

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FLAZZ BCA DI
KOTA SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

SENJA CLARA SANTI
NIM : 2012210449

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

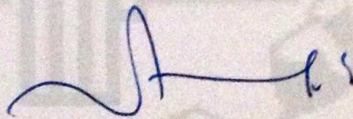
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Senja Clara Santi
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 1 November 1993
NIM : 2012210449
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan yang Dirasakan Terhadap Keputusan Penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

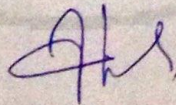
Tanggal : 20-10-2016



(Dra. Ec. Aniek Maschudah I., M.Si.)

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Tanggal : 20-10-2016



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

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FLAZZ BCA DI KOTA SURABAYA

SENJA CLARA SANTI
STIE Perbanas Surabaya
Email : senjaclarasanti@yahoo.co.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

This study examines trust, ease of use, and perceived security of the BCA Flazz use decisions in Surabaya. The sampling technique using a non-probability sampling with purposive sampling retrieval models. Collecting data using questionnaires distributed to 100 users Flazz BCA in Surabaya. This study used a technique multiple linear regression test. Independent variables used is trust, ease of use and perceived security, while the dependent variable is the decision to use Flazz BCA in Surabaya. The results of this study indicate that the dependent variable trust, ease of use, and perceived security positive significant effect on the decision to use Flazz BCA in Surabaya.

Keywords: *electronic money, trust, ease of use, perceived security, decision to use*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini sangat pesat dan membawa perubahan pada kehidupan manusia. Untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut berbagai transaksi kegiatan bisnis dapat lebih mudah dan praktis, tak terkecuali pada bidang perbankan yang semakin memudahkan seseorang dalam melakukan berbagai transaksi. Selain itu, perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi telah memberikan dampak terhadap pembayaran non tunai dengan adanya inovasi yang baru dalam melakukan pembayaran.

Sebelum mengenal *electronic money*, masyarakat telah dikenalkan dengan *electronic commerce* yang merupakan aktivitas jual beli melalui jaringan informasi termasuk jaringan komputer, jaringan internet, dan sarana elektronik lainnya.

Electronic commerce menawarkan banyak manfaat dan kemudahan pelanggan diantaranya adalah memperluas *market place* hingga ke pasar nasional maupun internasional dan dapat memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan karena dapat memilih vendor yang beragam dengan

perbandingan penawaran harga yang beragam pula.

Komponen penting dalam aplikasi *electronic commerce* adalah *electronic payment* yang bisa meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu, selain itu *electronic payment* juga memberikan keamanan bertransaksi dibandingkan *cash*. Beberapa contoh *electronic payment* yang sudah dikenal di Indonesia antara lain *internet banking*, *phone banking*, pembayaran dengan menggunakan kartu ATM maupun kartu kredit.

Electronic money merupakan alternatif alat pembayaran non tunai khususnya untuk pembayaran mikro dan ritel. Berdasarkan jenis media penyimpanan, *electronic money* dapat diklasifikasikan menjadi *cardbase* produk atau kartu prabayar dan produk berbasis software (Bank Indonesia, 2006; Bank Sentral Eropa, 2000). Kategori pertama disimpan nilai uang sebagai uang digital di chip pada kartu *electronic money*, sedangkan yang kedua disimpan nilai uang sebagai uang digital di server atau perangkat lunak maupun aplikasi. Dari sisi perijinan, Bank Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/12/PBI/2009 yang mengatur khusus tentang *electronic money*. PBI ini dikeluarkan Bank Indonesia didasari keinginan untuk memisahkan peraturan tentang Uang Elektronik dengan peraturan tentang Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu yang mempunyai karakteristik berbeda dengan uang elektronik sehingga memerlukan peraturan tersendiri.

Keuntungan menggunakan *electronic money* sebagai alat

pembayaran mikro, adalah untuk mengurangi biaya pencetakan uang kecil, kemandirian dan kehilangan risiko, dan untuk memberikan kenyamanan transaksi untuk pelanggan. Namun demikian, masalah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap penggunaan *electronic money* menjadi perhatian tersendiri untuk pengembangan *electronic money*.

Kartu Flazz yang dikeluarkan oleh Bank BCA merupakan *electronic money* yang diterbitkan pada tahun 2007. Hingga akhir tahun 2015 tercatat sebanyak 7,7 juta pengguna Flazz BCA. Namun, jumlah pengguna kartu Flazz BCA tergolong lebih rendah jika dibandingkan dengan *electronic money* yang dikeluarkan oleh Telkomsel yaitu T-Cash. Hingga akhir tahun 2015 tercatat sebanyak 17 Juta pengguna. Selain itu, dari kota besar di Indonesia, pengguna *electronic money* di Surabaya tergolong rendah jika dibandingkan dengan kota lainnya yakni Kota Semarang, Jakarta, Medan, dan Bandung. Berbagai keuntungan yang telah ditawarkan dalam bertransaksi menggunakan *electronic money* serta kemudahan yang digunakan oleh sistem *electronic money* mendorong penggunaan *electronic money* semakin banyak di Surabaya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan Flazz BCA diantaranya adalah kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan keamanan yang dirasakan dalam

menggunakan Flazz BCA di Surabaya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan peneliti adalah menguji signifikansi positif kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Surabaya,

menguji signifikansi positif kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Surabaya dan menguji signifikansi positif keamanan yang dirasakan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Surabaya.

Tabel 1
PENGUNAAN ELECTRONIC MONEY BERDASARKAN LIMA KOTA BESAR DI INDONESIA (DALAM PERSEN)

Kota	Menggunakan
Jakarta	28,6
Bandung	20,0
Semarang	37,0
Surabaya	10,6
Medan	23,8

Sumber : www.marsindonesia.com

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Electronic Money

Pengertian uang elektronik atau yang biasa disebut *electronic money* adalah uang yang disimpan menggunakan suatu chip atau *Radio Frequency Identification (RFID)* dan terkoneksi dengan jaringan komputer dan internet. Cara melakukan transaksi dengan *electronic money* ialah dengan menempelkan kartu pada alat yang bernama *Electronic Data Capture (EDC)*.

Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang *electronic money* mendefinisikan *electronic money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media

seperti server atau chip. *electronic money* digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang dan dikelola oleh penerbit *electronic money* tersebut, dan selanjutnya nilai *electronic money* yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Electronic money jika ditinjau dari basis teknologi yang digunakan dibedakan menjadi 2 macam, yaitu *electronic money* berbasis chip (*chip based*) memiliki karakteristik nilai uangnya disimpan di dalam media chip dan verifikasi transaksi lebih cepat karena bersifat transaksi *offline*, dan *electronic money* berbasis server (*server based*) kartu ini memiliki karakteristik nilai uang yang tersimpan di dalam server penerbit dan dibutuhkan verifikasi terlebih dahulu sebelumnya, sehingga transaksi lebih lambat

karena mengharuskan dengan sistem *online*.

Kepercayaan

Menurut Johnson dan Grayson (2005) dalam Wiwik (2011:172) mengungkapkan bahwa kepercayaan mempunyai dua dimensi, kognitif dan afektif. Dimana kognitif adalah kondisi logis seseorang untuk mempercayai sesuatu.

Peha dan Kahmitov (2014:381) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan transaksi antara pembeli dan penjual yang memberikan konsumen dengan harapan yang tinggi dari pertukaran yang memuaskan. Menurut Widjana (2010: 33) kemudahan penggunaan adalah suatu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat menggunakan teknologi tersebut.

Kemudahan Penggunaan

Menurut Togar dan Okky (2014:359) persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan dalam keputusan penggunaan nasabah. Menurut Bonera (2011:821), persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nasabah untuk menggunakan *electronic money* jika suatu teknologi tersebut dirasakan mudah dan sederhana untuk digunakan. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa teknologi akan dianggap lebih berguna ketika teknologi tersebut dirasa lebih mudah digunakan. (Wang dan Li, 2011 dalam Shih 2011:35)

Keamanan yang Dirasakan

Keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan penyalahgunaan transaksi. Ketika jaminan keamanan dapat diterima sesuai harapan konsumen, maka konsumen akan merasa keamanannya terjamin. (Park dan Kim, 2006 dalam Awliya dan Lilis 2014:8)

Menurut Simons (2005) dalam Bambang (2014:5) keamanan adalah bagaimana kita mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah system berbasis informasi. Zahid *et al.*, (2010:47) mengatakan bahwa dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah suatu kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Keputusan Penggunaan

Menurut Suharno (2010:96) keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkan.

Pengaruh antara kepercayaan dengan keputusan penggunaan *electronic money*

Menurut Susanto (2011:90) ada beberapa faktor penentu keberhasilan

pengembangan *electronic money* di Indonesia, faktor pertama adalah kepercayaan pengguna *electronic money* tersebut. Artinya, konsumen harus yakin bahwa *electronic money* tersebut sudah dijamin keamanannya baik dari sisi nilai teknologi dan kemudahan akses. Faktor berikutnya adalah kesediaan penerbit untuk memperluas produk dan layanan *electronic money* di seluruh wilayah.

Aditya Mahardika dan Basuki Rachmat (2012:25) memaparkan bahwa kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan.

H₁ : Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *electronic money*.

Pengaruh antara kemudahan penggunaan dengan keputusan penggunaan *electronic money*

Menurut Mahmoud (2013:266) kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan. Thakur dan Mala (2012:52) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan penggunaan *electronic commerce*. Bonera (2011:821), menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan pada keinginan nasabah menggunakan *electronic commerce*

jika suatu teknologi tersebut dirasakan mudah dan sederhana.

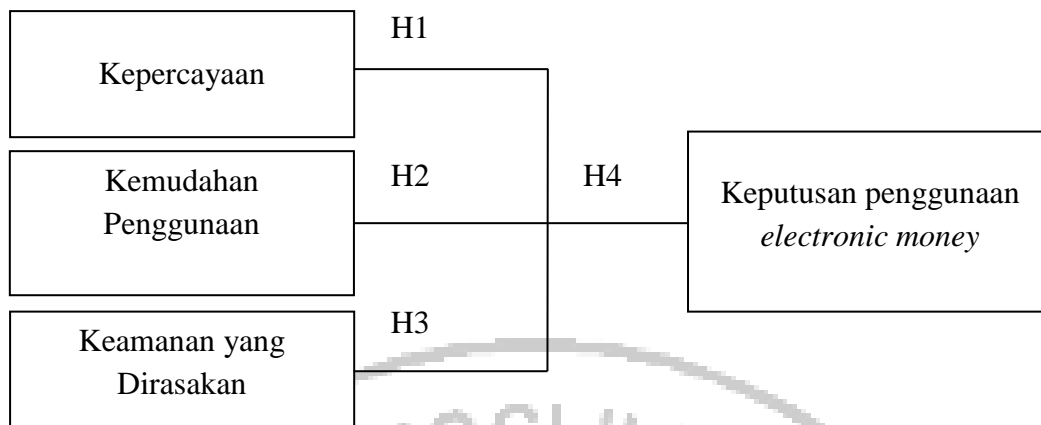
H₂ : Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *electronic money*.

Pengaruh antara keamanan yang dirasakan dengan keputusan penggunaan *electronic money*

Menurut Arasu dan Viswanathan (2011:58) keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Menurut Zahid et.al., (2010:47) dari sudut pandang konsumen keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online. Mahmoud (2013:266) mengatakan bahwa keamanan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Penjelasan yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan oleh pengguna *electronic money* menjadi isu penting yang dapat mempengaruhi intensitas nasabah dalam penggunaan *electronic money*, karena dalam aplikasi transaksinya *electronic money* yang berupa *smart card* mengedepankan layanan yang cepat sehingga tidak memiliki otoritas PIN sebagai perangkat keamanan transaksi. Kurangnya keamanan dalam bertransaksi menggunakan *electronic money* inilah yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *electronic money*.

H₃ : Keamanan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *electronic money*.



Sumber: Togar Alam Napitulu dan Okky Kartavianus (2014) dan Wendy Ming-Yen Teoh, Siong Choy Chong, Binshan Lin, Jiat Wei Chua (2013), diolah.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi yaitu nasabah pengguna Flazz BCA di Kota Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna Flazz BCA di Kota Surabaya yang memenuhi kriteria sebagai sampel yaitu berdomisili di Kota Surabaya, karena peneliti melakukan penelitian pada Bank BCA di Kota Surabaya dan berusia lebih dari 19 tahun, karena dianggap sudah dapat mengungkapkan pendapat.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability* sampling dengan model pengambilan secara *purposive sampling* atau yang dikenal sebagai *judgment sampling*. Metode pengambilan sampel berdasarkan cara *purposive* yaitu secara mengambil sampel tertentu sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan, yaitu nasabah Bank BCA yang berdomisili di Kota Surabaya.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada pengguna Flazz BCA di beberapa ATM Bank BCA di beberapa tempat di Surabaya, Gramedia, serta pusat perbelanjaan di Surabaya.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel terikat yaitu keputusan penggunaan. Serta variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel kepercayaan, variabel kemudahan penggunaan dan variabel keamanan yang dirasakan.

Definisi Operasional Variabel

Keputusan Menggunakan *electronic money*

Keputusan menggunakan adalah pendapat nasabah tentang penggunaan produk atau jasa sebagai proses seseorang individu dalam memilih dan menafsirkan masukan-masukan informasi yang diperoleh untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang suatu produk.

Kepercayaan Menggunakan *electronic money*

Kepercayaan menggunakan *electronic money* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat nasabah terhadap rasa keyakinan nasabah dalam menggunakan Flazz BCA yang tidak akan merugikan atau akan terjadi penipuan ataupun hal-hal yang akan mengecewakan nasabah serta hal yang dianggap dapat merugikan.

Kemudahan Penggunaan *electronic money*

Kemudahan penggunaan *electronic money* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat nasabah terhadap penggunaan Flazz BCA yang dapat dengan mudah dipahami bagi nasabah.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji hubungan antara pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya digunakan model regresi linier berganda dan uji asumsi klasik. Maka berikut adalah persamaan regresinya yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan penggunaan *electronic money*

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan penggunaan

X₃ = Keamanan yang dirasakan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel kepercayaan

β_2 = Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan

β_3 = Koefisien regresi variabel keamanan yang dirasakan

e = Standar error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan hasil kuesioner yang berupa akumulasi penelitian responden untuk tiap variabel, yakni variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan yang dirasakan dan keputusan penggunaan. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atas variabel-variabel penelitian dari jawaban pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner oleh para responden, yaitu pengguna Flazz BCA di Kota Surabaya.

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Variabel	N	Mean	Penilaian
Kepercayaan	100	3.93	Setuju
Kemudahan Penggunaan	100	4.16	Setuju
Keamanan Yang Dirasakan	100	3.82	Setuju
Keputusan Penggunaan	100	3.71	Setuju

Sumber: Hasil kuesioner, diolah

Tabel 3
Hasil Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi
Jenis Kelamin	Laki-Laki	78%
	Perempuan	22%
Usia	$19 \leq x < 25$ tahun	38%
	$25 \leq x < 31$ tahun	20%
	$31 \leq x < 37$ tahun	9%
	$37 \leq x < 43$ tahun	13%
	$43 \leq x < 49$ tahun	10%
	≥ 49 tahun	10%

Sumber: Hasil kuesioner, diolah

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas data adalah alat untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Pengukuran validitas dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor variabel. Variabel terukur dikatakan valid jika muatan faktor ($r \geq 0,3$ (untuk $n = 30$, pada $\alpha = 5\%$). (Imam Ghozali, 2013:52). Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam penelitian ini uji reliabilitas ditempuh dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Imam Ghozali, 2013:48).

Hasil uji validitas sampel besar sebanyak seratus responden pengguna Flazz BCA dapat diketahui bahwa semua indikator mempunyai nilai signifikansi $< 0,50$ sehingga dapat dikatakan data tersebut valid. Berdasarkan hasil uji reliabilitas sampel besar sebanyak seratus responden dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan yang dirasakan dan keputusan penggunaan Flazz BCA memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,07$ sehingga dapat

dikatakan semua variabel-variabel pada data diatas tersebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu persamaan regresi harus bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui Uji F dan Uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE, maka harus dipenuhi beberapa asumsi dasar (klasik). Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa pada uji normalitas yang telah dilakukan, semua variabel telah dinyatakan normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* nya menunjukkan nilai > 0.05 .

Pada uji multikolinearitas tidak ditemukan adanya multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Pada uji autokorelasi dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat autokorelasi negatif/positif. Hal ini dikarenakan $dU < d < 4 -dU$. Sedangkan pada uji heteroskedastisitas, dapat dijelaskan bahwa *varians* residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu *variance* dari *residual*.

Uji Regresi Berganda

Analisis permasalahan menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu suatu metode yang menganalisa pengaruh antara dua atau lebih variabel, khususnya variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat yaitu antara variabel dependen yaitu

(keputusan penggunaan) dengan variabel independen (kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan) (Sugiyono, 2009:21). Berikut hasil pengujian analisis regresi linier berganda pada seratus responden pengguna Flazz BCA :

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,577	1,497		1,054	,295
	K	,195	,083	,213	2,358	,020
	KP	,316	,100	,300	3,164	,002
	KYD	,294	,104	,254	2,826	,006

a. Dependent Variable: KPN

Sumber: Data primer, diolah

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 1,577 + 0,195X_1 + 0,316X_2 + 0,294X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan bahwa :

1. Nilai $a = 1.577$ menunjukkan bahwa, jika variabel pengetahuan kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan yang dirasakan, bernilai 0, maka besarnya variabel keputusan penggunaan sebesar 1,577 satuan.
2. Jika kepercayaan (X1) berubah naik dengan satu satuan nilai, maka keputusan penggunaan akan berubah naik sebesar 0,195 satuan nilai. Dengan anggapan kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan tetap. Sebaliknya jika kepercayaan (X1) berubah turun dengan satu nilai, keputusan penggunaan akan berubah turun sebesar 0,195.
3. Jika kemudahan penggunaan (X2) berubah naik dengan satu satuan nilai, maka keputusan penggunaan akan berubah naik sebesar 0,316 satuan nilai. Dengan anggapan kepercayaan dan keamanan yang dirasakan tetap. Sebaliknya jika kemudahan penggunaan berubah turun dengan satu nilai, maka keputusan penggunaan akan berubah turun sebesar 0,316.
4. Jika keamanan yang dirasakan (X3) berubah naik dengan satu satuan nilai, maka keputusan penggunaan akan berubah naik sebesar 0,294 satuan nilai. Dengan anggapan kepercayaan dan kemudahan penggunaan tetap. Sebaliknya jika keamanan yang dirasakan berubah turun maka keputusan penggunaan akan berubah turun sebesar 0,294 satuan nilai.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas (manfaat, kemudahan dan keamanan) yang terdapat dalam

model MRA secara signifikan mempengaruhi variabel terikat (keputusan menggunakan). Tabel berikut adalah hasil hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140,912	3	46,971	14,127	,000(a)
	Residual	319,198	96	3,325		
	Total	460,110	99			

a Predictors: (Constant), KYD, K, KP

b Dependent Variable: KPN

Sumber : Data primer, diolah

Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 14,127 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi $< 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa variable-variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan penggunaan Flazz BCA.

Koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,553 angka ini menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen sebesar 55,3 persen yang disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya diperoleh hasil sebesar 44,7 persen disebabkan oleh variabel-variabel bebas lain diluar ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien korelasi (*R square*)

didapatkan angka sebesar 0,306 dan dapat dijelaskan bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang tidak kuat dengan variabel terikat. Hal ini dikarenakan 0,306 mendekati angka nol dan nilainya jauh dari angka satu. Nilai *R square* yang lebih kecil yang berarti menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan secara parsial yang terdapat dalam model regresi linier berganda secara signifikan dapat mempengaruhi variabel terikat atau variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan Flazz BCA di Kota Surabaya.

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,577	1,497		1,054	,295					
K	,195	,083	,213	2,358	,020	,346	,234	,200	,887	1,128
KP	,316	,100	,300	3,164	,002	,455	,307	,269	,804	1,243
KYD	,294	,104	,254	2,826	,006	,379	,277	,240	,893	1,120

Sumber : Data primer, diolah

Hasil Uji t dari masing-masing variabel:

1. Kepercayaan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA adalah berpengaruh positif signifikan, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung yang menunjukkan angka sebesar 2,358 dan signifikansi $0,020 < 0,05$.

2. Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA adalah berpengaruh positif signifikan, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung yang menunjukkan angka sebesar 2,826 dengan signifikansi $0,002 < 0,05$.

3. Keamanan yang Dirasakan (KYD)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan variabel keamanan yang dirasakan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA adalah berpengaruh positif signifikan, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung yang menunjukkan angka sebesar 3,164 dengan signifikansi $0,006 < 0,05$.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya

Berdasarkan uji t variabel kepercayaan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA adalah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata hasil pernyataan dari responden yang menyatakan setuju pada variabel kepercayaan. Hasil ini menunjukkan hasil yang sama dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Susanto (2011). Susanto mengatakan bahwa faktor pertama yang menjadi penentu suatu keberhasilan pengembangan alat transaksi *electronic money* adalah faktor kepercayaan. Selain dari penelitian yang dilakukan Susanto, hasil penelitian Aditya Mahardika dan Basuki Rachmat (2012) bahwa kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai keadaan psikologis seseorang yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya

Berdasarkan uji t variabel kemudahan penggunaan telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya. Jadi, kemudahan penggunaan yang diberikan oleh Flazz BCA dapat menjadi faktor dalam keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata pernyataan responden yang menyatakan setuju pada variabel kemudahan penggunaan. Hasil ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bonera (2011) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan pada keinginan nasabah dalam menggunakan jika suatu teknologi tersebut dirasakan mudah dan sederhana. Kemudian hasil penelitian dari Thakur dan Mala (2012) yang juga mengatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan penggunaan.

Pengaruh Keamanan yang Dirasakan Terhadap Keputusan Penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya

- Berdasarkan uji t, variabel keamanan yang dirasakan yang telah dilakukan
3. Semakin tinggi keamanan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.
 4. Semakin tinggi kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.

dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai signifikansi keamanan yang dirasakan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya. Hasil ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arasu dan Viswanathan (2011:58) yang mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sebagaimana menurut Zahid *et al* dari sudut pandang konsumen keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.
2. Semakin tinggi kemudahan penggunaan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyak responden yang menolak ketika diminta kuesioner dengan alasan terburu-buru.
2. Tidak mendapat izin untuk survey ke Bank BCA langsung sehingga perlu dilakukan survey ke lokasi lain agar mendapatkan responden yang tepat.

Saran

Adapun saran yang dapat didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi bank BCA Surabaya
 - a. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kepercayaan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Kartu Flazz memberikan manfaat bagi nasabah. Jadi untuk Bank BCA hendaknya memberikan inovasi dan menambah kegunaan transaksi agar pengguna dapat merasakan manfaat lebih dari Flazz BCA.
 - b. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Kartu Flazz BCA mudah difahami. Jadi untuk Bank BCA hendaknya memberikan informasi lebih sehingga pengguna menjadi lebih memahami.
 - c. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel keamanan yang dirasakan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Sistem Flazz BCA mampu memberikan keamanan dalam melakukan berbagai transaksi. Jadi untuk Bank BCA hendaknya meningkatkan keamanan pada sistem Flazz BCA sehingga pengguna dapat merasakan keamanan lebih.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Sebaiknya ditambahkan jumlah responden dan jumlah butir pernyataan karena semakin banyak responden dan butir pernyataan akan mempengaruhi hasil hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat.
 - b. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel independen lain dalam penelitian ini seperti variabel persepsi manfaat, kualitas informasi, risiko, dan lain-lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya Mahardika, dan Basuki Rachmat. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Management Science and Information Technology* Vol 1 No.1 pp:25
- Arasu Raman, Viswanathan. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions : A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on : Wireless Information Network & Business Information System* pp:58
- Bonera, Michelle. 2011. The propensity of e-commerce usage: the influencing variables, *Management Research Review*. 34(7). pp: 821-837
- Chen, Chih-Shih, Li, Shing-Han, Li, Chien-Yi. 2011. Recent Related Research in Technology Acceptance Model : A Literature Review. *Australian Journal of Business and Management Research*, Vol.1 No.9, 124-127
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Saleh, Mahmoud Abdel Hamid, 2013. "Trust in E-Payment Channels on Their Purchase Intention : A Case Study on STC". *The Journal of American of Business, Cambridge*. Vol 19 No. 1 pp:259-273
- Togar Alam dan Okky Kartavianus, 2014. "A Structural Equations Modeling of Purchasing Decision Through E-Commerce" *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.pp:358-364

- Peha, J.M. dan I.M. Khamitov, 2004. Pay Cash: A secure efficient internet payment system.
- Rakhi, Thakur and Srivastava Mala, 2013 "Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study", *Journal of Indian Business Research*, Vol. 5 Iss: 1, pp.52 - 72
- Suharno, 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sugiyono, 2012 *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Cetakan ke 17, Alfabeta, Bandung
- Teoh, Wendy Ming-Yen and Chong, Siong Choy. 2013 "Factor affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis". *International Journal of Business and Management*. pp:465-485
- Wiwik, Maryati. 2011. Trust and Relational Commitment In Review in Higher Education Marketing. *Journal of Economics* Pp:169-178
- Zahid, Nauman, Asif Mujtaba, dan Adnan Riaz. 2010. Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. Vol 27, No 1

