakannya secara berulang-ulang.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur melalui indikator :

1. Kemudahan dalam menggunakan *internet banking*
2. Kemampuan dalam menggunakan *internet banking*
3. Kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan

Pengaruh Risiko yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Intenet Banking*

Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011) menyatakan bahwa risiko yang dirasakan terkait dengan transaksi *online* bisa mengurangi persepsi pengendalian perilaku dan lingkungan, dan kurangnya kontrol yang cenderung negatif mempengaruhi niat transaksi. Namun, konsumen cenderung untuk bertransaksi *online* jika persepsi mereka mengenai risiko ketidakpastian perilaku dan lingkungan berkurang, sehingga mereka mendapatkan kontrol atas transaksi *online* mereka. Teori tindakan beralasan memprediksi bahwa konsumen akan bersedia untuk bertransaksi jika persepsi risiko yang rendah.

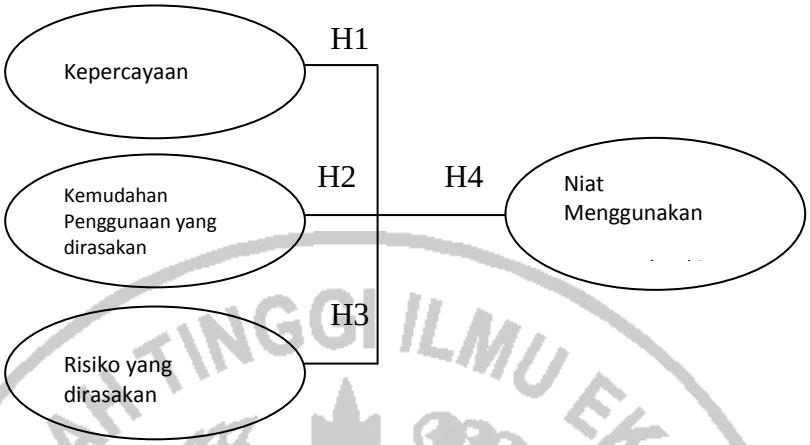
Dari pernyataan tersebut, bisa dijelaskan bahwa risiko yang dirasakan adalah presepsi nasabah terhadap dampak negatif yang akan muncul ketika menggunakan *internet banking.* Ketika risiko muncul, maka kepercayaan nasabah terhadap bank penyelenggara *internet banking* akan berkurang. Dan risiko ini yang akan mengurangi niat nasabah terhadap penggunaan *internet banking.*

Risiko yang dirasakan dapat diukur melalui indikator :

1. Rendahnya penipuan dalam transaksi *online*
2. Ada peraturan hukum untuk melindungi transaksi dan pembayaran *online*

3. Adanya peraturan hukum yang melindungi keamanan pemberian informasi secara *online*

Kerangka pemikiran yang medasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran Peneliti

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang telah memenuhi karakteristik yang telah ditentukan pada suatu penelitian. Dalam suatu penelitian, sampel harus benar-benar mewakili. Karena secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum *error (e)* dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut. Dimana sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank CIMB Niaga di Surabaya yang memenuhi kriteria sebagai sampel. Adapun kriterianya adalah : (1) Bertempat tinggal di kota Surabaya, karena peneliti melakukan penelitian pada Bank CIMB Niaga di kota Surabaya. (2) Nasabah yang belum menggunakan *internet banking* Bank CIMB Niaga

Isac Michel dalam Sofiyan Siregar (2010), menjelaskan bahwa untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z\ \alpha/2)^2\ p.\ q}{e^2}$$

dimana :
n = sampel
p = proporsi populasi
q = 1-p
Z = tingkat kepercayaan / signifikan
e = *margin of eror*

Sehingga perhitungan sampel minimal penelitian ini adalah :

$$n = \frac{(1{,}64)^2\ 0{,}4\ .\ 0{,}6}{(0{,}1)^2} = 65$$

Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah melalui riset secara langsung dengan menggunakan alat bantu berupa kuisioner dengan cara sebagai berikut.

1. Memberikan kuesioner kepada responden yang telah ditentukan.
2. Menjelaskan kepada responden bagaimana cara pengisian kuesioner tersebut.
3. Meminta responden untuk mengisi kuesioner.

4. Meminta responden untuk mengembalikan kuesioner yang telah diisi.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu Keputusan nasabah menggunakan *Internet Banking* CIMB Niaga di Surabaya dan variabel independen yang terdiri dari Kepercayaan, Kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan.

Definisi Operasional Variabel

Kepercayaan

Kepercayaan dalam penelitian ini adalah keyakinan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* tanpa adanya dampak negatif yang timbul. Kepercayaan dapat diukur melalui indikator : (1) Kepercayaan terhadap *internet banking* (2) Kepercayaan terhadap bank penyelenggara *internet banking* (3) Kepercayaan terhadap internet untuk menggunakan *internet banking*

Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan

Kemudahan penggunaan yang dirasakan pada penelitian ini adalah presepsi nasabah terhadap kemampuan nasabah dalam menggunakan *internet banking.* Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur melalui indikator : (1) Kemudahan menggunakan *internet banking* (2) Kemampuan dalam melakukan berbagai transaksi (3) Kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan

Risiko yang dirasakan

Risiko yang dirasakan dalam penelitian ini adalah presepsi nasabah terhadap suatu dampak negatif yang dirasakan nasabah ketika menggunakan *internet banking.* Indikator risiko yang dirasakan meliputi : (1) Rendahnya penipuan dalam transaksi *online* (2) Ada peraturan hukum untuk melindungi transaksi dan pembayaran *online* (3) Adanya peraturan hukum yang melindungi keamanan pemberian informasi secara *online*

Alat Analisis

Untuk menguji pengaruh antara WOM, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking CIMB Niaga di Surabaya digunakan model regresi linear berganda. Alasan dipilihnya model regresi linear berganda karena untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka berikut adalah persamaan regresinya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y adalah variabel dependen (keputusan menggunakan Internet Banking)

a adalah koefisien konstanta

b_{1-3} adalah koefisien regresi

X_{1-3} adalah variabel independen (kepercayaan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan. Berikut adalah uraian hasil uji deskriptif yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan

Item	Persentase Jawaban Responden (%)					Mean	Penilaian
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu ragu	Setuju	Sangat Setuju		
KP1	-	3	9	73	15	4,00	Setuju
KP2	-	2	13	64	21	4,04	Setuju
KP3	-	3	25	52	20	3,89	Setuju

Sumber : SPSS, data diolah

Tabel diatas merupakan tanggapan responden dari pernyataan variabel kepercayaan. Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara keseluruhan responden menyatakan "Setuju" nilai rata-rata tertinggi adalah KP2 yaitu 4,04 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa Bank CIMB Niaga dapat dipercaya " dan nilai rata-rata terendah adalah KP 3 dengan nilai rata-rata 3,89 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa internet dapat dipercaya untuk transaksi *internet banking*". Nilai rata-rata keseluruhan variabel kepercayaan yaitu 3,97. Dengan demikian 100 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variabel kepercayaan.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan

Item	Persentase Jawaban Responden (%)					Mean	Penilaian
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu ragu	Setuju	Sangat Setuju		
KPYD1	-	3	21	57	19	3,92	Setuju
KPYD2	-	5	18	49	28	4	Setuju
KPYD3	-	3	11	48	38	4,21	Setuju

Sumber : SPSS, data diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan secara keseluruhan responden menyatakan "Setuju" nilai rata-rata tertinggi adalah KPYD3 yaitu 4,21 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa dengan menggunakan *internet banking* akan mempermudah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan " dan nilai rata-rata terendah adalah KPYD1 dengan nilai rata-rata 3,92 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa menggunakan *internet banking* akan mudah". Nilai rata-rata keseluruhan variabel kepercayaan yaitu 4,04. Dengan demikian 100 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Risiko Yang Dirasakan

Item	Persentase Jawaban Responden (%)					Mean	Penilaian
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu ragu	Setuju	Sangat Setuju		
RYD1	-	2	26	55	17	3,87	Setuju
RYD2	-	3	27	52	18	3,85	Setuju
RYD3	-	5	25	51	19	3,84	Setuju

Sumber : SPSS, data diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel risiko yang dirasakan secara keseluruhan responden menyatakan "Setuju" nilai rata-rata tertinggi adalah RYD1 yaitu 3,87 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa penipuan dalam transaksi online rendah " dan nilai rata-rata terendah adalah RYD3 dengan nilai rata-rata 3,84 yang menyatakan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa nasabah bebas memberikan informasi pribadi secara online dengan aman tanpa adanya penyalah gunaan informasi".

Nilai rata-rata keseluruhan variabel risiko yang dirasakan yaitu 3,85. Dengan demikian 100 responden yang mengisi

kuesioner setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variabel risiko yang dirasakan.

Tabel 5
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Menggunakan

Item	Persentase Jawaban Responden (%)					Mean	Penilaian
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu ragu	Setuju	Sangat Setuju		
NM1	-	6	13	62	19	3,94	Setuju
NM2	-	2	12	63	23	4,07	Setuju

Sumber : SPSS, data diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel niat menggunakan secara keseluruhan responden menyatakan "Setuju" nilai rata-rata tertinggi adalah NM1 yaitu 3,94 yang menyatakan " Saya akan menggunakan *internet banking* " dan nilai rata-rata terendah adalah NM2 dengan nilai rata-rata 4,07 yang menyatakan " Saya berrencana untuk sering menggunakan *internet banking* di masa yang akan datang ". Nilai rata-rata keseluruhan variabel niat menggunakan yaitu 4,00. Dengan demikian 100 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variabel niat menggunakan.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil dari analisis uji liner berganda yang dilakukan beserta hasil analisis yang diperoleh :

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t Hitung	Sig.
Konstanta	**3,325**	**0,946**	**3,515**	**0,001**
Kepercayaan	**0,238**	**0,083**	**2,883**	**0,005**
Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan	**0,210**	**0,071**	**2,965**	**0,004**
Risiko yang dirasakan	**- 0,61**	**0,051**	**-1,192**	**0,236**

Sumber: SPSS, data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -3{,}325 + 0{,}238\ X_1 + 0{,}210\ X_2 - 0{,}61X_3 + 0{,}946$$

Tabel 7
Hasil Uji Simultan

R^2	**0.596**
Adjusted R^2	**0.355**
F hit.	**17,641**
Sig. F	**0,000**

Sumber: SPSS, data diolah

Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* Pada CIMB NIAGA di Surabaya

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, koefisien regresi untuk variabel kepercayaan, maka dapat disimpulkan jika variabel Kepercayaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Niat menggunakan *internet banking* sebesar 0,238 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel Kepercayaan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka kan terjadi penurunan pada variabel Niat menggunakan *internet banking* sebesar 0,238 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

Berdasarkan uji t variabel kepercayaan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kepercayaan terhadap niat menggunakan internet banking pada CIMB Niaga adalah berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Hasil ini mempunyai hasil yang sana dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sartika dan Zaki (2012), menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan *internet banking*. sikap pelanggan dalam menggunakan *internet banking* didorong oleh faktor kepercayaan.

Hasil tertinggi didapat dari poin pernyataan kuisioner nomor 2 dengan pernyataan " Menurut informasi yang diperoleh bahwa Bank CIMB Niaga dapat dipercaya" , hal ini menunjukkan bahwa Bank CIMB Niaga masih mendapat kepercayaan yang tinggi oleh masyarakat dan hal ini harus senantiasa dijaga dan dipertahankan.

Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank CIMB NIAGA di Surabaya

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, koefisien regresi untuk variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan , maka dapat disimpulkan jika variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel niat menggunakan *internet banking* sebesar 0,210 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel niat menggunakan *internet banking* sebesar 0,210 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Berdasarkan uji t variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap niat menggunakan internet banking Pada CIMB

Niaga adalah berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. Jadi, kemudahan penggunaan yang dirasakan yang diberikan oleh Bank CIMB Niaga di Surabaya dapat menjadi faktor dalam niat menggunakan internet banking di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Hasil yang didapat pada penelitian ini mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh chau dan lai (2003), menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *internet banking*

Hasil tertinggi didapat dari poin pernyataan kuisioner nomor 3 dengan pernyataan "Menurut informasi yang diperoleh bahwa dengan menggunakan *internet banking* akan mempermudah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan " , hal ini menunjukkan bahwa Bank CIMB Niaga telah menyiapkan teknologi dan cara yang terbaik untuk senantiasa selalu memudahkan nasabah dalam melakukan segala transaksi dan kebutuhannya dalam penggunaan internet banking.

Analisis Pengaruh Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank CIMB NIAGA di Surabaya

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, koefisien regresi untuk variabel risiko yang dirasakan, maka dapat disimpulkan jika variabel risiko yang dirasakan mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel niat menggunakan *internet banking* sebesar 0,061 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel risiko yang dirasakan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan pada variabel Niat menggunakan internet banking sebesar 0,061 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Berdasarkan uji t variabel risiko yang dirasakan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi risiko yang dirasakan terhadap niat menggunakan internet banking Pada CIMB Niaga adalah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Hasil yang didapat pada penelitian ini mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kesharwani dan Bisht (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko memiliki dampak pada penggunaan *internet banking.*

Hasil negatif tidak signifikan yang didapat ini menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan nasabah dalam menggunakan *internet banking* CIMB Niaga rendah yang berarti keamanan *internet banking CIMB Niaga* menjadi faktor nasabah dalam menggunakan *internet banking CIMB Niaga* karena apabila seseorang merasa risiko terhadap penggunaan *internet banking* besar, maka akan menurunkan niatnya menggunakan *internet banking,* begitu pula sebaliknya, niat menggunakan *internet banking* meningkat apabila seseorang merasa risiko penggunaan *internet banking* kecil.

Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan, Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank CIMB NIAGA di Surabaya

Pada uji f diketahui bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan secara serempak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. Pada uji koefisien determinasi simultan (*R square*) didapatkan hasil

sebesar 35,5 yang menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen sebesar 35,5 persen yang disebabkan oleh ketiga variabel independen tersebut secara serempak dan sisanya sebesar 64,5 persen disebabkan oleh variabel lain diluar kedua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut, maka niat nasabah untuk menggunakan internet banking dipengaruhi oleh tiga macam bentuk variabel yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan, hal tersebut dapat mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan internet banking di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka akan dapat diketahui kesimpulan dari penelitian bahwa : (1) Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan, Dan Risiko Yang Dirasakan secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya (2) Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya (3) Kemudahan penggunaan yang dirasakan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya(4) Risiko yang dirasakan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut : (1) Banyaknya responden yang kurang serius dalam menjawab kuesioner dikarenakan faktor situasional (2) Tidak didapatkan ijin survey ke Bank CIMB Niaga langsung sehingga perlu dilakukan survey ke lokasi lain untuk mendapatkan responden yang tepat.

Adapun saran yang dapat dikemukakan Bagi Bank CIMB Niaga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Berdasarkan semua variabel yang telah diuji, ternyata terdapat satu variabel yaitu risiko yang dirasakan yang berpengaruh negatif tidak signifikan sementara yang lainnya adalah positif signifikan. Maka risiko yang dirasakan dengan hasil negatif tidak signifikan ini perlu diperhatikan oleh Bank CIMB Niaga untuk lebih meningkatkan dan menanamkan persepsi kepada nasabah bahwa internet banking Bank CIMB Niaga adalah Bank yang aman dan minim risiko untuk bertransaksi agar hasil yang negatif tidak signifikan ini dapat ditingkatkan menjadi negatif signifikan yang berarti masyarakat mempunyai persepsi bahwa *internet banking* di Bank CIMB Niaga benar-benar minim risiko dan menimbulkan niat untuk menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga. Dan bagi peneliti selanjutnya adalah (1) Untuk hasil yang lebih baik maka disarankan untuk mengambil sampel yang kalau bisa diluar kota Surabaya (2) Untuk diperolehnya penelitian yang lebih baik, maka ada baiknya menambah jumlah indikator, jumlah variabel, dan jumlah item pertanyaan yang diajukan.

DAFTAR RUJUKAN

Aderonke, A, Adesina., “An Empirical Investigation of the Level of Users’ Acceptance of E-Banking in Nigeria”. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 15 (April). Pp 1-13

Chau, Patrick., Lai, Vincent., “An empirical investigation of the determinants of user acceptance of internet banking”. *Journal of*

Organizational Computing & Electronic Commerce. 13 (February). Pp 123-145

www.cimbniaga.com (Jakarta), diakses Oktober 2015

Esti Dwityanti. 2008. *"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri".* Tesis program pascasarjana, Universitas Diponegoro Semarang

Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.

Iramani. 2013. *Modul Statistika 2*. Surabaya : STIE Perbanas Surabaya

Kesharwani, Ankit., dan Singh, Bisht, Shailendra., "The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India". *International Journal of Bank Marketing.* 30 (August). Pp 303-322

www.keuangan.kontan.co.id (Jakarta), diakses Oktober 2015

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga

Kusuma, Hadri dan Dwi Susilowati. 2007. "Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Akuntansi Auditing Indonesia.* 11 (February). Pp 125-139

Lee, M., "Factor Influencing the adoption of internet banking". *Electronic Commerce Research and Applications*. 8 (November). Pp 130-141

www.marsindonesia.com (Jakarta), diakses September 2015

Mayer, Roger C., dan Davis, James H., "An integretive model of organizational

Trust". *The Academy of Management Riview.* 20 (july). Pp 709-734

Moorman, Christine., Deshpande, Rohit., dan Zaltman, Gerald., "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships". *Journal of Marketing.* 57 (January). Pp 81-101

Nasri, Wadie., Charfeddine, Lanouar., "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior". *Journal of High Technology Management Research.* 23 (March). Pp 1-14

Nasri, Wadie., "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia". *International Journal of Business and Management*. 6 (August). Pp 143-160

Nazar dan Syahran. 2008. *"Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online".* Tesis Program Pasca Sarjana. Universitas Gajahmada Yogyakarta.

Ni Putu Sulastini dan I Gde Ketut Warmika. 2013. "Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking". Skripsi. Universitas Udayana

Ratih Wijayanti. 2009. *"Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Tehadap Nasabah Bank*

di Depok)". Skripsi, Universitas Gunadarma

Saleh, Al-Ajam, Ali., "Influencing Factors on Behavioral Intention to Adopt Internet Banking Service". *World Applied Sciences Journal*. 22 (November). Pp 1652-1656

Sartika Sari Ayu Tjini, dan Zaki Baridwan. 2012. "*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking"*. Skripsi, Universitas Brawijaya.

Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju

Yousafzai, Shumaila., Pallister, Jhon dan Foxall, Gordon., "Multi-dimensional role of trust in Internet banking adoption". *The Service Industries Journal*. 29 (May). Pp 591-605