

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
INTENSI PERILAKU MELALUI PERSEPSI MANFAAT DAN SIKAP PADA
SISTEM INFORMASI E-BANKING**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

CLAUDYA ALAMANDA
2011310186

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

N a m a : Claudya Alamanda
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 07 September 1993
NIM : 2011310186
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Sistem Informasi
J u d u l : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan
Terhadap Intensi Perilaku Terhadap Persepsi
Manfaat dan Sikap Pada Sitem Informasi
E-Banking

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Co. Dosen Pembimbing,

Tanggal :

Tanggal :

(Nurul Hasanah Uswati Dewi, SE., M.Si)

(Romi Ilham, S.Kom., MM.)

Ketua Program Sarjana Akuntansi

Tanggal :

(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si)

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP INTENSI PERILAKU MELALUI PERSEPSI MANFAAT DAN SIKAP PADA SISTEM INFORMASI E-BANKING

Claudya Alamanda
STIE Perbanas Surabaya
E-mail : claudyaalamanda@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence of the perceived ease of use on behavioral intention through perceived usefulness and attitude in using internet banking. The results of this study are expected to contribute to the Bank CIMB Niaga Bank in particular in order to deliver services faster and easier for its customers. The object of this study is the CIMB Niaga Bank customers who use internet banking. Data used in this study is the primary data, and data searching used questionnaire directly using census method. The results showed that perceived ease of use significantly influence the perceived usefulness perceived ease of use does not significantly influence the perceived usefulness, perceived ease of use does not significantly influence the attitude, perception of the benefit of a significant effect on attitude, attitude significant effect on behavioral intention, perceived ease of use does not significantly influences behavioral intentions and perceptions of benefits has no effect to the intention of this study the behavior of the respondent.

Keywords : *perceived ease of use, behavioral intention, internet banking, technology acceptance model, e-banking information system*

PENDAHULUAN

Pada jaman saat ini telah memasuki globalisasi yang mengharuskan agar semua dapat dikerjakan secara cepat dan praktis, sehingga membutuhkan informasi yang dapat diakses dalam hitungan detik seperti internet. Internet menjadi sesuatu yang sangat penting bagi dunia bisnis seseorang untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaannya. Trend pertumbuhan pengguna internet yang melakukan semua akses melalui telepon seluler menjadi potensi yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan perbankan untuk mengembangkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Peran perbankan dengan memberikan layanan E-Banking menjadi suatu hal yang penting dan menjadi faktor untuk

mempercepat pembentukan masyarakat digital. Internet banking merupakan jasa yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dapat melakukan transaksi, memperoleh informasi melalui jaringan internet. Internet banking merupakan salah satu bentuk dari elektronik banking atau e-banking sebagai pengiriman jasa perbankan secara langsung kepada nasabah secara elektronik. Internet banking lebih ditekankan pada aspek distribusi layanan perbankan dengan koneksi internet, berbagai layanan seperti pembukuan rekening, pembayaran tagihan, atau pemindahbukuan akan sangat memajukan nasabahnya. Jumlah pelanggan dan pemakai internet selalu menunjukkan

peningkatan setiap tahun, menjadi faktor utama penggunaan internet banking di Indonesia. Menurut penelitian Hermana (2010) terdapat informasi dari Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia tumbuh lebih 1.150% dalam 10 tahun terakhir.

Menurut Hermana (2010) mengatakan bahwa terdapat peraturan tentang adanya pengelolaan pada kegiatan internet banking yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tanggal 20 April 2014, tentang bagaimana penerapan manajemen risiko yang baik untuk aktivitas pelayanan jasa bank dengan penggunaan internet. Jadi, keberhasilan internet banking tergantung pada bagaimana nasabah menerima dan menggunakan sistem tersebut. Tingkat penerimaan inovasi teknologi seseorang dipengaruhi oleh karakteristik sosioekonomi dan juga persepsi masyarakat tentang teknologi tersebut serta macam-macam jenis layanan E-Banking itu sendiri.

Penelitian ini merupakan penerapan model TAM dalam penerimaan dan penggunaan internet banking. Penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) menjelaskan bahwa tujuan pengembangan model TAM ini adalah untuk menggambarkan perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi. Dalam TAM terdapat dua variabel utama dalam penggunaan sistem informasi yaitu adanya persepsi manfaat dan adanya persepsi kemudahan penggunaan. Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang adanya pengaruh dari faktor eksternal dari kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM merupakan perilaku yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa sistem informasi banyak gagal diterapkan, yaitu karena pemakainya tidak memiliki intensi perilaku (*behaviour intention*) untuk menggunakannya dalam pemakaian e-banking. Berdasarkan Latar Belakang diatas, dengan menggunakan Technology

Acceptance Model (TAM) sebagai kerangka teori. Penelitian ini akan menggunakan dan menguji faktor persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat melalui variabel sikap dan intensi perilaku sehingga dapat mengetahui minat pengguna untuk menggunakan internet banking pada nasabah bank CIMB Niaga

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya.. Berikut penjabaran dari beberapa penelitian terdahulu :

penelitian yang dilakukan Abu Nizarudin dan Karmawan (2014). Pada penelitian terdahulu tujuannya yaitu bagaimana untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh dari ilmu pengetahuan yang dimiliki responden, bagaimana segi keamanan dari hal persepsi pengguna, seberapa cepat proses transaksi yang digunakan, bagaimana kemudahan yang didapatkan dari persepsi penggunaan, bagaimana kemudahan dapat mempengaruhi niat nasabah bank provisi Bangka Belitung untuk menggunakan layanan e-banking. Dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa tingkat ilmu pengetahuan yang dimiliki nasabah, keamanan dalam persepsian yang dimiliki, segi kecepatan dalam mengakses transaksi, dan bagaimana kemudahan dalam penggunaan layanan e-banking dapat memiliki pengaruh positif pada segi hal niat penggunaan e-banking

Penelitian ini dilakukan oleh David Kurniawan dan Edwin Japarianto. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel *perceived ease of use* apakah memiliki pengaruh pada variabel *attitude toward use* melalui variabel *perceived usefulness*. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *perceived usefulness* dan *attitude* nasabah di surabaya yang

menggunakan mobile banking, *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude toward use* nasabah di Surabaya yang menggunakan mobile banking, dan *attitude toward use* mempengaruhi *behavioral intention* nasabah di Surabaya yang menggunakan mobile banking.

Penelitian ini dilakukan oleh Feronica Mayasari, Elisabeth Penti Kurniawan, Paskah Ika Nugroho. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap nasabah dalam menggunakan layanan dan intensi perilaku nasabah. Metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung pada responden maupun media *e-mail* pada nasabah Bank BCA. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan oleh Fitriansyah Hambali, Armaini Akhirson, dan Ratih Wijayanti. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apa saja faktor yang mempengaruhi pada penerimaan nasabah layanan internet banking dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi pengguna manfaat, dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara kemampuan personalisasi, menggunakan komputer, dan rasa kepercayaan dengan persepsi manfaat. Serta penelitian ini membuktikan bahwa personalisasi, kemampuan menggunakan komputer, kepercayaan terhadap kemudahan menggunakan internet banking berpengaruh yang signifikan terhadap personalisasi dan tidak ada pengaruh antara nasabah dalam menggunakan komputer serta kepercayaan nasabah terhadap internet banking dengan persepsi kemudahan terhadap penggunaan internet banking

Penelitian dilakukan oleh Thatit Mahendrayang menunjukkan hasil penelitian bahwa persepsi kegunaan, sikap, dan kontrol tentang perilaku persepsian

dapat mempengaruhi minat individu menggunakan mobile banking sedangkan, persepsi kemudahan penggunaan dan norma subyektif tidak mempengaruhi minat individu untuk menggunakan kembali mobile banking. Metodologi penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada nasabah bank mandiri di kota Malang. Analisis penelitian ini menggunakan Smart PLS.

Internet Banking

Pada saat ini penggunaan sistem teknologi informasi dan komunikasi pada dunia Bank sangat maju jika dibandingkan dengan layanan perbankan yang telah disediakan pihak bank sejak dulu seperti adanya *automated teller machine*, *banking application system*, dan sistem kliring elektronik. Menurut Hermana (2010) telah terjadi perubahan pada lembaga keuangan di era internet dan lebih difokuskan kepada kebutuhan reputasi di bisnis keuangan. Internet banking lebih ditekankan kepada aspek distribusi layanan perbankan yang bisa diakses dari jarak jauh yaitu dengan koneksi internet agar dapat memudahkan para nasabahnya. Berbagai layanan yang mencakup layanan informasi keuangan seperti informasi produk perbankan, pembukaan rekening, pembayaran tagihan, atau pemindahbukuan akan dapat dilakukan secara elektronik sehingga akan menyenangkan dan mempermudah akan keperluan para nasabah. Dalam sistem operasional internal pada bank umum pada saat ini semua kegiatan telah menggunakan teknologi informasi baik front end dan back office. Dengan memanfaatkan sumber dana yang diterima dari masyarakat yang sangat besar harus dilakukan penyaluran kembali agar masyarakat mendapatkan manfaat untuk memperoleh keuntungan berupa fasilitas atau alat bantu dalam pengolahan dana dari berbagai layanan jasa keuangan terkait lainnya.

Technology Acceptance Model

Techonoly Acceptance Model pertama kali diteliti oleh Davis pada tahun 1986 yang kemudian dilakukan pengembangan tentang model TAM pada 1989 sebagai suatu hal atau model mengenai bagaimana penerimaan pengguna sistem informasi. Penelitian TAM yang diteliti dan dikembangkan oleh Davis (1989) adalah salah satu bentuk model yang sering digunakan dalam penelitian karena menurut penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) bentuk modelnya mudah dipahami sehingga dapat dengan mudah diterapkan.

Berdasarkan prinsip TAM penggunaan dari sistem informasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana intensi perilaku seseorang yang berbeda-beda. Adanya persepsi manfaat dari setiap seseorang dalam menanggapi sistem informasi yang baru dan faktor persepsi kemudahan dalam melakukan penggunaan adalah sikap agar dapat menggunakan internet banking, bagaimana pandangan seseorang terhadap hal yang baru yang nantinya akan menentukan cara seseorang tersebut untuk berperilaku

Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah suatu kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal teknologi apakah hal tersebut dapat dengan mudah dimengerti atau tidak. Ramdhani (2008) menjelaskan kemudahan dalam penggunaan internet banking telah dibuat untuk mudah digunakan sehingga sangat membantu nasabah yang ingin menggunakan tanpa harus melakukan usaha untuk menegetahui bagaimana penggunaan dari sistem internet banking.

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada persepsi manfaat dan sikap.

Pada saat seseorang telah memiliki persepsi terdapat kemudahan pada saat

menggunakan layanan interent banking maka, produk layanan yang disediakan oleh bank dapat memberikan manfaat kembali bagi seseorang tersebut seperti penghematan waktu yang didapatkan nasabah sehingga nasabah tersebut memiliki keinginan untuk mengadopsi layanan internet banking secara berkala. Penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) menunjukkan hasil dapal penelitiannya yaitu terdapat pengaruh positif anantara persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Sistem Informasi E-Banking Pada Intensi Perilaku (*Behaviour Intention*)

Terdapat Persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan sistem informasi tertentu. Tingkat kemudahan seseorang berbeda dalam penggunaan suatu sistem yang baru. Diperlukan model sistem yang mudah agar dapat digunakan oleh pengguna layanan internet banking tanpa harusnasabah tersebut melakukan usaha untuk mencari tahu bagaimana sistem penggunaannya sehingga dapat menimbulkan niat dalam seseorang untuk menggunakan layanan sistem informasi tersebut.

Persepsi Manfaat (*Perceive Usefulness*)

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang akan percaya dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Maharsi dan Yuliani sebagai tingkat seseorang percaya dengan menggunakan sistem tidak memerlukan usaha apa yang keras. Menurut penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) pengaruh persepsi manfaat menunjukkan adanya pengaruh yang positif pada sikap nasabah dalam menentukan apakah ingin atau tidak menggunakan internet banking.

Adanya Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap

Seseorang yang akan mengadopsi internet banking harus memiliki rasa kepercayaan bahwa internet banking dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Apabila konsumen menganggap bahwa internet banking telah memiliki manfaat bagi dirinya sendiri, maka secara langsung konsumen akan mengambil sikap untuk mengadopsi dan menggunakan internet banking.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu perilaku intern dan perilaku ekstern (Wursanto, 2003:275) sebagai berikut :

1. Perilaku intern, adalah perilaku-perilaku yang dipengaruhi oleh faktor genetika, yaitu segala hal yang dibawa sejak lahir sehingga merupakan warisan orang tua.
2. Perilaku ekstern, yaitu perilaku yang dipengaruhi oleh faktor dari luar, misalnya faktor lingkungan dari keluarga dan masyarakat karena banyak mempengaruhi perilaku kehidupan sehari-hari dalam hidup seseorang.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Intensi Perilaku

Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang telah merasa bahwa sistem berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Dan begitu sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa sistem informasi kurang berguna maka seseorang tidak akan menggunakannya. Penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap intensi

perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking

Sikap

Sikap merupakan suatu fungsi dari keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Menurut Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) sikap adalah pernyataan evaluatif atau reaksi terhadap objek orang, atau peristiwa. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung pada objek tersebut.

Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Perilaku

Nasabah yang menerima layanan internet banking akan mempengaruhi intensi perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking. Intensi perilaku menjelaskan bahwa kecenderungan seseorang untuk memilih atau tidak memilih melakukan internet banking.

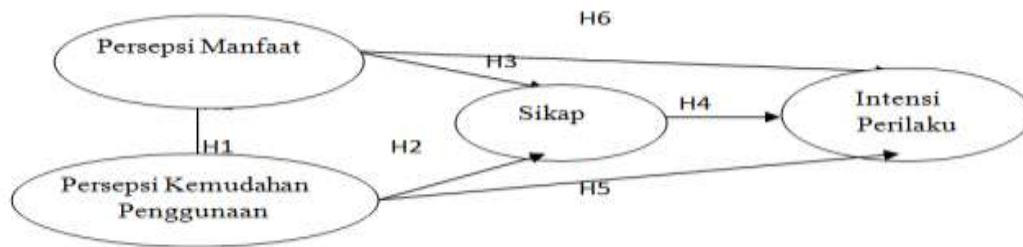
METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data kuantitatif, data bersifat data primer yaitu data yang bersumber dari responden yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden yaitu pada Dosen dan Karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim. Pengumpulan data dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan dengan berupa kuesioner yang kemudian dibagikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan kenyataan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dan mengumpulkan data dengan cara kuesioner yang akan diberikan kepada responden yaitu Dosen Dan Karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim yang menjadi sampel dalam penelitian ini untuk mendapatkan data informasi yang valid. Penelitian ini menjelaskan tentang pengujian hipotesis

mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi perilaku

nasabah melalui persepsi manfaat dan sikap



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar kerangka pemikiran tersebut dapat ditarik kesimpulan. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga
- H2 : pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga
- H3 : pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga
- H4 : pengaruh persepsi manfaat terhadap intensi perilaku sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga
- H5 : pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi perilaku sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga
- H6 : pengaruh sikap terhadap intensi perilaku sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga ?

Identifikasi variabel :

Sesuai dengan model yang dibentuk maka terdapat satu variabel eksogen, satu variabel endogen, dan dua variabel bebas. Adapun variabel eksogen yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, variabel endogen berupa intensi perilaku, dan variabel

endogen yaitu persepsi manfaat dan sikap dari penggunaan e-banking Bank CIMB Niaga. Mengingat bahwa penelitian akan dilakukan untuk mengukur intensi perilaku, maka seluruh variabel latent akan menggunakan kuesioner dengan skala likert satu sampai lima.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi variabel Eksogen atau independen dan variabel Endogen atau dependen yang mempunyai hubungan sebab akibat. Berdasarkan landasan teori dan hipotesis penelitian, variabel yang digunakan adalah :

- a. Variabel Eksogen atau Variabel Bebas (*Independent Variabel*).
Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan.
- b. Variabel Endogen atau Variabel Terikat (*Dependent Variabel*).

Dalam penelitian ini variabel endogen adalah Intensi Perilaku. Serta variabel endogen sebagai intervening yaitu persepsi manfaat dan sikap.

Sesuai dengan model yang dibentuk maka terdapat satu variabel eksogen, satu variabel endogen, dan dua variabel bebas. Adapun variabel eksogen yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, variabel endogen berupa intensi perilaku, dan variabel endogen yaitu persepsi manfaat dan sikap dari penggunaan e-banking Bank CIMB

Niaga. Mengingat bahwa penelitian akan dilakukan untuk mengukur intensi perilaku, maka seluruh variabel latent akan menggunakan kuesioner dengan skala *likert* satu sampai lima.

Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Variabel persepsi kemudahan penggunaan diukur menggunakan tiga indikator internet banking, keuntungan dalam menggunakan internet banking, dan kesenangan dalam menggunakan internet banking dengan menggunakan skala likert terdapat tiga item pernyataan yang menggambarkan sikap nasabah.

Variabel Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang akan percaya dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Maharsi dan Yuliani sebagai tingkat seseorang percaya dengan menggunakan sistem tidak memerlukan usaha apa yang keras. Menurut penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) pengaruh persepsi manfaat menunjukkan adanya pengaruh yang positif pada sikap nasabah dalam menentukan apakah ingin atau tidak menggunakan internet banking. Apabila nasabah telah mengetahui bahwa sistem informasi sangat mudah digunakan dan tidak perlu susah untuk mempelajarinya maka nasabah akan menggunakan dan mengadopsi secara terus menerus layanan internet banking. Persepsi manfaat telah menjelaskan tentang sejauh mana tingkatan nasabah percaya dengan penggunaan teknologi akan dapat meningkatkan kinerja nasabah pada pekerjaannya.

Variabel Sikap

Variabel Sikap merupakan suatu keyakinan yang dimiliki seseorang untuk melakukan respon untuk menggunakan

Internet Banking. Variabel sikap diukur menggunakan tiga indikator menurut Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) yaitu keinginan dalam menggunakan sistem informasi e-banking.

Variabel Intensi Perilaku

Variabel intensi perilaku merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Intensi perilaku merupakan kecerendungan yang dimiliki seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan. Intensi perilaku diukur dengan menggunakan lima indikator menurut Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) yaitu ketertarikan dalam penggunaan internet banking secara berkala di masa depan, keinginan untuk menggunakan Bank yang sama dalam layanan internet banking atau keinginan untuk berpindah pada bank lain yang menyediakan internet banking, keinginan untuk memberikan informasi kepada orang lain akan manfaat yang didapatkan, dan keinginan untuk memberi saran kepada bank untuk melakukan perbaikan pada layanan internet banking berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini.

menurut Mayasari, Kurniawati, & Nugroho (2011) yaitu kemudahan dalam mempelajari internet banking, kemudahan dalam mengoperasikan internet banking, dan kepercayaan bahwa internet banking mudah digunakan

Teknik analisis data :

Dalam penelitian analisis statistik dipergunakan menyelesaikan rumusan masalah dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini alat statistik yang digunakan adalah SEM PLS. SEM PLS merupakan sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan untuk memaksimalkan variansi dari variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan oleh variabel laten prediktor. Pada SEM PLS, dapat menggunakan sampel yang relatif kecil dengan estimasi ukuran sampel (35-50). Oleh karena itu

peneliti akan menggunakan SEM PLS dengan software SmartPLS.

Langkah-langkah analisis SEM PLS :

a. Merancang model Pengukuran (Outer model)

Model pengukuran ini dapat diukur sesuai dengan indikator yang berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran dilakukan untuk menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten berdasarkan definisi operasional variabel. Dalam penelitian ini setiap variabel laten memiliki sifat reflektif karena merupakan variabel yang menunjukkan sesuatu dan apabila konstruk berubah, akan menyebabkan perubahan pada indikator-indikatornya.

b. Merancang model Struktural

Melakukan bentuk perancangan model struktural antara variabel laten pada SEM PLS berdasarkan hipotesis penelitian. Dimana variabel laten ini terdapat hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan pada Intensi Perilaku melalui persepsi manfaat dan sikap.

c. Mengkonstruksi diagram jalur

d. Konversi Diagram Jalur Ke Persamaan

e. Estimasi: Koef. Jalur, *Loading* dan *Weight*

Weight estimate yang digunakan untuk menghitung data variabel laten. Estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan antar variabel laten (koefisien jalur) dan antara variabel laten dengan indikatornya deskripsi jawaban responden. Deskripsi jawaban merupakan hasil jawaban responden pada masing – masing indikator variabel penelitian. Deskripsi jawaban akan dijelaskan berdasarkan : Frekuensi jawaban pada masing – masing indikator Mean masing – masing indikator variabel dan kategori mean.masing indikator Mean masing – masing indiaktor variabel dan kategori mean.

(*loading*). Berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan

f. *Evaluasi Goodness of Fit*

Diukur menggunakan *Q-Square predictive relevance*. Dengan rumus Q-Square: $Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$ dimana $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah R.square variabel endogen dalam model Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (mirip dengan R^2 pada regresi)

Pengujian Hipotesis variabel laten.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

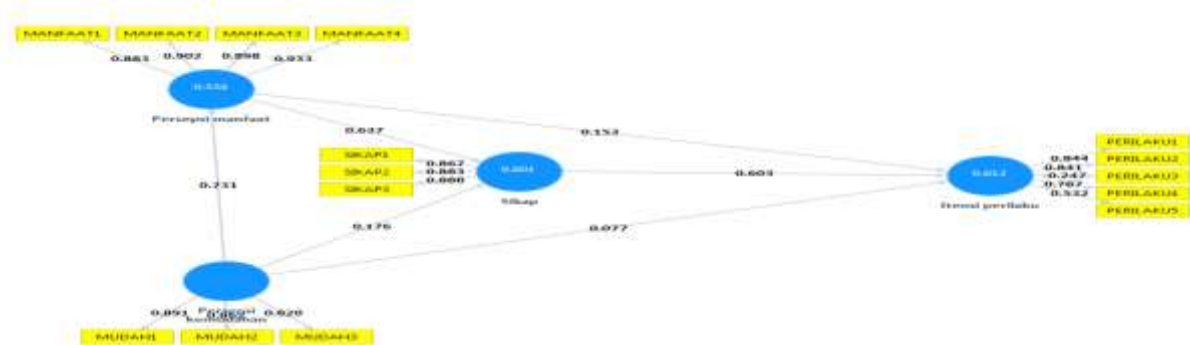
Pada pembahasan ini akan diuraikan hasil analisis dan penggambaran hasil data yang telah diperoleh oleh peneliti. Subyek pada penelitian ini yaitu Dosen dan Karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim. Yang dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh Dosen dan Karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim yang melalui teknik sensus, dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 126. Namun karena terdapat beberapa kendala pada saat penyebaran kuesioner, dan kondisi di lapangan yang tidak mendukung saat pengumpulan data, peneliti hanya mendapatkan 100 kuesioner yang kembali sedangkan sebanyak 26 kuesioner tidak kembali

Hasil pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dirangkum dan ditabulasikan dan disajikan dalam bentuk

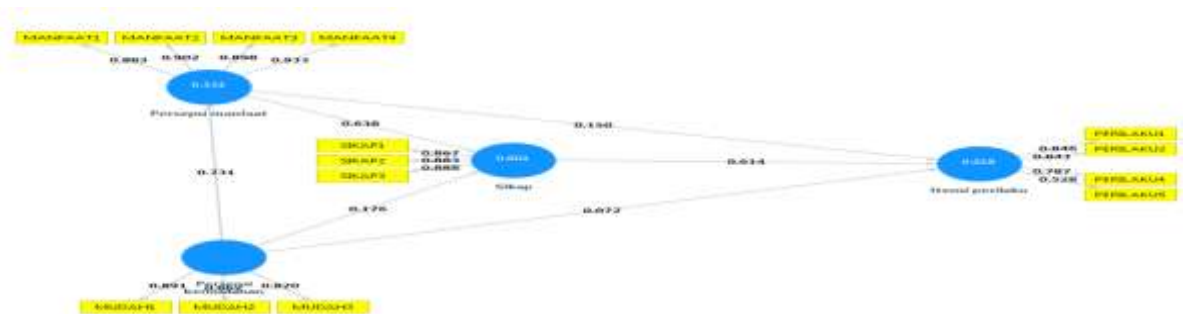
Analisis PLS

Analisa data pada penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model prediksi yang tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran yang bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Yang dilakukan dengan

Gambar 1
Measurement Model Awal



Gambar 2
Measurement Model Akhir



diawali pengujian model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter dari ketetapan model prediksi. Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *t-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. (Jogiyanto, 2011).

Outer Model

Suatu model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji adanya validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Uji validitas

dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya akan diukur (Cooper *et al.*, 2006). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan yang ada pada kuesioner penelitian. Berikut adalah tahapan dalam proses outer model yang ada dalam model PLS.

Pada tahapan measurement model awal atau outer awal terdapat satu indikator suatu konstruk yaitu pada indikator perilaku 3 tidak valid dikarenakan nilainya kurang dari 0,5 yaitu sebesar 0,247. Sehingga kemudian penulis melakukan penghapusan pada indikator yang tidak valid tersebut. Sehingga didapatkan output

measurement model akhir seperti pada gambar

Validitas Konvergen

Parameter uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai loading faktor harus diatas 0,5. Artinya probabilitas indikator suatu konstruk masuk ke variabel lain lebih rendah (kurang 0,5) sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk pada konstruk yang lebih besar, yaitu diatas 50 persen. Selain dari nilai faktor loading, dapat dilihat melalui nilai t yang lebih dari 1,96. T sebesar 1,96 berasal dari konversi harga alpha pada kurva normal dengan tingkat kesalahan 5%. Lalu kemudian pada tahapan measurement model akhir semua indikator konstruk memiliki nilai lebih dari 0,5 sehingga dapat dikatakan valid.

Uji Validitas Konstruk

Model pengukuran berikutnya adalah dengan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu nilai yang menunjukkan besarnya varian indikator yang dikandung oleh variabel latennya. Konvergen nilai AVE lebih besar dari 0,5 menunjukkan kecukupan validitas yang baik bagi variabel laten. Pada variabel indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extrance (AVE)* untuk setiap konstruk (variabel). Bentuk model yang baik apabila nilai AVE masing-masing konstruk lebih besar dari 0,5

Tabel 1
Average Variage Extrance

Hubungan antar variabel	Faktor loading (O)
Intensi perilaku	0,477
Persepsi kemudahan	0,737
Persepsi manfaat	0,818
Sikap	0,773

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai AVE untuk konstruk (variabel) persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan sikap memiliki nilai lebih besar dari 0,5 sehingga validitas konstruk adalah baik. Sedangkan untuk variabel intensi perilaku mempunyai AVE yang kurang dari 0,5.

Uji Reliabilitas

Realibilitas konstruk dapat diukur dengan melihat nilai *composite reliability*, konstruk reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,70 maka indikator dapat disebut konsisten dalam mengukur variabel latennya. Hasil perhitungan *composite reliability* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

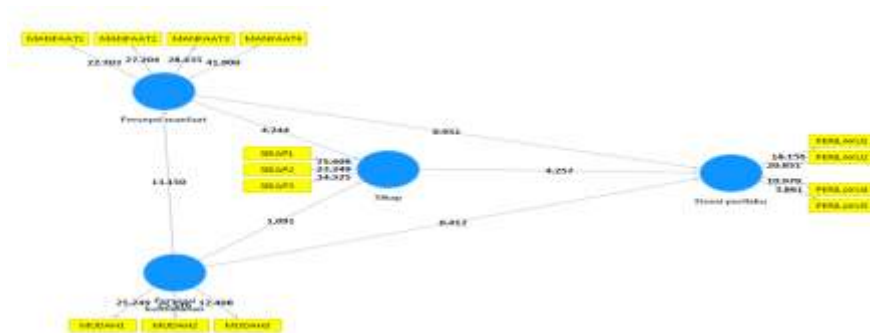
Tabel 2
Composite Reliability

Hubungan antar variabel	Nilai Composite Reliability
Intensi perilaku	0,843
Persepsi kemudahan	0,893
Persepsi manfaat	0,947
Sikap	0,911

Hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk (variabel) baik Intensi Perilaku, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Sikap memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Inner Model (Model Pengukuran)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 (*R-Square*) untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural.



Gambar 4.3
Output Inner Model

Pengujian Goodness-Fit Model

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji goodness-fit model. Nilai R² juga menjelaskan seberapa besar variabel eksogen (independen/bebas) pada model mampu menerangkan variabel endogen (dependen/terikat). Semakin tinggi R² berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Tabel 4
R square untuk uji goodness-fit model

Hubungan antar variabel	R square
Persepsi Kemudahan → persepsi manfaat	0,534
Persepsi kemudahan dan Persepsi Manfaat → Sikap	0,601
Sikap, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat → Intensi Perilaku	0,618

Berdasarkan tabel diatas, dapat diinterpretasikan bahwa persepsi manfaat dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan sebesar 53,4 %. Sikap dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat sebesar 60.1%. sedangkan intensi perilaku

dipengaruhi oleh variabel sikap, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat sebesar 61,8% atau dapat juga dikatakan bahwa model telah fit.

Pengujian Hipotesis

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t-Statistic*, harus > 1,96. Untuk memastikan ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dan variabel endogen terhadap endogen dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 5
Path Coefficients
(Mean, STDEV, T-Values)

Hubungan antar variabel	Koefisien Path (O)	T Statistics (O/STERR)
Persepsi kemudahan → Persepsi manfaat	0,731	13,150
Persepsi kemudahan → Sikap	0,176	1,091
Persepsi manfaat → Sikap	0,638	4,244

Sikap Intensi perilaku →	0,614	4,257
Persepsi kemudahan Intensi Perilaku →	0,072	0,412
Persepsi manfaat Intensi perilaku →	0,150	0,951

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Peneliti ini meneliti tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi perilaku melalui persepsi manfaat dan sikap pada sistem informasi e-banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi intensi perilaku dari pengguna sistem informasi e-banking bank CIMB Niaga khususnya pada penelitian ini yaitu dosen dan karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Dosen dan Karyawan Yayasan Pendidikan Perbanas Jatim. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode sensus. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada seluruh Dosen dan Karyawan Perbanas sebanyak 126 lalu kemudian dilakukan pemilihan sampel yang menggunakan sistem informasi e-banking yang akan dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini sehingga didapatkan 57 responden sedangkan sebanyak 43 kuesioner tidak dapat diolah dikarenakan responden yang bersangkutan tidak dapat mengisi kuesioner karena kesibukan dan responden tidak menggunakan sistem informasi e-banking.

Berdasarkan rumusan masalah pada bab pendahuluan dan penelitian yang sudah dilakukan yang kemudian hasilnya dituangkan pada bab 4 maka kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan pada persepsi manfaat dari internet banking Bank CIMB Niaga.
2. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada sikap dari internet banking Bank CIMB Niaga.
3. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada sikap dari internet banking Bank CIMB Niaga.
4. Sikap berpengaruh signifikan pada intensi perilaku dari internet banking Bank CIMB Niaga.
5. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada intensi perilaku dari internet banking Bank CIMB Niaga.
6. Persepsi manfaat tidak berpengaruh pada intensi perilaku dari internet banking Bank CIMB Niaga.

Keterbatasan Penelitian

(1) Jumlah item pertanyaan pada kuesioner yang kurang sehingga tidak dapat menjawab permasalahan secara konsisten (2) Kuesioner yang tidak kembali cukup banyak yaitu sebanyak 20 dikarenakan responden tidak dapat mengisi kuesioner karena kesibukan. (3) Keterbatasan pada data yang diperoleh melalui kuesioner karena adanya perbedaan persepsi penulis dengan responden penelitian.

Saran

(1) Memperluas daerah penelitian, tidak hanya satu bank saja sehingga dapat dibandingkan antara Bank yang satu dengan Bank yang lain dan hasil penelitian menjadi lebih baik. (2) Melakukan pendampingan dalam pengisian kuesioner untuk mengantisipasi kurang dipahaminya pertanyaan yang ada pada kuesioner oleh responden. (3) Menambahkan daftar

pertanyaan pada kuesioner sehingga akan memberikan jawaban untuk menjawab tujuan dari penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Hambali, F., Akhirson, A., & Wijayanti, R. 2011. Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi empiris terhadap nasabah Bank di Depok). *Proceeding PESAT* .
- Hanum, L., Djamhuri, A., & Kamayanti, A. 2013. Determinan Efektifitas Sistem E-Banking di Mata Nasabah : Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Vol.4 No.1* , 1-13.
- Harmadi, A., & Hermana, B. 2005. Analisis Karakteristik Individu dan Perilaku Pengguna Internet Banking : Reliabilitas dan Validitas Instrumen Pengukuran. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi* .
- Hermana, B. 2010. Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Bisnis No.1 Vol 15* .
- Kurniawan, D., Samuel, H., & Japarianto, E. 2013. Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile banking dengan menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1, No.1* , 1-13.
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. 2007. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.9, No.1* , 18-28.
- Mahendra, T. 2013. Minat Individu Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB).
- Mayasari, F., Kurniawati, E. P., & Nugroho, P. I. 2011. Antecedent dan Konsekuensi Sikap Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking dengan menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey pada pengguna KlikBCA). *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan* .
- Nizarudin, A., & Karmawan. (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Niat Adopsi E-Banking Pada Nasabah Perbankan di Provinsi Bangka Belitung. *Jurnal Ilmiah, Vol VI, No. III* .
- Suharso, puguh. 2009. *Metode penelitian kuantitatif untuk bisnis : pendekatan filosofi dan praktis*. Jakarta: indeks
- Wijaya, tony. 2013. *Metode penelitian ekonomi dan bisnis teori dan praktik*. Yogyakarta: graha ilmu