

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP  
PENGUNAAN *INTERNET BANKING*  
BANK CENTRAL ASIA  
SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Manajemen



Oleh :

**IKLIMATUL KHASANA**

**NIM : 2013210180**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2018**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Iklimatul Khasana  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 26 Maret 1995  
NIM : 2013210180  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Kosentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* Di Bank Central Asia Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Dosen Pembimbing

Tanggal:

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

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal:

**Dr. Muazaroh, SE., M.T**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP  
PENGUNAAN *INTERNET BANKING*  
BANK CENTRAL ASIA  
SURABAYA**

**Iklimatul Khasana**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2013210180@students.perbanas.ac.id](mailto:2013210180@students.perbanas.ac.id)

Jalan Kedinding Lor Gg wijaya kusumaNo 36A Surabaya

**M. Nadjib Usman**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [Nadjib\\_usman@perbanas.ac.id](mailto:Nadjib_usman@perbanas.ac.id)

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

***ABSTRACT***

*Technological developments are increasingly making technology to create the latest innovations in the banking world. Internet based Internet Banking 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 Central Asia 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 Central Asia surabaya. The sampling technique used in this study is purposive sampling, with the criterion of customers over 19 years. The analysis used in this research is using MRA (Moderated Regression Analysis). The results of this study indicate that together the influence of trust, perception of ease of use significantly on usage Internet Banking and security has no effect significantly on usage Internet Banking Bank Central Asia surabaya.*

*Keywords : Trust, perception of ease of use, and security*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak luar biasa pada hampir semua sektor yaitu teknologi internet, tidak terkecuali sektor perbankan. Dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah serta perkembangan teknologi yang semakin pesat, perbankan memenuhi

kebutuhan nasabah dalam bentuk produk perbankan melalui sistem teknologi informasi seperti *Internet Banking*. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di

Indonesia baik bank pemerintah maupun bank swasta.

*Internet Banking* dikenalkan sekitar tahun 2000, dari tahun ke tahun terus diperbaharui baik dari sistemnya maupun produk-produk yang terdapat didalam *Internet Banking* itu sendiri. Sebelum dikenalkan *Internet Banking* kepada masyarakat luas nasabah masih harus antri untuk ke ATM hanya untuk mentransfer uang. Namun sekarang dengan adanya *Internet Banking* nasabah sudah bisa mentransfer uang, mengecek saldo dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan media elektronik seperti hp, laptop, tablet, dan lain-lain.

Dengan menggunakan fasilitas *Internet Banking* memberikan banyak manfaat bagi para nasabah, sehingga tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi. Manfaat lainnya bagi nasabah adalah dapat menghemat waktu dan biaya transportasi. Kemudahan penggunaan dari layanan *Internet Banking* juga memiliki pengaruh terhadap penggunaan *Internet Banking* yaitu memudahkan nasabah untuk mengelola akun setiap saat dan dimanapun, kapanpun dengan biaya yang minimum dan faktor keamanan mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi penggunaan *Internet Banking*. Misalnya informasi yang disediakan oleh layanan *Internet Banking* sangat akurat, informasi berpengaruh terhadap pengguna *Internet Banking* yaitu memudahkan nasabah untuk mengelola akun setiap saat dan dimanapun dengan biaya yang minimum. Bagi nasabah *Internet Banking* memberi mereka fleksibilitas yang lebih tinggi pilihan

yang menghemat waktu dan tenaga mereka, (Tan dan Teo 2000). Pengguna internet banking tidak perlu melakukan perjalanan jauh yang dibatasi oleh jam buka (Polasik dan Wisniewski 2009). Pengguna *Internet Banking* hanya dengan klik informasi keuangan terbaru yang sangat penting bagi nasabah korporat yang membutuhkan informasi terkini pengambilan keputusan yang akurat dalam pengelolaan keuangan (Tan dan Teo 2000). Pribadi nasabah sangat terjaga kerahasiaannya dan semakin pesat kemajuan teknologi akan meningkatkan keamanan *Internet Banking*.

Model penerimaan teknologi (TAM) adalah teknologi informasi yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis, F.D. (1989) yang mengemukakan bahwa pemakaian E-Banking selain dapat memudahkan dalam bertransaksi, E-Banking juga berperan penting dalam kebutuhan nasabah yang tidak sempat untuk ke bank.

Menurut Poon (2007;157), *Internet Banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. jika, dibandingkan dengan transaksi perbankan yang lebih rumit lainnya *Internet Banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Farizi dan Syaefullah 2014) mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat

melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakannya.

*Internet Banking* Bank Central Asia (BCA), yang dikenalkan sejak tahun 2001. Adapun tingkat penggunaan internet banking Bank Central Asia yang dikenal dengan nama "Klik BCA" ini sangat tinggi. Berdasarkan laporan tahunan Bank Central Asia tahun 2009, tercatat peningkatan sebesar 20% untuk jumlah transaksi melalui KlikBCA dari 135 juta transaksi menjadi 162 juta transaksi dengan total transaksi senilai Rp114,6 triliun. Karena, Bank Central Asia ini mampu menyaingi bank komersial lainnya. Dalam pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan jasa *Internet Banking* Bank Central Asia. Saat ini internet banking telah berkembang sangat pesat dimana semua nasabah telah menggunakan layanan ini dalam bertransaksi. Namun, fenomena yang terjadi baru-baru ini tahun 2015 seorang nasabah Bank Central Asia telah mengalami kebobolan sebesar Rp13 juta yang disebabkan mulanya pada saat ia akan login untuk bertransaksi melalui *Internet Banking* Bank Central Asia, muncul tampilan sinkronisasi token dan menyebabkan komputernya mengalami gangguan. Setelah komputer di restart dan kembali login ke *Internet Banking*

Bank Central Asia, mendapati uangnya telah berkurang sebesar Rp 13 juta. Menanggapi masalah ini PT Bank Central Asia meminta pada nasabahnya untuk berhati-hati bila muncul sinkronisasi token dilayar saat membuka *Internet Banking*. Karena, konfirmasi token tersebut sama sekali bukan berasal dari Bank Central Asia dan bukan tahapan transaksi yang harus dilakukan.

Kemunculan "konfirmasi token" saat membuka *Internet Banking* Bank Central Asia disebabkan karena komputer nasabah sudah terkena virus atau malware. Penyebaran malware yang sangat membahayakan pengguna *Internet Banking* memang sangat marak di dunia online. Hal itu membuat tampilan "konfirmasi token" terus muncul dengan tulisan "Sinkronisasi Token KEYBCA".

Pihak Bank Central Asia sudah melakukan sosialisasi terhadap temuan tersebut. Jika nasabah tidak mengamankan diri di dunia online, data nasabah bisa dicuri lalu digunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Ialu merekomendasikan supaya nasabah segera menghubungi Halo BCA 500-888 bila ada yang aneh terkait masalah perbankan Bank Central Asia.

## **KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

### **Kepercayaan**

Kepercayaan yang didefinisikan oleh suatu asas yang menyatakan bahwa usaha bank dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara bank dengan nasabahnya. Bank tempat nasabah

mempercayakan dananya untuk ditabung atau di investasikan dengan dana dari masyarakat yang disimpan atas unsur dasar kepercayaan masyarakat, sehingga setiap bank menjaga kesehatannya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat padanya. Item-item kepercayaan yang dapat diukur sebagai berikut:

1. Kemampuan perbankan memberi pelayanan dan kepercayaan bagi nasabah
2. Kebaikan yang diberikan bank bagi nasabah
3. Tidak merugikan nasabah

#### **Persepsi Kemudahan penggunaan**

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan oleh pendapat responden tentang keyakinan responden dalam menggunakan *Internet Banking* akan memudahkan seluruh aktifitasnya. Responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *Internet Banking*. Item-item persepsi kemudahan yang dapat dikur sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah dimengerti
3. Mudah digunakan

#### **Keamanan**

Keamanan yang didefinisikan oleh keamanan yang berfokus pada keamanan data informasi dari jaringan dan isinya *Internet Banking*, dan dijamin keamanannya dalam melakukan segala transaksi apapun.

#### **Penggunaan Internet banking**

Penggunaan yang didefinisikan oleh salah satu factor penggunaan *Internet Banking* dalam jasa perbankan untuk melakukan segala kegiatan dalam bertransaksi, berkomunikasi dan melakukan

transaksi perbankan lainnya melalui jaringan internet.

#### **Pengaruh Kpercayaan terhadap Penggunaan *Internet Banking* Bank Central Asia Surabaya**

kepercayaan nasabah pada *Internet Banking BCA* termasuk Keandalan dari *Internet Banking* mewakili keyakinan bahwa *Internet Banking* akan memberikan nilai yang menjanjikan dan kepercayaan mengacu pada posisi dari persepsi kemudahan penggunaan untuk menempatkan kepentingan nasabah sebagai pertimbangan utama. Nasabah yang memiliki komitmen pada *Internet Banking* akan mempunyai kepercayaan yang kuat untuk memberikan kesetiaan pada nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pada *Internet Banking Bank BCA* maka, semakin besar pula kesetiaan nasabah pada kualitas *Internet Banking*.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Internet Banking* Central Asia Surabaya**

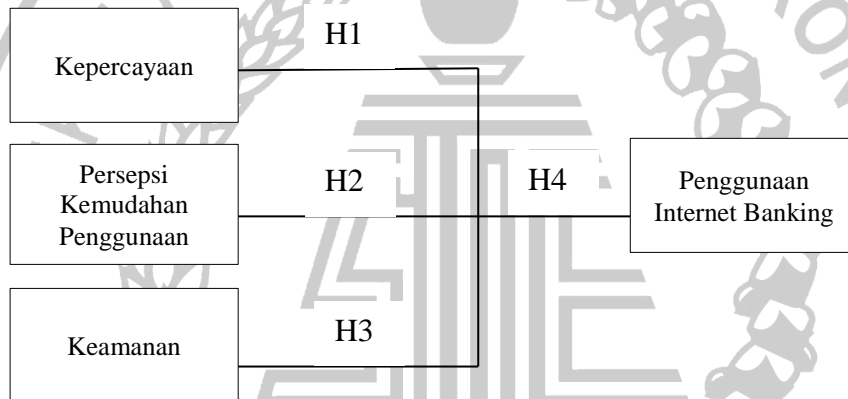
Persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi. Teknologi informasi yang dijadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah teknologi *Internet Banking*. *Internet Banking* merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi

#### **Pengaruh Keamanan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* Bank Central Asia Surabaya**

*Internet Banking* harus memperkuat tingkat keamanan terhadap penggunaan *Internet Banking* untuk menarik nasabah. Samer Takieddine, Jun Sun tahun 2015 yang berjudul *Electronic Commerce Research and Applications* keamanan pada penggunaan *Internet Banking* teknologi informasi yang dijadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah teknologi *Internet Banking*. *Internet Banking* merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang

memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi. Nasabah yang yakin akan keamanan *Internet Banking* bank central asia maka akan mempengaruhi penggunaan *Internet Banking*

akurat dan relevan. Pembaharuan website internet banking sesuai dengan perkembangan waktu dan kebutuhan dan web internet banking menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.



Sumber: Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi, Samer Takieddine, Jun Sun, Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

- H<sub>1</sub> : Kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya
- H<sub>2</sub> : Presepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya
- H<sub>3</sub> : Keamanan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya
- H<sub>4</sub> : Kepercayaan, persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji hipotesis yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan sumber datanya maka penelitian ini termasuk penelitian primer, dimana data primer didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Sedangkan berdasarkan jenis pengambilan data maka, penelitian ini termasuk kedalam penelitian survey. Penelitian survey merupakan penelitian yang hampir sama dengan kegiatan pengamatan, namun diikuti dengan pengajuan pertanyaan dari peneliti kepada subyek peneliti.

## Pegukuran variabel

Pada pengukuran penelitian kali ini menggunakan skala dengan pengukuran interval *class* untuk sikap, pendapat maupun persepsi seseorang mengenai objek fenomena sosial dalam variabel penelitian yang akan diuji, yakni dengan menggunakan skala 5Likert (Sugiyono, 2016 : 93). Adapun nilai dari skala tersebut sebagai berikut:

1. Skor 1 dengan jawaban (sangat tidak setuju)
2. Skor 2 dengan jawaban (tidak setuju)
3. Skor 3 dengan jawaban (netral)
4. Skor 4 dengan jawaban (setuju)
5. Skor 5 dengan jawaban (sangat setuju)

Dalam penentuan intervalnya menggunakan rumus sebagai berikut

$$\frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

**Tabel 1**  
**INTERVAL KELAS**

Interval	Skor	Keterangan
$4,20 < a \leq 5,00$	5	Sangat Setuju
$3,40 < a \leq 4,20$	4	Setuju
$2,60 < a \leq 3,40$	3	Netral
$1,80 < a \leq 2,60$	2	Tidak Setuju
$1,00 < a \leq 1,80$	1	Sangat tidak setuju

Sumber: Imam Ghozali, 2012

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### Pengaruh Kepercayaan (PK)

Kepercayaan yang didefinisikan oleh suatu asas yang menyatakan bahwa

usaha bank dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara bank dengan nasabahnya. Bank tempat nasabah mempercayakan dananya untuk ditabung atau diinvestasikan dengan dana dari masyarakat yang disimpan



atas unsur dasar kepercayaan masyarakat, sehingga setiap bank menjaga kesehatannya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat padanya. Item-item kepercayaan yang dapat diukur sebagai berikut:

1. Kemampuan perbankan memberi pelayanan dan kepercayaan bagi nasabah
2. Kebaikan yang diberikan bank bagi nasabah
3. Tidak merugikan nasabah

#### **Kemudahan Penggunaan (PKP)**

Persepsi kemudahan didefinisikan oleh pendapat responden tentang keyakinan responden dalam menggunakan *Internet Banking* akan memudahkan seluruh aktifitasnya. Responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *Internet Banking*. Item-item persepsi kemudahan yang dapat diukur sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah dimengerti
3. Mudah digunakan

#### **Keamanan(K)**

Keamanan yang didefinisikan oleh keamanan yang berfokus pada keamanan data informasi dari jaringan dan isinya *Internet Banking*, dan dijamin keamanannya dalam melakukan segala transaksi apapun. Item-item keamanan yang dapat diukur sebagai berikut:

1. Terjaga kerahasiannya
2. Informasi akurat
3. Keamanandalam bertransaksi

#### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas

obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:61-62). Populasi dalam penelitian ini adalah penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia di Surabaya.

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai populasi adalah semua nasabah Bank Central Asia di Surabaya yang menggunakan *Internet Banking*. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2015:62). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Central Asia di Surabaya yang menggunakan *Internet Banking* jumlah sampel yang ditentukan 80 responden.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *non probability sampling* dengan model pengambilan secara *purposive sampling*. *Non Probability Sampling* merupakan teknik yang dilakukan dengan tidak member kesempatan serta peluang untuk populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:84). *Judgement Sampling* merupakan jenis *non probability sampling* yang akan digunakan untuk menentukan sampel.

1. Bertempat tinggal di Surabaya
2. Pengguna *Internet Banking*
3. Berusia diatas 19 tahun lebih

#### **Data dan Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner, yaitu pengumpulan data dari pertanyaan yang telah dibuat

pada formulir dan diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi. Lima skala likert yang telah diberikan dapat mempermudah responden untuk menjawab kuesioner tersebut. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

1. Menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah ditentukan.
2. Responden mengisi lembar jawaban kuesioner yang diajukan oleh peneliti.
3. Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian diolah dan dianalisis oleh peneliti.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel bebas. Linier berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

#### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Tabel 2 adalah gambaran mengenai karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan yang menggunakan internet banking Bank Central Asia Surabaya memiliki presentase 50% sedangkan laki-laki yang

menggunakan internet banking Bank Central Asia memiliki presentase sebesar 50%. Hal tersebut menjelaskan bahwa jenis kelamin perempuan dan laki laki memiliki jumlah yang seimbang.

Karakteristik responden berdasarkan usia bisa diharapkan untuk dapat menggambarkan usia responden yang sudah menggunakan *Internet Banking*, dapat diketahui pengguna Internet Banking rata-rata didominasi oleh responden yang memiliki karakteristik usia dengan jumlah terbanyak yaitu usia 19-25 tahun dengan jumlah 23 orang dengan presentase sebesar 29%. Sedangkan pada presentase yang lainnya memiliki usia >25-35 tahun mempunyai jumlah sebesar atau 20 orang dengan presentase sebesar 25%. Presentase usia >35-45 tahun sejumlah 13 orang dengan presentase 16% usia >45-55 tahun sejumlah 13 orang dengan presentase sebesar 16% dan terdapat yang paling rendah usia >55 tahun sejumlah 11 orang dengan presentase sebesar 14%. Karakteristik berdasarkan pendidikan dengan jumlah terbanyak terdapat pada pendidikan SLTA yang memiliki rata-rata presentase 49% atau 39 orang. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan pendidikan S1 34% atau 27 orang. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan dengan jumlah terkecil berada pada pendidikan Diploma dengan presentase 17% atau 14 orang dan pendidikan S2 dengan presentase 0%. Karakteristik pengguna internet banking berdasarkan pekerjaan dengan jumlah terbanyak berada pada pekerjaan pegawai swasta dengan jumlah presentase 38% atau

30 orang. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang lainnya berada pada Pel/Mahasiswa dengan presentase 15% atau 12 orang. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dengan jumlah terkecil berada pada pekerjaan wiraswasta dengan presentase 15% atau 12 orang dan pekerjaan pegawai negeri dengan presentase 32% atau 26 orang. Karakteristik jumlah responden yang paling tinggi telah lama menggunakan internet banking Bank Central Asia selama 3-6 bulan terakhir dengan presentase 31% atau 25 orang dan 7-11 bulan dengan presentase 25% atau 20 orang. Sedangkan lama menggunakan

internet banking Bank Central Asia terendah yaitu >3 tahun terakhir dengan jumlah presentase 38% atau 13 orang. Responden pengguna internet banking lama menggunakan lainnya adalah 1-3 tahun terakhir dengan jumlah presentase 16% atau 22 orang. seberapa sering responden yang melakukan transaksi internet banking selama 2 kali sebulan dengan presentase sebesar 37% atau 30 orang. Sedangkan responden yang seberapa sering melakukan transaksi terendah yaitu selama 3 kali sebulan dengan presentase 25% atau 20 orang.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Penelitian**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Perempuan	40	40 %
	Laki-laki	40	40 %
Usia	19-25 tahun	23	29 %
	>25-35 tahun	20	25 %
	>35-45 tahun	13	16 %
	>45-55 tahun	13	16 %
	>55 tahun	11	14 %
Pendidikan	SLTA	39	49 %
	Diploma	14	17 %
	S1	27	34 %
	S2	0	0 %
Pekerjaan	Pel/Mahasiswa	12	15 %
	Pegawai Swasta	30	38 %
	Wiraswasta	12	15 %
	Pegawai Negeri	26	32 %
Lama Menggunakan	3-6 bulan terakhir	25	31 %
	7-11 bulanterakhir	20	25 %
	1-3 tahun terakhir	22	16 %
	>3 tahun terakhir	13	38 %
Transaksi	2 kali sebulan	30	37 %
	3 kali sebulan	20	25 %
	>3 kali sebulan	30	38 %

## HASIL UJI ASUMSI KLASIK

### Uji normalitas

bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali, 2013:160). Untuk menguji apakah data berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan  $>0,05$ .

H0: Residual regresi berdistribusi normal

H1: Residual berdistribusi tidak normal

Uji normalitas bahwa nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,189, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,189 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima atas data berdistribusi secara normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**HASIL UJI NORMALITAS**  
**ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.50261436
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.116
Kolmogorov- Smirnov Z		1.085
Asymp.Sig. (2-tailed)		.189

### Uji Multikolonieritas

Digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi baik tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikorelasi didalam suatu model regresi yang dapat dilakukan dengan menghitung nilai VIF dibawah 10 sehingga menunjukkan tidak adanya

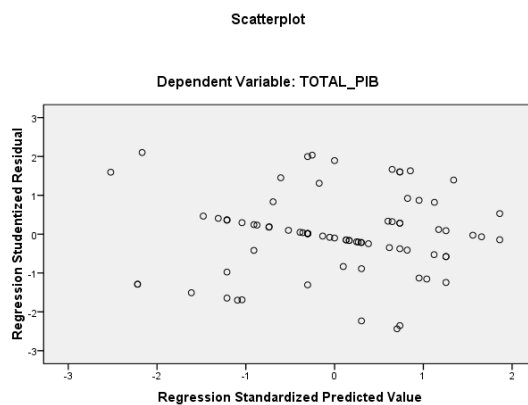
multikorelasi. Berdasarkan Tabel 4 nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikorelasi

**Tabel 4**  
**HASIL UJI MULTIKOLINERITAS**  
**DENGAN VIF**

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kepercayaan	0.975	1.026	Tidak Adanya Multikolonieritas
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.948	1.055	Tidak Adanya Multikolonieritas
3	Keamanan	0.936	1.068	Tidak Adanya Multikolonieritas

Uji Heteroskedastisitas  
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain.

Untuk mendeteksi model regresi adalah jika variabel bebas lebih kecil dari 0,05 mempengaruhi variabel terikat, maka terjadi heteroskedastisitas. Dapat dilihat pada Gambar 2:



**Gambar 2**

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

**HASIL ANALISIS LINIER BERGANDA**

Pada penelitian ini untuk analisis data statistik yang dilakukan dengan

menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui Pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ), Persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), Keamanan ( $X_3$ ), dan Penggunaan Internet banking ( $Y$ ). Dalam analisis regresi linier berganda SPSS 16.0 dengan melihat Tabel *coefficient*<sup>d</sup>. Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan

hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut

**Tabel 5**  
**HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA**

Variabel	Nilai $\beta$
Kepercayaan	0,297
Persepsi Kemudahan Penggunaan	-0,250
Keamanan	0,173
A	9,330
E	2.293

Dari Tabel 5 diatas persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 9,330 + X_1 0,297 - X_2 0,250 + X_3 + 0,173 + 2,293$$

2. Konstanta ( $\alpha$ ) = 9,330  
Menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu apabila seluruh variabel independen sama dengan nol maka variabel dependen bernilai sebesar 9,330

3.  $\beta_1 = 0,297$  Menunjukkan apabila variabel PK (Pengaruh Kepercayaan) meningkat sebesar satu satuan skor, maka variabel PIB (Penggunaan Internet banking) akan meningkat sebesar 0,297.

4.  $\beta_2 = -0,250$  Menunjukkan bahwa variabel PKP (Persepsi Kemudahan Penggunaan) meningkat sebesar satu satuan skor, maka variabel PIB (Penggunaan Internet Banking) akan meningkat pula sebesar -0,250.

5.  $\beta_3 = 0,173$  Menunjukkan bahwa apabila variabel K (Keamanan) meningkat sebesar satu satuan skor, maka variabel PIB (Penggunaan Internet Banking) akan mengalami peningkatan sebesar 0,173.

#### Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, keamanan bersama-sama berpengaruh terhadap Penggunaan Internet Banking Bank Central Asia Surabaya. Uji ini berpengaruh sig < 0,05

**Tabel 6**  
**HASIL UJI SIMULTAN (UJI F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	R	R Square
Regression	25,830	3	8,610	3,669	0,016	0.356	0.126
Residual	178,370	76	2,347				
Total	204,200	79					

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa dari uji ANOVA atau uji F terdapat F hitung sebesar 3,669 dengan nilai signifikansi 0,016 nilai sig <0,05 hal ini membuktikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dari hasil output tersebut dapat disimpulkan bahwa Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan Internet

banking Bank Central Asia Surabaya.

**Uji t**

Uji t digunakan untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh parsial antara Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kemudahan penggunaan, keamanan terhadap Penggunaan Internet Banking Bank Central Asia Surabaya.

**Tabel 7**  
**HASIL UJI t**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,330	2,293		4,070	0,000
TOT_PK	0,297	0,128	0,252	2,318	0,023
TOT_PKP	-0,250	0,128	-0,215	-1,951	0,055
TOT_K	0,173	0,109	0,176	1,586	0,117

Berdasarkan Tabel 7 terlihat dari hasil uji t variabel pengaruh kepercayaan dengan angka signifikansi sebesar 0,023 (<0,05) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima diartikan bahwa pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan internet banking. Variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan angka signifikansi sebesar 0,055 (>0,05) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak dapat diartikan bahwa keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan internet banking. Untuk variabel keamanan dengan angka signifikansi sebesar 0,117 (>0,05) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan positif

terhadap penggunaan internet banking.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Model dalam menerangkan variasi variabel independen. Menurut (Imam Ghazali, 2013:97) menjelaskan bahwa nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

**Tabel 8**  
**UJI  $R^2$**   
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,356	0,126	0,092	1.532

Berdasarkan Tabel 8 nilai  $R^2$  dalam penelitian ini sebesar 0,126 yang menjelaskan bahwa variabel pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan dapat mempengaruhi penggunaan internet banking sebesar 12,6% dan sisanya sebesar 87,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel peneliti.

#### **Pembahasan**

Berikut adalah uraian pembahasan dari masing-masing variabel tersebut

#### **Pengaruh Kepercayaan Penggunaan Internet Banking Bank Central Asia Surabaya**

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan dari hasil uji t dengan angka signifikansi sebesar 0,023<0,05 bahwa pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan



internet banking Bank Central Asia Surabaya berpengaruh signifikan positif. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki nasabah atau semakin berkomitmen penggunaan tersebut bagi nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking. Sebagian besar responden dalam penelitian ini merasa bahwa ketika bertransaksi menggunakan internet banking Bank Central Asia dapat membantu menyelesaikan transaksi lebih cepat. Nasabah yang bertransaksi menggunakan internet banking Bank Central Asia merasa layanan ini dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya sehingga memberi dampak yaitu akan meningkatkan keinginannya untuk menggunakan internet banking terus menerus. Kemudian dapat dilihat pada Tabel 2 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia yang menjelaskan bahwa responden yang berusia 19-25 tahun berjumlah 23 orang (29%) memiliki posisi pertama, maka dapat disimpulkan bahwa dari usia tersebut rata-rata responden adalah pelajar/mahasiswa yang sering menggunakan *Internet Banking* karena penggunaanya yang sangat mudah dan sesuai dengan keinginan responden karena sudah tidak perlu ke Atm dan ke Bank. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Hussein Ahmad Alwan dan AbdelhalimIssa Al-Zu'bi (2016) yang mengemukakan bahwa penggunaan internet banking dipengaruhi oleh penggunaan, dimana penelitian terdahulu tersebut pengaruh dari keamanan yang dirasakan adalah positif sehingga berbeda dengan hasil dipenelitian saat ini yaitu keamanan berpengaruh

positif tidak signifikan terhadap penggunaan internet banking.

### **Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Internet Banking* Bank Central Asia Surabaya**

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Keamanan dengan angka signifikansi sebesar 0,096 >0,05 mempunyai pengaruh tidak signifikan positif karena variabel keamanan tidak berkontribusi terhadap penggunaan internet banking sehingga semakin tinggi keamanan internet banking ternyata tidak menaikkan nilai penggunaan internet banking dan dengan pendapat beberapa responden melalui kuesioner. Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu Sammer Takieddine, Jun Sun (2015) yang mengemukakan bahwa penggunaan *internet banking* secara positif dipengaruhi oleh kepercayaan. Sama halnya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussein Ahmad Alwan dan AbdelhalimIssa Al-Zu'bi (2016) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan individu untuk mengadopsi internet banking secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh privasi yang dirasakan dan keamanannya

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Internet Banking* Bank Central Asia Surabaya**

Dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil uji t Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan angka signifikansi sebesar 0,055 >0,05 mempunyai pengaruh yang tidak signifikan hal ini menjelaskan

bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh para nasabah belum secara langsung memenuhi harapan mereka atau semakin mudah nasabah dalam menggunakan internet banking Bank Central Asia tersebut maka akan semakin tinggi dan sering pula penggunaan internet banking Bank Central Asia untuk lebih memberi pengetahuan tentang kemudahan dalam bertransaksi menggunakan internet banking karena sebagian besar masyarakat juga belum paham dan menggunakan layanan internet banking Bank Central Asia. Peneliti terdahulu yaitu Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalimissa Al-zu'bi (2016) yang mengemukakan bahwa penggunaan internet banking secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi

#### **Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kemudahan penggunaan, Keamanan, terhadap Penggunaan Internet Banking di Surabaya**

Hasil uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan Keamanan, secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan Internet Banking Bank Central Asia Surabaya. Hal ini menjelaskan bahwa semakin percaya akan transaksi yang ada di internet banking, semakin aman layanan internet banking yang diberikan oleh bank kepada nasabah, semakin mudah penggunaan internet banking oleh nasabah dan kualitas informasi yang diberikan bank kepada nasabah sesuai dengan perkembangan waktu dan kebutuhan. Secara bersamaan atau secara simultan menjelaskan pula bahwa layanan internet banking Bank

Central Asia yang memiliki kepercayaan yang aman bagi nasabah, yang mudah digunakan dan komitmen untuk tetap menggunakan internet banking. Selain itu responden telah merasa memperoleh informasi yang akurat dalam menggunakan internet banking Bank Central Asia, tidak ada orang lain yang mengakses atau bertransaksi dengan akun pribadi milik responden tersebut dan merasa bahwa Internet Banking Bank Central Asia sudah mampu menjaga kerahasiaan dan pribadinya. Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan, simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan Internet Banking Central Asia di Surabaya dinyatakan dapat diterima.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Pada variabel pertama yaitu pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan internet banking dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki nasabah semakin meningkat pula penggunaannya. (2) Pada variabel yang kedua yaitu persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan internet banking dapat disimpulkan bahwa masih banyak orang diluar sana yang belum paham tentang penggunaan internet banking dan masih ada sebagian masyarakat yang belum juga menggunakan internet banking (3) Pada variabel ketiga keamanan terhadap penggunaan internet

banking dapat disimpulkan bahwa semakin terjaganya informasi yang disediakan Bank Central Asia maka akan semakin tinggi penggunaan internet banking Bank Central Asia Surabaya. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah sudah merasa aman dalam menggunakan internet banking.

Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, Ak. 2014. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Internet Banking". *Jurnal Ilmiah* Volume 2. Nomor 1.

Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi 2016 "Determinants Of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian Banking Sector", *Vol. 11, No. 3; 2016*

Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi tujuh Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kalakota, R., Whinston, A. B., 1996 "Frontiers of Electronic Commerce". Addison Wesley, Reading, MA.

Miao-Que Lin and Bruce C. Y. Lee 2012. "The influence of website environment on brand loyalty: brand trust and brand affect as mediators". *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 4, pp.

Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin 2016 "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko,

#### DAFTAR RUJUKAN

Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp19-339.

- Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*” Vol. 1 ,No. 2, 264-276
- Nurastuti, Wiji 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Perkins Ed-Zilla dan Annan Jonathan. 2013. “Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers”. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*. Vol 6. No. 3. Pp 94-108.
- Polasik, M. Wisniewski, T.P., 2009 “Empirical analysis of Internet banking diffusion in Poland.” *International Journal of Bank Marketing*”.
- Poon, W.C., 2007. “Users Diffusion of E-Banking Services: *The Malaysian Perspective*. *Journal of Business And Industrial Marketing*” 23, 59-69
- Radomir, L., & Nistor, V.C. 2013. “An application of technology acceptance model to internet banking service. *International Conference Marketing from information to decision*”.
- Samer Takieddine, Jun Sun b 2015. Internet banking diffusion: “*A country-level analysis journal of Business and Entrepreneurship, University of Texas Rio Grande Valley*” Vol 1567-4223
- Sagala, C., Destriani, M., U.K., & Kumar, S. 2014. “Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food Sector: A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok Tangerang, Bekasi) *Indonesia*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol 2250-3153.
- Sugiyono, 2015. *Statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Syofian Siregar, 2013. “Metode penelitian kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS”. Jakarta.
- Tan, M., Teo 2000. “Factors influencing the diffusion of internet banking *Journal of the Association of Information system*” Vol 1-42.
- Top Brand Index Produk Internet Banking Indonesia Periode 2015-2016 (<http://www.topbrandaward.com>, diakses 5 Oktober 2017).

Van Voorhis R. Wilson, Betsy L.  
Morgan.2007.  
Understanding Power and  
Rules of Thumb for  
Determining Sample Size.  
Psy Chi Journal of  
Undergraduate Research  
Vol. 3 P. 43-50.

Wang, Y.S., Wang, Y.M., Lin, H.H.,  
and Tang, T.I., 2003.  
“Determinants of user  
acceptance of internet  
banking: An empirical  
study.” *International Journal  
of Service Industry  
Management* (online  
journal from Proquest)”  
Vol 501-519.

