PENGARUH KEPERCAYAAN , MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP NIAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* BANK CIMB NIAGA DI SURABAYA

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Manajemen

Oleh :

NOVIA ROSALINA PRAMESWARI

NIM : 2013210289

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Novia Rosalina Prameswari
Tempat, Tanggal Lahir	:	Surabaya, 28 Maret 1996
NIM	:	2013210289
Jurusan	:	Manajemen
Program Pendidikan	:	Sarjana
Kosentrasi	:	Manajemen Perbankan
Judul	:	Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanggal: 23-2-2018

Dr. Drs. M. NADJIB USMAN, M.M.

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal: 23-3-2018

Dr. Muazaroh, SE., M.T

THE EFFECT OF TRUST, BENEFITS, AND EASE OF USE TOWARD CUSTOMERS' INTENTION TO USE INTERNET BANKING OF BANK CIMB NIAGA IN SURABAYA

Novia Rosalina Prameswari
STIE Perbanas Surabaya
Email :2013210289@perbanas.ac.id
Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

Nadjib
STIE Perbanas Surabaya
Email :nadjib_usman@perbanas.ac.id
Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The development of information technology, telecommunications, and the internet led to the emergence of internet-based business applications. To provide fast service and simplify bank customers in transactions is one of them by providing internet banking facility. Common transactions through internet banking include checking accounts and transferring funds from one account to another account. This study aims to analyze the influence of trust, benefit and ease of use on the intentions of customers of internet banking users at Bank CIMB Niaga in Surabaya. The method used in this study is by quantitative methods and using primary data by distributing questionnaires to 80 respondents internet banking users at Bank CIMB Niaga in Surabaya. The sampling technique used in this study is purposive sampling, with the criterion of customers at least 19 years. The analysis used in this research is using MRA (Moderated Regression Analysis). The results of this study indicate that the influence of trust significantly influence the intentions of customers of internet banking Bank CIMB Niaga customers and the benefits and ease of use also significantly affect the intentions of customers of internet banking users Bank CIMB Niaga.

Keywords : *Trust, Benefits and Ease of Use*

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Untuk memberikan pelayanan yang cepat dan mempermudah nasabah bank dalam bertransaksi adalah salah satunya dengan menyediakan fasilitas *internet banking*.

Internet Banking merupakan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan Bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan *Internet Only* Bank tidak diperkenankan.

Pada dasarnya *internet banking* itu dibuat untuk memudahkan nasabah dan pihak bank, dengan menggunakan fasilitas *Internet Banking* memberikan keuntungan dan kemudahan bagi nasabah.

Melihat banyaknya perbankan yang menggunakan *internet banking*, maka setiap Bank harus selalu berusaha untuk memberikan kualitas layanan terbaik seperti kepuasan kepada para nasabahnya.

Kepercayaan adalah ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya. Kepercayaan juga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa aman untuk menggunakan internet perbankan.

Manfaat adalah adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dapat disimpulkan konteks dari penelitian ini bahwa manfaat dalam *internet banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *internet banking*.

Kemudahan penggunaan adalah sebagai tingkat dimana seseorang meyakini, bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk dapat melakukannya. Konsep pengaruh kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kepercayaan

Menurut Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya. Oleh karena itu membangun kepercayaan kepada nasabah adalah sangat sulit jadi mengutamakan terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Dalam penelitian ini pengaruh kepercayaan diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

1. Transaksi dengan *internet banking* aman untuk digunakan
2. Pembayaran yang dilakukan melalui *internet banking* akan aman
3. Informasi yang disediakan layanan *internet banking* sangat akurat
4. Kemajuan teknologi meningkatkan keamanan *internet banking*

Manfaat

Menurut Perkins dan Annan (2013:11) mendefinisikan manfaat adalah mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah mereka bayarkan. Manfaat dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh penggunanya. Dalam penelitian ini pengaruh manfaat diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

1 Internet banking meningkatkan kinerja layanan perbankan
2.Layanan *internet banking* lebis efisien untuk melakukan transaksi perbankan
3. Internet banking membantu komunikasi dengan bank menjadi mudah
4. Layanan *internet banking* sangat lengkap dan sesuai kebutuhan nasabah

Kemudahan Penggunaan

Menurut Thatit Mahendra (2014) persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya. Dalam penelitian ini pengaruh kemudahan penggunaan diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

1. Layanan *Internet banking* sangat mudah dipelajari
2. *Internet banking* sangat mudah untuk digunakan
3. Berinteraksi dengan menggunakan *Internet banking* mudah untuk dimengerti
4. Bertransaksi dengan menggunakan *Internet banking* mudah untuk digunakan

Niat

Menurut Niat merupakan suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Dimana proses jiwa menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini niat diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

1. Saya lebih memilih mengakses *internet banking* Bank CIMB Niaga daripada *internet banking* bank lain.
2. Saya memiliki akses *internet banking* akan selalu mengecek atau mencari informasi tentang tabungannya.
3. Saya memiliki aplikasi *internet banking* akan digunakan untuk bertransaksi via *phone*.

Hubungan Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan

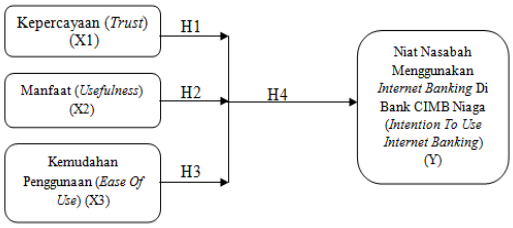
Kepercayaan adalah dimana seseorang memiliki keyakinan pada orang lain. Ketika seseorang itu mengambil keputusan, maka nasabah akan lebih memilih keputusan tersebut berdasarkan pilihan dari orang yang dapat dipercaya daripada orang yang ia tidak percaya. Kepercayaan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan *internet banking*. Bahwa sistem *internet banking* mudah digunakan, aman, dan tidak merugikan.

Hubungan Pengaruh Manfaat terhadap Niat Menggunakan

Persepsi manfaat adalah dimana seseorang itu mengetahui bahwa penggunaan suatu teknologi itu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Ada beberapa manfaat dalam menggunakan *internet banking* yaitu memudahkan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan memudahkan medapatkan laayanan perbankan yang lebih cepat.

Hubungan Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan

Kemudahan penggunaan adalah sesuatu yang dapat mudah dipahami dan memperlancar sesutu. Atas dasar definisi tersebut kemudahaan menggunakan layanan *internet banking* berarti mudah memahami bila bertransaksi. Kemudahan bertransaksi sangat penting bagi pengguna *internet banking* dengan hemat waktu dan baiaya yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dalam jaringan internet. Niat seseorang untuk menggunakan *internet banking* juga didorong oleh persepsi kemudahan penggunaan.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

<u>Hipotesis Penelitian</u>

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan, maka hipotesis di rumuskan sebagai berikut :

H1 : Pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H2 : Pengaruh manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H3 : Pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap

niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H4 : Pengaruh kepercayaan, pengaruh manfaat, dan pengaruh kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 72). Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteritik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu (Sugiyono,2010).

Sampelnya di ambil dari beberapa nasabah Bank CIMB Niaga di surabaya dan di ambil 80 sampel besar (responden) dalam penelitian ini dan kriteria responden dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah nasabah bank CIMB Niaga di Surabaya, usia miniml 19 tahun, bertempat tinggal di Surabaya.

Menurut Rosady Ruslan (2010:157), untuk menentukan ukuran sampel rumus yang digunakan dapat digambarkan sebagai berikut :

N = 50 + 8 (m) = 50 + (8 x 3) = 74

Keterangan : N : $\sum sampel$

(m) : Variabel Bebas

Suatu sampel yang baik harus memenuhi persyaratan mengenai “ukuran” (besarnya) adalah cukup “memadai” yang tergantung kepada sifat populasi dengan tujuan penelitian. Menurut Rosady Ruslan (2010) menyatakan bahwa semakin besar sampel diambil, maka akan semakin kecil terjadi kemungkinan salah dalam menarik kesimpulan tentang populasi. Untuk penelitian yang menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel yang terkecil adalah 30 subjek/objek. Jumlah sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 110 sampel sebagai salah satu alternatif jika terjadi *Error Sample* yang terdiri dari 30 sampel kecil dan 80 sampel besar, karena jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian adalah tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik *non random sampling*. Menurut Rosady Ruslan (2010:157), teknik pengambilan sampel menggunakan *Metode Purposive Sampling* yaitu, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian.

Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei secara langsung.Metode survei yang dilakukan, yaitu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Mensurvei adalah mengajukan pernyataan kepada orang-orang untuk dijawab lalu dianalisis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi variabel dependen yaitu niat nasabah (NN) dan variabel independen yaitu terdiri dari pengaruh kepercayaan (PK), pengaruh manfaat (PM), dan kemudahan penggunaan (KP).

Definisi Operasional

a. Kepercayaan (X1)

Definisi kepercayaan adalah pendapat responden tentang keinginan untuk mempercayai *Internet Banking* sebagai layanan yang dapat dipercayai untuk digunakan sebagai alat transaksi. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Perkins dan Annan (2013:104) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan adalah :

1.Transaksi dengan *internet banking* aman untuk digunakan

2. Pembayaran yang dilakukan melalui *internet banking* akan aman

3. Informasi yang disediakan layanan *internet banking* sangat akurat

4. Kemajuan teknologi meningkatkan keamanan *internet banking*

b. Manfaat (X2)

Pengaruh manfaat merupakan mempunyai nilai yan bermanfaat yang akan meningkatkan kinerja dari penggunaan *internet banking*. Sesuai dengan penelitian sebelumnya (Perkins dan Annan, 2013:104). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel manfaat adalah :

1. *Internet banking* meningkatkan kinerja layanan perbankan

2. Layanan *internet banking* lebis efisien untuk melakukan transaksi perbankan

3. Internet banking membantu komunikasi dengan bank menjadi mudah

4. Layanan *internet banking* sangat lengkap dan sesuai kebutuhan nasabah

c. Kemudahan Penggunaan (X3)

Pengaruh kemudahan penggunaan adalah pendapat responden tentang kemudahan penggunaan *internet banking* Bank CIMB Niaga yang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi itu mudah.

1. Mudah dipelajari dan dipahami terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan sangat mudah dapat mempelajari isi dan cara menggunakan *internet banking*.

2. Mudah digunakan sesuai dengan keinginan nasabah yang menyatakan bahwa dalam menggunakan *internet banking* dengan mudah sesuai yang di inginkan oleh nasabah.

3. Meningkatkan keterampilan pengguna terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan mudah untuk meningkatkan keterampilannya dalam menggunakan *internet banking*.

4. Mudah di operasikan terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa sangat mudah untuk mengoperasikan *internet banking*.

d. Niat Nasabah (Y)

Niat nasabah adalah pendapat responden tentang niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga dalam suatu keinginan dan keputusan untuk melakukan dan memutuskan suau perilaku atau niat tertentu, jika mempunyai niat atau berkeinginan untuk melakukannya.

1. Memilih akses *internet banking* Bank CIMB Niaga terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa lebih memilih mengakses *internet banking* Bank CIMB Niaga daripada *internet banking* bank lain.

2. Nasabah mengecek dan mencari informasi terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa dengan memiliki akses *internet banking* akan selalu mengecek atau mencari informasi tentang tabungannya.

3. Dalam bertransaksi terhadap penilaian nasabah yang menyatakan bahwa memiliki aplikasi *internet banking* akan digunakan untuk bertransaksi via *phone*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif menjelaskan mengenai kontribusi masing-masing variabel yaitu variabel dependen yaitu niat nasabah untuk menggunakan dan variabel independen terdiri dari pengaruh kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan.

Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Kepercayaan

Tabel 1
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Kepercayaan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PK1	3,78	Setuju
PK2	3,78	Setuju
PK3	4,20	Setuju
PK4	3,80	Setuju
Mean	3,89	Setuju

Sumber :data diolah

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan PK3 sebesar 4,20 yang termasuk dalam kategori "setuju" dengan isi pernyataan "informasi yang disediakan layanan *internet banking* Bank CIMB Niaga sangat akurat". Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan PK1 sebesar 3,78 yang termasuk dalam kategori "setuju" dengan isi pernyataan "bertransaksi dengan *internet banking* Bank CIMB Niaga aman untuk digunakan ". Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Pengaruh Kepercayaan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.89 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Pengaruh Kepercayaan dan termasuk dalam kategori "setuju".

Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Manfaat

Tabel 2
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Manfaat

Pernyataan	Mean	Penilaian
PM1	3,82	Setuju
PM2	4,24	Sangat Setuju
PM3	3,80	Setuju
PM4	3,80	Setuju
Mean	3,91	Setuju

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan M2 sebesar 4,24 yang termasuk dalam kategori "sangat setuju" dengan isi pernyataan "Layanan *Internet Banking* Bank CIMB Niaga lebih efisien untuk melakukan transaksi perbankan". Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan M3 sebesar 3,80 yang termasuk dalam kategori "setuju" dengan isi pernyataan "*Internet Banking* Bank CIMB Niaga membantu komunikasi dengan baik menjadi mudah". Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Manfaat dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.91 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Manfaat dan termasuk dalam kategori "setuju".

Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Kemudahan Penggunaan

Tabel 3
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Kemudahan Penggunaan

Pernyataan	Mean	Penilaian
KP1	3,80	Setuju

KP2	3,92	Setuju
KP3	4,24	Sangat Setuju
KP4	3,80	Setuju
Mean	3,94	Setuju

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan KP3 sebesar 4,24 yang termasuk dalam kategori "sangat setuju" dengan isi pernyataan "Dalam Menggunakan *Internet Banking* Bank CIMB Niaga Meningkatkan Ketrampilan Saya". Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan KP1 sebesar 3,80 yang termasuk dalam kategori "setuju" dengan isi pernyataan "Saya mudah mempelajari dan memahami *Internet Banking* Bank CIMB Niaga". Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Kemudahan Penggunaan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.94 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Kemudahan Penggunaan dan termasuk dalam kategori "setuju".

Analisis Deskriptif Variabel Niat Nasabah

Tabel 4
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Niat Nasabah

Pernyataan	Mean	Penilaian
NN1	3,80	Setuju
NN2	3,92	Setuju
NN3	4,24	Sangat Setuju
Mean	3,98	Setuju

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil tanggapan responden yang memiliki *mean* tertinggi adalah pada pernyataan NN3 sebesar 4,24 yang termasuk dalam kategori "sangat setuju" dengan isi pernyataan "Saya yang memiliki *Internet Banking* akan menggunakannya untuk bertransaksi via *phone*". Sedangkan tanggapan responden yang memiliki *mean* terendah adalah pada pernyataan NN1 sebesar 3,80 yang termasuk dalam kategori "setuju" dengan isi pernyataan "Saya lebih berniat *Internet Banking* Bank CIMB Niaga dari pada *internet banking* Bank lain". Secara keseluruhan hasil tanggapan responden untuk variabel Niat Nasabah dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2.99 yang menunjukkan penilaian untuk seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Niat Nasabah dan termasuk dalam kategori "setuju".

Uji Multikolonieritas

Tabel 5
MULTIKOLONIERITAS DENGAN VIF

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kepercayaan	0,246	4,060	Tidak Adanya Multikolonieritas
2	Manfaat	0,145	6,887	Tidak Adanya Multikolonieritas
3	Kemudahan Penggunaan	0,202	4,948	Tidak Adanya Multikolonieritas

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan nilai tolerance seluruh variabel bebas dalam penelitian ini >0,10 yang menunjukkan bahwa dari semua variabel bebas tidak adanya gejala multikolonieritas. Nilai VIF seluruh variabel dalam penelitian ini juga menunjukkan nilai <10, yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas yang satu dengan dengan variabel bebas yang lainnya dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 6
HASIL UJI NORMALITAS

ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOW TEST

	Unstandardized Residual
N	80
Normal Parameters Mean	.0000000
Std. Dev	.41201315
Most Ext DifferensAbsolute	.192
Positive	.192
Negative	-.143
Kolmogorov-Sminov Z	1.714
Asymp. Sig. (2-tailed)	.006

Sumber :data diolah.

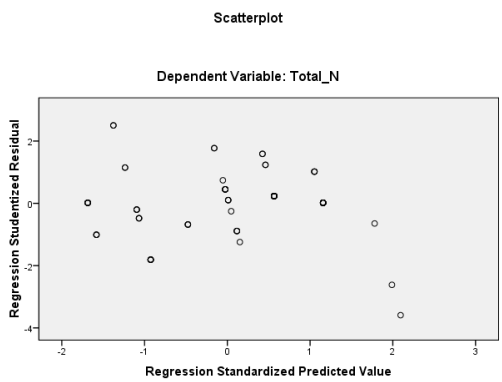
Dalam pengujian hipotesis untuk uji normalitas terdapat kriteria sebagai berikut ini :

H0 : Residual regresi berdistribusi normal

H1 : Residual berdistribusi tidak normal

Berdasarkan Tabel uji normalitas diatas bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,006, maka nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu 0,006 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau data berdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber :data diolah

Gambar 2
CATTERPLOT UJI HETEROSKEDASTISITAS

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa gambar tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar yang artinya gambar tersebut menunjukan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	**Nilai β**
Pengaruh Kepercayaan	187
Manfaat	-247
Kemudahan Penggunaan	85
a	-500
e	176

Sumber :data diolah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

1. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :
   $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$
   NN = -500 + 187 PK + (-247) M + 851 KP + 176
2. Konstansta (α) = -500 menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan = 0, maka Niat Nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya sebesar 4.849 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai 0.
3. Koefisien Pengaruh Kepercayaan (PK) = 187 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* CIMB Niaga semakin baik pada aspek ini yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga di Surabaya.
4. Koefisien Pengaruh Manfaat (PM) = -247 menunjukkan bahwa adanya

hubungan yang negatif antara Manfaat terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* CIMB Niaga di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya manfaat dalam penggunaan yang dirasakan oleh nasabah atau penguna *internet banking* CIMB Niaga.

5. Koefisien Kemudahaan Penggunaan (KP) = 851 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* CIMB Niaga di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa pada aspek Kemudahan Penggunaan yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga di Surabaya sudah baik.
6. Error (e) = 176 menunjukkan bahwa error meningkat sebesar satu-satuan, maka akan mengalami peningkatan pada variabel lain diluar variabel bebas sebesar 176.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
UJI R^2
Model Summary[b]

Model	R	R Square
1	0,995	0,989

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi adalahs ebesar 0,995 yang menunjukkan kecenderungan hubungan yang kuat diantara variabel yang diteliti. Koefisien Determinasi (R *Square*) sebesar 0,989 menunjukkan bahwa sebesar 98,9% variabel dependen disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya sebesar 1,1% disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 9
HASIL UJI F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	244,257	3	81,419	2,352E3	0,000
Residual	2,631	76	.035		
Total	246,888	79			

Sumber :data diolah.

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa dari uji ANOVA atau uji f terdapat f hitung sebesar 2.352E3 dengan nilai signifikansi 0,000 < nilai sig. <0,05 hal ini membuktikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dari hasil output tersebut dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Hasil Analisis Dan Pembahasan

Tabel 10
HASIL UJI PARSIAL UJI T

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
PK	000	< 0,05	Signifikan
PM	000	< 0,05	Signifikan
KP	000	< 0,05	Signifikan

Sumber :data diolah.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Nasabah

Hipotesis pertama pada variabel pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB

Niaga di Surabaya. Berdasarkan hasil uji t pada variabel pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya atau dapat dikatakan bahwa jika kepercayaan pada fasilitas *internet banking* meningkat, maka niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Naiag akan meningkat pula.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99) yang berjudul "*Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Impications for Bank Managers*". Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pada variabel bebas pengaruh kepercayaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat niat nasabah pengguna *internet banking*. Pada teori yang telah dijelaskan juga menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan mempengaruhi niat nasabah pengguna *internet banking* adalah positif dapat didukung kebenarannya sesuai dengan teori yang digunakan.

Pengaruh Manfaat terhadap Niat Nasabah

Hipotesis kedua pada variabel pengaruh manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Berdasarkan hasil uji t pada variabel manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya atau dapat dikatakan bahwa jika manfaat pada fasilitas *internet banking* meningkat, maka niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Naiag akan meningkat pula.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99) yang berjudul "*Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Impications for Bank Managers*". Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pada variabel bebas pengaruh manfaat memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat niat nasabah pengguna *internet banking*. Pada teori yang telah dijelaskan juga menyatakan bahwa pengaruh manfaat mempengaruhi niat nasabah pengguna *internet banking* adalah positif dapat didukung kebenarannya sesuai dengan teori yang digunakan.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Nasabah

Hipotesis ketiga pada variabel pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Berdasarkan hasil uji t pada variabel pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, dengan demikian dinyatakan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya atau dapat dikatakan bahwa jika kemudahan penggunaan pada fasilitas *internet banking* meningkat, maka niat nasabah pengguna *internet banking* Bank CIMB Naiag akan meningkat pula.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99) yang berjudul "*Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Impications for Bank Managers*". Penelitian ini

mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pada variabel bebas pengaruh kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat niat nasabah pengguna *internet banking*. Pada teori yang telah dijelaskan juga menyatakan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan mempengaruhi niat nasabah pengguna *internet banking* adalah positif dapat didukung kebenarannya sesuai dengan teori yang digunakan.

Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

Dalam Tabel 9 hasil Uji F diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan hubungan antara variabel Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Bank CIMB Niaga memiliki nilai sig. 0,000 yang <0,05 hal ini membuktikan bahwa H0 ditolak atau H1 diterima berarti bahwa secara bersama-sama variabel Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Nasabah pengguna *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan yang positif juga akan mempengaruhi niat nasabah pengguna *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya.

Berdasarkan Tabel 8 peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi (R *Square*) sebesar 0,989. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 98,9% variabel dependen disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya sebesar 1,1% disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Di Bank CIMB NIaga Surabaya.
2. Pengaruh Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Di Bank CIMB NIaga Surabaya.
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Di Bank CIMB NIaga Surabaya.
4. Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini sehingga dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa kesulitan saat menyebarkan kuesioner, dikarenakan beberapa dari nasabah pengguna *Internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya tidak menyempatkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner dan kesulitan mendapatkan responden di tempat Bank yang dimana tidak di perbolehkan untuk menyebarkan kuesioner tanpa ada izin tertulis atau proposal dari peneliti.
2. Kesulitan dalam mengolah dan mengumpulkan data responden

Saran

1. Bagi Bank CIMB Niaga Surabaya
   a. Pada variabel pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah mengindikasikan bahwa Bank CIMB Niaga mampu memberikan layanan kepercayaan dalam bentuk fasilitas *internet banking* yang sangat

baik terhadap pengguna atau nasabah Bank CIMB Niaga dan mampu memenuhi harapan nasabah yang memberikan fasilitas *internet banking* dengan baik.

b. Pada variabel pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah mengindikasikan bahwa Bank CIMB Niaga mampu memberikan layanan manfaat dan kemudahan penggunaan dalam bentuk fasilitas *internet banking* yang sangat baik terhadap pengguna atau nasabah Bank CIMB Niaga dan mampu memenuhi harapan nasabah yang memberikan fasilitas *internet banking* dengan baik.

2. Bagi Penelitan Selanjutnya

a. Peneliti selanjutnya untuk dapat menambahakan variabel lain selain variabel-variabel bebas yang dibahas pada penelitian ini yang mempengaruhi pengaruh kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan.

b. Peneliti selanjutnya hendaknya memberikan sejumlah pertanyaan terbuka dalam kuisioner agar data lebih lengkap.

c. Peneliti selanjutnya agar hasil yang lebih maksimal untuk mengambil jumlah responden atau sampel lebih banyak lagi.

DAFTAR RUJUKAN

Ed-Zilla Daniel Perkins Dan Jonathan Annan. 2013. "Factor Affecting The Adoption Of Online Banking In Ghana: Impications For Bank Managers" Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. *International Journal of Business and Social Research, Volume* 3, *No* 6, *June* 2013.

Hayati Nasution, Mislah & Sutisna. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet Banking*. Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda. *Jurnal Nisbah Vol 1 No.1*.

Http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017 (diakses pada 27 september 2017)

Https://www.cimbniaga.com/in/personal/news-and-promotions/news/cimb-niaga laporkan-laba-bersih-konsolidasi-rp640-miliar-per-kua.html (diakses pada tanggal 28 september 2017)

Imam Ghozali. 2013. "Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program *IBM SPSS*21". Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang

Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi Yogyakarta:Andi Offsets.

Michael D. Clemes, Christopher Gan Dan Junhua Du. 2012. "The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking" *Banks and Bank Systems, Volume* 7, *Issue* 3, 2012.

Nuraini. 2013. "Pengaruh kepercayaan, manfaat dan kemudahaan penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Mandiri di Surabaya" Badan Penerbit STIE Perbanas : Surabaya.

Radityo, F.H. 2015. "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking".* Solo : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rosady Ruslan. 2010. "Metode Penelitian: *Public Relations* dan Komunikasi*".* Jurnal Edisi 1. Rajawali Pers : Jakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013, "Perilaku Konsumen di Era Internet". Edisi 1. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Thatit Mahendra. 2014. "Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking:* Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)".* Malang : Universitas Brawijaya.

Www.bi.go.id (diakses pada 27 September 2017

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE
PERBANAS