

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEAMANAN, KUALITAS LAYANAN WEBSITE DAN RISIKO
TERHADAP ADOPSI INTERNET BANKING
CIMB NIAGA DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

**ISTI HANUM PRATIWI
2013210534**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

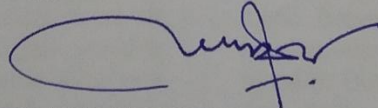
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Isti Hanum Pratiwi
Tempat, Tanggal lahir : Mojokerto, 28 Januari 1995
N.I.M : 2013210534
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh, Kepercayaan Kemudahan
Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan
Website dan Risiko Terhadap Adopsi
Internet Banking CIMB Niaga di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

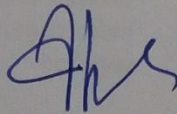
Tanggal : ..20..Maret 2017



MOCHAMAD NURHADI, S.Kom., M.M.

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Tanggal : ..20..Maret 2017



Dr. MUAZAROH, S.E., M.T.

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEAMANAN, KUALITAS LAYANAN WEB DAN RISIKO
TERHADAP ADOPTI INTERNET BANKING
CIMB NIAGA DI SURABAYA**

Isti Hanum Pratiwi
STIE Perbanas Surabaya
Email : [2013210534 @students.perbanas.ac.id](mailto:2013210534@students.perbanas.ac.id)

ABSTRAK

Information technology has influence the Banking industry make more being modern society. Always innovating hearts Bank development products. This research design using quantitative with distributing questionnaires to the respondents indicated to review data collection. singer research casual relationships using. term used whole sample yang hearts research 30 small samples plus 90 samples, technical research data analysis using descriptive data analysis and statistical data analysis namely with regression using spss 20.0. based on the findings of the data analysis the collected hearts research singer, then can be concluded that the variable trust, security, web service quality, significant positive effect against the adoption of internet banking Cimb Niaga in Surabaya and variable ease to use negative effect not significantly on adoption of internet banking Cimb Niaga in Surabaya while the risk of significant negative effect against the adoption of internet banking Cimb Niaga in Surabaya. confidence, easeof use , security, web service quality risk and simultaneously have significant positive effects against the customer's intention to review using internet banking Cimb Niaga in Surabaya

Keywords : trust, ease of use, security, web service quality, risk, internet banking adoption

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi semakin maju dan berkembang dengan pesat, teknologi sangat memudahkan dalam pekerjaan atau kegiatan sehari-hari. Teknologi membuat kehidupan masyarakat menjadi semakin moderen. Perbankan merupakan salah satu faktor yang dipengaruhi oleh teknologi. Selain digunakan dalam kegiatan operasional intern penerapan teknologi dalam dunia perbankan juga untuk memudahkan untuk melayani *customers*. Dalam mengembangkan produknya bank selalu berinovasi dalam mengembangkan produknya, salah satunya adalah *internet banking* yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi.

Internet banking merupakan salah satu layanan dalam perbankan yang

menggunakan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan adanya *internet banking* nasabah tidak perlu lagi untuk pergi ke bank ataupun ATM untuk bertransaksi kecuali untuk melakukan tarik tunai. Beberapa bank yang menerapkan layanan *internet banking* antara lain yaitu Mandiri, BCA, BNI, BRI, bank Danamon dan salah satunya adalah bank CIMB Niaga (*CIMB Clicks*). Ketika menggunakan *internet banking* CIMB Niaga (*CIMB Clicks*) nasabah dapat dengan mudah menggunakannya untuk transfer, mengecek saldo dan mendapatkan berbagai informasi, serta untuk membayar tagihan bulanan dan mengecek tagihan kartu kredit, mengetahui program-program bank tanpa perlu pergi ke ATM untuk bertransaksi ataupun ke bank CIMB Niaga.

Jumlah pengguna *internet banking* CIMB Niaga (*CIMB Clicks*) akhir juni 2015 tumbuh 27,5 % *YoY* mencapai 1,1 juta pengguna. www.cimbniaga.com. Meski mengalami kenaikan jumlah pengguna, namun jumlah itu masih lebih rendah dibandingkan dengan pengguna *internet banking* bank BRI yang mengalami kenaikan dari 131,7 % *YoY* dari 1,6 juta menjadi 3,8 juta pengguna pada semester satu tahun 2015. www.beritasatu.com. Padahal Bank

CIMB Niaga telah terlebih dahulu menerapkan *internet banking* pada tahun 2000. Sedangkan Bank BRI baru menerapkan *internet banking* pada tahun 2009. Namun jumlah pengguna *internet banking* bank CIMB Niaga masih lebih rendah dibandingkan dengan pengguna *internet banking* bank BRI. Seharusnya pertumbuhan pengguna *internet Banking* Bank CIMB Niaga jauh lebih besar dibandingkan pengguna *internet Banking* BRI.

Tabel 1
AWARENESS TERHADAP INTERNET BANKING
BERDASARKAN KOTA

	Mengetahui	Tidak Mengetahui
Jakarta	38,9	61,1
Bandung	39,3	60,7
Semarang	32,5	67,5
Surabaya	32,0	68,0
Medan	28,6	71,4
Total	34,7	65,3

Sumber : www.marsindonesia.com

Tabel 2
PENETRASI TERHADAP INTERNET BANKING
BERDASARKAN KOTA

	Memiliki	Tidak Memiliki
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
Total	8,1	91,1

Sumber : www.marsindonesia.com

Tabel 1 dan 2 menunjukkan apabila dibandingkan dengan kota Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya menduduki posisi terendah kedua setelah kota Medan. Nasabah di Surabaya belum banyak mengetahui *internet banking*. Hanya sekitar 32% saja yang mengetahui *internet banking*, sedangkan 68% sisanya belum mengetahui. Begitu juga dengan nasabah

yang menggunakan *internet banking* di Surabaya juga masih cukup rendah hanya sekitar 6,1% dan 93,9% belum menggunakan *internet banking*. Tingkat awareness *internet banking* di Surabaya sebesar 32% tidak diikuti oleh penetrasinya yang hanya sekitar 6,1% saja yang menggunakan *internet banking*

Dari permasalahan yang terjadi pada internet banking CIMB Niaga dan juga rendahnya penggunaan internet banking maka diperlukan penelitian untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. Dengan Judul Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas layanan Web, Timbal Balik Pelanggan dan Resiko Terhadap Adopsi Internet Banking Bank CIMB Niaga di Surabaya

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Internet Banking

Layanan *internet banking* memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi. *Website* yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi *internet banking*

Pengertian *internet banking* itu sendiri lebih ditekankan ke aspek distribusi layanan perbankan yang bisa diakses dari jauh, terutama melalui koneksi internet. Penerapan Teknologi Informasi di dunia perbankan bertujuan untuk kecepatan dan ketepatan pengolahan dan penyediaan informasi, serta meningkatkan pelayanan kepada para nasabah.

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi serta melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Kepercayaan

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang mengarah

pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, serta memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika, 2011 dalam Setyo *et all*, 2015 : 455)

Kepercayaan pelanggan mengacu pada antusiasme untuk menjadi rentan terhadap layanan berdasarkan harapan positif. Orientasi ini bergantung pada pertukaran informasi dan jasa dengan mitra yang memiliki kepercayaan (Rochanakitumnuaui 2003 dalam Hussein 2016:97). Kepercayaan itu akan meningkat apabila nasabah merasa bahwa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap transaksi perbankan (Roy *et al*, 2001 dalam Hussein 2016:97). Ibbotson 2003 dalam Hussein, (2016 : 97) melaporkan bahwa pemeliharaan laba masa depan dan kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Shumaila Yousafzai *et all* (2009:594) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelanggan harus percaya bahwa bank memiliki kemampuan dan motivasi, yaitu kepercayaan untuk memberikan layanan perbankan online.

Kemudahan Penggunaan

Dalam *internet banking* bila jasa pelayanan yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *internet banking*. Kemudahan penggunaan juga sering disebut persepsi seseorang akan kekemudahan (*perceived ease of use*) juga sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunaanya.

Kemudahan penggunaan juga disebut yang sejauh mana pelanggan mengakui *internet banking* itu mudah dimengerti dan digunakan (Davis *et al.*, 1989 dalam Hussein 2016 : 97). Selain itu menurut Jogiyanto 2009 dalam Setyo *et all.*, (2015:444) dalam menyatakan

kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dimensi dari kemudahan yaitu, mudah untuk dipelajari (*ease to learn*), mudah digunakan (*ease to use*), jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*), menjadi terampil (*become skillful*) (Sun dan Zhang, 2011 dalam Setyo *et all.*, 2015 : 444)

Rangsang dan Titida, (2014:103) mendefinisikan kemudahan penggunaan merupakan faktor yang mempengaruhi adopsi internet banking, dan internet banking. Internet banking alamat websitenya mudah diingat, terorganisir dengan baik, situs mudah dicari, ringkas dan isinya mudah dimengerti

Keamanan

Keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seorang individu untuk menggunakan layanan online, keamanan mulai dari pengungkapan privasi dapat menyebabkan kerugian bagi individu sehingga nasabah yang menerapkan layanan online akan semakin berkurang (Chrong dan Yi, 2015:346).

Daniel, 1999 dalam (Shumaila *at all.*, 2009:595) mengidentifikasi keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi pelanggan di Inggris. Keamanan dalam e-commerce didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan, data atau sumber daya jaringan dalam bentuk perusakan, pengungkapan, modifikasi data, penipuan, dan penyalagunaan (Kalakota & Whinston, 1997 dalam Shumaila *et all.*, (2009:595). Keamanan penelitian ini dirasakan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancaman

tersebut. Rangsang dan Titida, (2014:595) menyatakan bahwa keamanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancaman.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya

Kualitas Layanan Website

Kualitas pelayanan yang dirasakan didefinisikan sebagai seperangkat penilaian yang dihasilkan dari proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka terima. Menurut Samutthana (2014) dalam Hussein (2016:97) kualitas layanan merupakan prasyarat penting untuk kepuasan pelanggan dan dalam lingkungan virtual menjadi tugas yang menantang bagi bank.

Kualitas layanan telah dilihat sebagai faktor yang signifikan keberhasilan bagi perusahaan melalui dimana perusahaan atau bank dapat merumuskan keunggulan kompetitif mereka, serta meningkatkan daya saing mereka (Hassan, 2015 dalam Hussein dan Abdelhalim, 2016:97).

Risiko

Konsep risiko diatur sekitar gagasan bahwa perilaku konsumen melibatkan risiko dalam arti bahwa setiap tindakan konsumen akan menghasilkan konsekuensi bahwa nasabah tidak bisa mengantisipasi sesuatu yang menunda kepastian (Bauer, 1967 dalam Michael *et al.*, 2012:36). Risiko yang dirasakan sangat kuat dalam menjelaskan sebuah perilaku konsumen, konsumen lebih sering termotivasi untuk menghindari kesalahan dari pada untuk memaksimalkan utilitas dalam pembelian (Mitchell, 1999 dalam Michael *et al.* 2012:36).

Adopsi Internet Banking

Menurut Tatik Suryani (2013:241) pandangan tradisional tentang proses adopsi *internet banking* mempunyai tahapan (awareness, internet

evaluation, trial, adoption) yang dapat dijelaskan sebagai berikut : (1) Tahap awareness yaitu dalam tahap ini konsumen mengetahui terdapat ide-ide yang baru namun informasi yang didapat sangat terbatas. (2) Tahap interest yaitu dalam tahap ini konsumen mulai berminat terhadap inovasi serta mulai mencari informasi lebih banyak. (3) Tahap evaluation yaitu dalam tahap ini konsumen menilai produk baru berdasarkan informasi yang didapatkan serta mencoba menghubungkan dengan kondisinya (kebutuhan dan harapannya) sebelum memutuskan untuk mencobanya. (4) Tahap trial (percobaan) yaitu dalam tahap ini konsumen menggunakan ataupun mencoba inovasi produk baru guna memastikan ide-ide yang ada dalam skala kecil untuk menentukan kegunaan apa yang sesuai dengan dirinya. (5) Tahap Adoption (penerimaan) yaitu dalam tahap ini berdasarkan evaluasinya, konsumen selama mencoba produk serta merasakan hasilnya akan memutuskan menggunakan produk apabila ternyata produk baru dinilai sesuai dengan kegunaan dan harapan konsumen.

Hubungan Kepercayaan dengan Adopsi Internet Banking

Menurut Fatima *et.al.*, (2014:483) menjelaskan bahwa keamanan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain akan memenuhi harapan dan tidak mengambil keuntungan yang tidak semestinya. Menurut Mahardika dan Basuki, 2012 dalam (Setyo *et al.*, 2015:445) mendefinisikan dimensi kepercayaan dibagi menjadi 4 antara lain adalah keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan dengan internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah menjaga komitmen dalam melayani nasabah dan memberikan manfaat pada penggunaannya sehingga kepercayaan harus dijaga dan dipertahankan.

Dalam penelitian sebelumnya yaitu Hussein dan Abdelhalim (2016:97) kepercayaan itu akan meningkat

jika nasabah merasa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap transaksi perbankan, selain itu pemeliharaan laba masa depan dan kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan dapat dikatakan kepercayaan mempengaruhi adopsi *internet banking*. Dalam penelitian yang dilakukan Hussein dan Abdelhalim (2016:101) menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chong dan Yi (2015:354) mengatakan bahwa di sektor internet banking, kepercayaan telah terbukti sebagai faktor yang mempengaruhi individu untuk mengadopsi internet banking. Hasil dari penelitian Chong dan Yi menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking.

H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya

Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Adopsi Internet Banking

Perspektif kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit pemakainya, namun dapat mempermudah seseorang untuk menyelesaikan pekerjaannya. Dan apabila dihubungkan dengan penggunaan *internet banking*, layanan *internet banking* sudah disediakan dengan segala kemudahannya agar dapat dipahami dan digunakan dengan mudah, sehingga nasabah akan lebih mudah dalam melakukan transaksi menggunakan *internet banking*. Penggunaan merupakan kepercayaan seseorang bahwa teknologi mudah untuk digunakan, nasabah yang menggunakan sistem akan lebih mudah dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan nasabah yang tidak menggunakan sistem atau masih secara manual.

Studi yang dilakukan oleh Chen *et al.*, 2002; Heijden *et al.*, 2003, Guriting., 2006 (dalam Fatima *et al.*, 2014:482) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan adalah atribut utama dari aplikasi e-bisnis seperti *internet bankin*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fatima menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking*.

Dalam penelitian terdahulu yaitu penelitian Hussein dan Abdelhalim, (2016:97) kemudahan penggunaan juga disebut sejauh mana pelanggan mengakui *internet banking* itu mudah dimengerti dan digunakan. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunaannya, oleh karena itu ketika nasabah merasa bahwa *internet banking* mudah dimengerti, mudah digunakan, dan dan tidak perlu berusaha keras untuk menggunakan *internet banking* maka nasabah akan menggunakan *internet banking*. Hussein dan Abdelhalim (2016:101) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking*.

H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

Hubungan keamanan dengan adopsi internet banking

Keamanan digunakan dalam mengukur persepsi nasabah tentang keselamatan dan rasa aman serta *internet banking* yang dapat diandalkan. Penyedia layanan *internet banking* dalam hal ini menjamin bahwa resiko yang ditimbulkan akan lebih kecil jika menggunakan *internet banking* dari pada datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Keamanan dapat mempengaruhi nasabah menggunakan *internet banking*. Dengan menggunakan layanan *internet banking* akan

memperkecil resiko yang akan ditimbulkan dibandingkan datang langsung ke bank.

Jaminan keamanan berkaitan dengan sejauh mana situs web internet banking dapat menjamin keselamatan pelanggan mengenai keuangan dan informasi pribadi pelanggan (Kimery dan Mc Cord, 2002 dalam Ala Eddin dan Hassan, 2001:52). *Internet banking* merupakan terjaminnya data beserta dana yang dimiliki nasabah dari resiko kehilangan ataupun pencurian ketika melakukan transaksi melalui *internet banking*.

Dalam penelitian Chrong (2015:346) keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seorang individu menggunakan layanan online, karena keamanan, mulai dari pengungkapan privasi dapat menyebabkan kerugian bagi individu. Hasil dari penelitian Chrong da Yi menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking*.

H3: Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

Hubungan kualitas layanan web dengan adopsi internet banking

Penilaian suatu jasa berkualitas atau tidak dilakukan oleh nasabah yang menggunakan jasa tersebut (Tetty, 2014:122). Kualitas jasa pelayanan website yang baik adalah yang mampu memenuhi harapan nasabah baik sekarang ataupun di masa yang akan datang.

Dalam penelitian sebelumnya, Wong *et al.*, 2008 dalam Hussein dan Abdelhalim (2016:97) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seperangkat penilaian dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan dengan layanan yang di terima. Kualitas layanan website merupakan elemen penting untuk menarik pengguna internet banking dan pentingnya kualitas layanan

web akan tercermin dalam banyak hal seperti desain dan kecepatan layanannya. Pihak yang menilai sesuatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah nasabah karena nasabah yang menggunakan layanan. Hasil dari penelitian Hussein dan Abdelhim menunjukkan bahwa kualitas layanan website berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

H4: Kualitas layanan web berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya

Hubungan risiko dengan adopsi internet banking

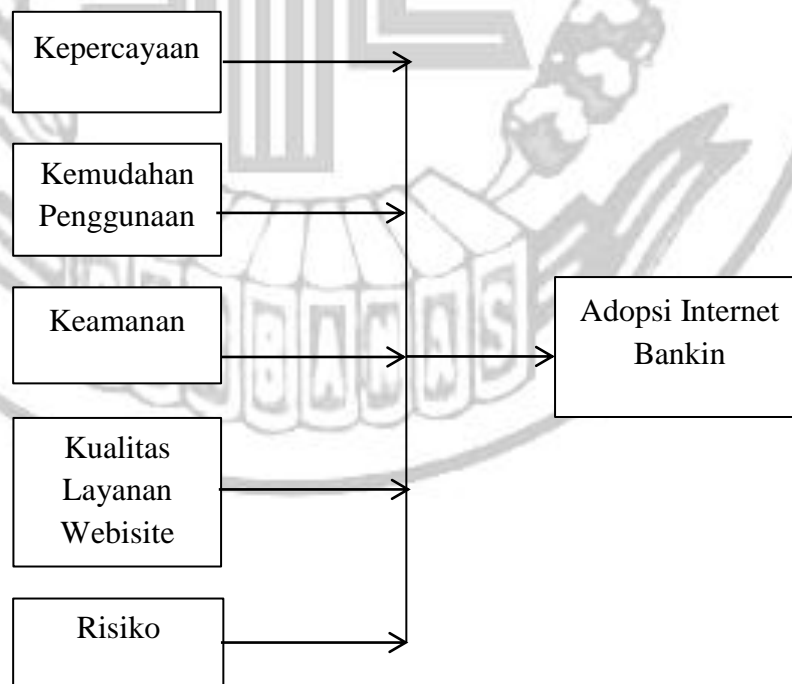
Perilaku konsumen menentukan risiko yang dirasakan, persepsi pelanggan dari ketidakpastian dan konsekuensi negative dari pembelian produk atau jasa (Mohammad, 2012:297). Risiko merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Nasri, 2011 dalam Mohammad, 2012:297). Teknologi baru akan melibatkan manfaat baik dan risiko bagi pengguna, dan sebelum memutuskan

untuk mengadopsi sebuah teknologi, nasabah akan mempertimbangkan risiko dan manfaat (Mohammad, 2012:297). Risiko membuat nasabah akan berpikir ulang dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi internet banking. Dalam penelitian Michael *et al*,(2012:40) menunjukkan bahwa risiko memiliki hubungan negative dengan adopsi internet banking

Dalam penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Chrong dan Yi (2015:346) risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian dari luar pandangan individu atau kontrol individu yang dapat mengakibatkan kerusakan. Karena transaksi menggunakan internet banking sifatnya terbuka, maka individu akan mendapatkan ancaman berbahaya (Chrong dan Yi, 2015:346).

Penelitian Chorong menunjukkan bahwa risiko memiliki pengaruh negative terhadap adopsi internet banking.

H5: Risiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya



Gambar 1
KERANGKA PENELITIAN

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif. Menurut Malhotra (2015:87). Penelitian deskriptif yaitu untuk menggambarkan sesuatu, biasanya karakteristik dari kelompok yang relevan, seperti nasabah, area pasar dan organisasi.

Penelitian ini sumber datanya bersumber dari data primer sehingga menurut sumber datanya penelitian ini termasuk ke dalam penelitian primer. Menurut Mudrajad Kuncoro, (2013:148), penelitian primer itu sendiri merupakan penelitian dengan sumber datanya berasal dari observasi langsung ke obyek penelitian di lapangan menggunakan semua metode pengumpulan data ordinal.

Rancangan penelitian ini menggunakan data kualitatif yang merupakan data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik, namun. karena data harus berbentuk angka dalam statistik

sehingga data kualitatif pada umumnya dibuat menjadi kuantitatif agar dapat di proses lebih lanjut lagi.

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran variabel menggunakan skala Likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:93). Nasabah diminta untuk mengisi kuisioner pada alternatif jawaban sesuai dengan skalanya pada masing masing pertanyaan. Berikut ini yaitu bobot nilai pendapat responden sesuai kriteria indikator pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap adopsi internet banking bank CIMB Niaga di Surabaya. Sangat setuju (skor 5),setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Untuk penilaian intervalnya menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

INTERVAL KELAS

Jawaban	Interval	Nilai
Sangat Setuju	$1,00 \leq a \leq 1,8$	5
Setuju	$1,8 < a \leq 2,6$	4
Netral	$2,6 < a \leq 3,4$	3
Tidak Setuju	$3,4 < a \leq 4,2$	2
Sangat Tidak Setuju	$4,2 < a \leq 5$	1

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website dan risiko berpengaruh terhadap adopsi

internet banking CIMB Niaga di Surabaya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas.

Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$$

Pengujian dilakukan dengan bantuan SPSS

Tabel 3
UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.795	2.124		3.670	.000
KEPERCAYAAN	.240	.114	.218	2.117	.037
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	-.128	.065	-.223	-1.979	.051
KEAMANAN	.130	.056	.283	2.333	.022
KUALITAS LAYANAN WEB	.235	.098	.236	2.397	.019
RISIKO	-.240	.091	-.278	-2.640	.010

Dari tabel di atas, persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai yaitu:

$$Y = 7,795 + 0,240 X_1 - 0,128 X_2 + 0,130 X_3 + 0,235 X_4 - 0,240 X_5 + 2,124$$

(1) $\alpha = 7,795$ artinya adalah jika secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel dependen dalam hal ini adopsi *internet banking* akan naik sebesar 7.795 satuan dengan asumsi seluruh variabel independen yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website dan resiko adalah nol. (2) $X_1 = 0,240$ artinya jika variabel kepercayaan (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,240 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kepercayaan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,240 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. (3)

$X_2 = - 0,128$ artinya jika variabel kemudahan penggunaan (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi internet banking sebesar 0,128 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika kemudahan penggunaan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,128 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (4) $X_3 = 0,130$ artinya jika variabel keamanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,130 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel keamanan yang dirasakan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,130 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. (5) $X_4 = 0,235$ artinya jika variabel kualitas layanan website (X_4) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan

peningkatan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,235 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kualitas layanan website mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,235 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. (6) $X_5 = -0,240$ artinya jika variabel risiko (X_5) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,240 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel risiko yang dirasakan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan pada variabel adopsi *internet banking* sebesar 0,240 dengan asumsi variabel independen lainnya

Uji F

Uji F menunjukkan apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini dilakukan guna menyimpulkan secara bersama-sama variabel independen kepercayaan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), keamanan (X_3), kualitas layanan web (X_4), dan risiko (X_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu adopsi internet banking (Y). Berikut ini adalah hipotesis statistik yang digunakan :

$Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

$Sig \geq 0,05$ maka H_0 diterima, dapat dikatakan bahwa variabel independen bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Tabel 4
HASIL ANALISIS UJI SIMULTAN (UJI F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	92.746	5	18.549	7.964	.000 ^b
	Residual	195.654	84	2.329		
	Total	288.400	89			

Jika dilihat pada tabel 4.21 dari uji ANOVA atau F test didapatkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa variabel-variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan,

kualitas layanan website dan risiko yang dirasakan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat yaitu niat menggunakan *internet banking*.

Uji T

Uji T adalah suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas, yaitu

kepercayaan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), keamanan (X_3), kualitas layanan website (X_4) dan risiko (X_5), terhadap variabel terikat yaitu adopsi *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya (Y). $H_0 : \beta_1 = 0$ secara parsial berpengaruh tidak signifikan dari variabel independen kepercayaan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), keamanan (X_3), dan keamanan (X_3), dan risiko (X_5) terhadap variabel dependen yaitu adopsi internet banking (Y) dan $H_1 : \beta_1 \neq 0$ secara parsial berpengaruh signifikan dari variabel independen kepercayaan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), keamanan (X_3), dan keamanan (X_3), kualitas layanan web (X_4), dan risiko (X_5) terhadap variabel dependen adopsi internet banking (Y)

Tabel 5
HASIL UJI T

Model	Unstandardized Coeficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	7.795	2.124		3.670	.000
KEPERCAYAAN	.240	.114	.218	2.117	.037
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	-.128	.065	-.223	-1.979	.051
KEAMANAN	.130	.056	.283	2.333	.022
KUALITAS LAYANAN WEB	.235	.098	.236	2.397	.019
RISIKO	-.240	.091	-.278	-2.640	.010

Dari data olahan SPSS pada tabel 4.23 maka dapat diketahui uji t dari probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi <0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Kepercayaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 2,117 dan signifikansinya = 0,037 (< 0,05)

Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap adopsi *internet banking*, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar -1,1979 dan signifikansinya = 0,051 (> 0,05)

Keamanan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki

pengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 2,333 dan signifikansinya = 0,022 (< 0,05)

Kualitas Layanan Website

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan website memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 2,397 dan signifikansinya = 0,019 (< 0,05)

Risiko

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap adopsi *internet banking*, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar -2,640 dan signifikansinya = 0,010 (< 0,05)

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Adopsi menggunakan *internet banking* Pada CIMB Niaga di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel kepercayaan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kepercayaan terhadap adopsi internet banking pada CIMB Niaga adalah berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. Apabila nasabah merasa percaya terhadap internet banking CIMB Niaga, maka nasabah akan menaikkan adopsi *internet banking*. Berdasarkan kuesioner nasabah percaya bahwa *internet banking* CIMB Niaga itu mudah, bertanggung jawab apabila terjadi gangguan dan nasabah juga percaya dengan layanan online untuk bertransaksi pada *internet banking* CIMB Niaga.

Hasil ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussein dan Abdelhalim (2016), menyebutkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan signifikan positif terhadap adopsi *internet banking*. Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah menjaga komitmen dalam melayani nasabah serta memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika, 2011 dalam Setyo *et all* : 455). Menurut Shumaila Yousafzai (2009:594) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelanggan harus percaya bahwa bank memiliki kemampuan dan motivasi, yaitu untuk memberikan layanan perbankan online.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Adopsi internet banking Pada Bank CIMB Niaga di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga adalah berpengaruh negatif tidak

signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya.

Hasil yang didapat pada penelitian ini tidak mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussein dan Abdelhalim (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking*. Hal ini dapat dikarenakan jumlah responden dalam penelitian terdahulu sebanyak 476 responden sedangkan pada penelitian saat ini yaitu 90 responden.

Hasil negatif tidak signifikan yang didapat ini menunjukkan bahwa semakin rendah kemudahan internet banking CIMB Niaga, nasabah cenderung tidak mengadopsi internet banking CIMB Niaga. Hal ini dapat dikarenakan rata-rata nasabah internet banking CIMB Niaga yang menggunakan internet banking kurang dari satu tahun, sehingga kurang berpengalaman dan rata-rata jawaban setuju nasabah pada variable kemudahan terendah yaitu bahasa dalam internet banking CIMB Niaga mudah untuk dimengerti, sehingga membuat internet banking kurang mudah.

Pengaruh Keamanan Terhadap Adopsi internet banking Pada Bank CIMB Niaga di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel keamanan yang dirasakan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi keamanan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga adalah berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. Berdasarkan kuesioner internet banking CIMB Niaga menyimpan catatan akurat dari transaksi dengan baik, menjaga kerahasiaan informasi pribadi nasabah, menjaga informasi transaksi, nasabah juga tidak mengalami masalah ketika menggunakan internet banking, internet banking CIMB Niaga itu aman dan nasabah juga merasa aman serta nasabah dapat memeriksa dengan detail transaksi yang pernah dilakukan.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chrong dan Yi-Luen (2015), menyatakan bahwa keamanan berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *internet banking*.

Dalam penelitian Chrong (2015:346) keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seorang individu menggunakan layanan online, karena keamanan, mulai dari pengungkapan privasi dapat menyebabkan kerugian bagi individu. Jaminan keamanan berkaitan dengan sejauh mana situs web internet banking dapat menjamin keselamatan pelanggan mengenai keuangan dan informasi pribadi pelanggan (Kimery dan Mc Cord, 2002 dalam Ala Eddin dan Hassan, 2001:52).

Pengaruh Kualitas Layanan Website Terhadap Adopsi internet banking Pada Bank CIMB Niaga di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel kualitas layanan website yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kualitas layanan website terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga adalah berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya.

Apabila seseorang merasa kualitas layanan website tinggi, maka nasabah akan menaikkan adopsi *internet banking*. Berdasarkan pernyataan kuesioner internet banking CIMB Niaga layanannya websitenya diperbarui secara teratur, memberikan respon yang cepat dan jarang terjadi gangguan.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussein dan Abdelhalim (2016), menyebutkan bahwa kualitas layanan website merupakan faktor yang secara signifikan positif mempengaruhi adopsi *internet banking*. Wong et al., 2008 dalam Hussein dan Abdelhalim (2016:97) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seperangkat penilaian dari proses evaluasi di mana

pelanggan membandingkan harapan dengan layanan yang di terima. Kualitas layanan website merupakan elemen penting untuk menarik pengguna internet banking dan pentingnya kualitas layanan web akan tercermin dalam banyak hal seperti desain dan kecepatan layanannya.

Pengaruh Risiko Yang Dirasakan Terhadap Adopsi internet banking Pada Bank CIMB Niaga di Surabaya

Berdasarkan uji t variabel risiko yang dirasakan yang telah dilakukan penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi risiko yang dirasakan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga adalah berpengaruh negatif signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. Adopsi internet banking meningkat apabila nasabah merasa risiko penggunaan internet banking kecil. Berdasarkan kuesioner, rata-rata nasabah tidak setuju bahwa informasi internet banking dapat dirusak atau diganti oleh orang lain, kemungkinan ketika nasabah bertransaksi dapat diketahui oleh orang lain dan kode pin internet banking dapat disalahgunakan.

Hasil yang didapat pada penelitian ini mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chrong dan Yi-Luen menyatakan bahwa risiko berpengaruh negative terhadap adopsi internet banking. Dalam penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Chrong dan Yi (2015:346) risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian dari luar pandangan individu atau kontrol individu yang dapat mengakibatkan kerusakan. Karena transaksi menggunakan internet banking sifatnya terbuka, maka individu akan mendapatkan ancaman berbahaya (Chrong dan Yi, 2015:346).

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Kualitas Layanan Website dan Risiko yang dirasakan Terhadap Adopsi internet banking Pada Bank CIMB Niaga di Surabaya

Pada uji F diketahui bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website, dan risiko yang dirasakan secara serempak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,322 menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen sebesar 32,2 persen yang disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya sebesar 67,8 persen disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut, maka adopsi internet banking dipengaruhi oleh lima macam bentuk variabel yaitu kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website dan risiko, hal tersebut dapat mempengaruhi adopsi internet banking di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka akan dapat diketahui kesimpulan dari penelitian bahwa :

(1) Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan Website dan Risiko secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. (2) Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. (3) Kemudahan penggunaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap adopsi internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya. (4) Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. (5) Kualitas layanan website berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. (6) Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap adopsi internet

banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Keterbatasan

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 izin survey ke Bank CIMB Niaga langsung sehingga perlu dilakukan survey ke lokasi lain untuk mendapatkan responden yang tepat.

Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Bank CIMB Niaga diharapkan Bank CIMB Niaga untuk lebih memperbaiki internet banking CIMB Niaga agar lebih mudah untuk digunakan.

Bagi peneliti selanjutnya. Untuk hasil yang lebih baik maka disarankan untuk mengambil sampel yang kalau bisa diluar kota Surabaya dan untuk diperolehnya penelitian yang lebih baik, maka ada baiknya menambah jumlah indikator, jumlah variabel, dan jumlah item pertanyaan yang diajukan.

Daftar Rujukan

- Ala'Eddin Mohd Khalaf Ahmad dan Hassan Ali Al-zu'bi 2011 "E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction : An Empirical Investigation". *International Journal of Marketing Studies* Vol 3. No 1. Pp 50-65
- Chorng-Shyong Ong & Yi-Luen Lin 2015 "Security, Risk, And Trust In Individuals' Internet Banking Adoption: An Integrated Model" *International Journal of Electronic Commerce Studies* Vol.6. No.2. Pp. 343-356
- Fatima Mazhar dan Muhammad Rizwan 2014." An Investigation of Factor Affecting Usage and Adoption of

- Internet & Mobile Banking In Pakistan” *International Journal of Accounting and Financial Reporting*. Vol 4. No 2. Pp. 478-501
- Hussein & Abdelhalim 2016. “Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian Banking Sector”. *International Journal of Business and Management*. Vol. 11, No. 3. Pp 95-104
- Malhotra, Naresh K. 2015. *Essentials of Marketing Research*. Global edition. England : Pearson Education Limited
- Michael D. Clemes. 2012. ”The factors impacting on customers’ decisions to adopt Internet banking”. *Banks and Bank Systems*, Vol 7. Issue 3. Pp 33-50
- Mohammad O Al-Smadi. 2012. ”Factors Affecting Adoption of Electronic Banking : An Analysis of the Perspectives of Banks’ Customers” *International Journal of Business and Social Science*. Vol 3. No 17. Pp 294-309
- Mudrajat Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4 : Erlangga
- Rangan.Nochai and Titida.Nochai 2013.” The Impact of Internet Banking Service on Customer Satisfaction in Thailand: A Case Study in Bangkok” *International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)*. Vol 1. Issue 1. Pp 101-105
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli dan Usep Suhud. 2015. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 6. No 1. Pp 440-465
- Shumaila Yousafzai , John Pallister and Gordon Foxall. 2009.” Multi-dimensional role of trust in Internet banking adoption” *The Service Industries Journal*. Vol 29. No 5. Pp 591–605
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Affabeta.
- Tatik Suryani. 2013, *Perilaku Responden di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tetty Yuliaty. 2014. “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcpmedan Aksara”. *Jurnal Manajemen & Bisnis* Vol 14. No 02. Pp. 120-126
www.cimbniaga.com. diakses September 2016
www.beritasatu.com. diakses September 2016
www.marsindonesia.com diakses September 2016