

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
BANK CENTRAL ASIA DI MOJOKERTO**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

REGA APRILIAN NUGRAHA
2013210076

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rega Aprilian Nugraha

Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 4 April 1995

N.I.M : 2013210076

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Sarjana

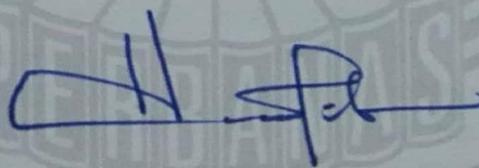
Konsentrasi : Manajemen Perbankan

Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BCA di Mojokerto.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

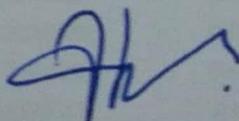
Tanggal : ...15-9-2017



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : ...15-9-2017



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

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
BANK CENTRAL ASIA DI MOJOKERTO**

REGA APRILIAN NUGRAHA

2013210076

Email: 2013210076@students.perbanas.ac.id

Dr. Drs. M. NADJIB USMAN, MM.

STIE PERBANAS SURABAYA

Email: nadjib_usman@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

One of electronic banking media which is provided by bank is internet banking. Internet banking is provided to ease the customers is doing banking transactions quickly and efficiently. This research aims to analyze the Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use and Social Influence on Customer Decisions to Use Internet Banking of Bank Central Asia in Mojokerto. The sample used in this study are BCA customers in Mojokerto. The number of samples that was used 80 respondents obtained through questionnaire. The techniques used is purposive sampling. Analysis tool used was SPSS program 21.0 for windows. The result of the research shows the Perceived Usefulness affects significantly to Decesion of Use, The Ease of Use affects significantly to Decesion of Use and The Social Influence does not affects significantly to Decision of Use.

Keywords : *Perceived Usefulness, Ease of Use, Social Influence and Decision to Use Internet Banking*

PENDAHULUAN

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* dalam hal ini merupakan suatu analisis dan tindakan terhadap berbagai alternatif yang bertujuan untuk memilih baik dan benarnya suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Teori keputusan menggunakan adalah teori mengenai tindakan mengambil pilihan diantara alternatif pilihan yang tersedia secara acak yang bertujuan untuk mencapai sebuah tujuan yang hendak diraih sesuai dengan harapan. Peneliti menggunakan beberapa variabel bebas yaitu persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan

pengaruh sosial. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi kegunaan karena hal mendasar diciptakannya *internet banking* adalah atas dasar tujuan dan manfaat maka dari itu peneliti ingin mengetahui sejauh mana *internet banking* bisa melakukan transaksi sesuai dengan tujuan awal *internet banking*. Selanjutnya adalah mengenai kemudahan penggunaan dan hal yang pertama kali dirasakan pengguna ketika menggunakan sebuah *internet banking* apakah layanan tersebut mudah untuk digunakan dan tidak membingungkan nasabah. Kemudahan penggunaan *internet banking* adalah salah satu tolok ukur kesuksesan *internet*

banking bisa diterima oleh nasabah dan variabel ketiga mengenai pengaruh sosial. Penggunaan teknologi menjadi sebuah penanda status sosial seseorang dimana ketika nasabah menggunakan *internet banking* maka banyak yang berpendapat bahwa nasabah tersebut mengikuti perkembangan teknologi dan dikatakan sebagai orang yang modern, tetapi beberapa orang menggunakan sebuah teknologi karena hanya mengikuti trend semata maka peneliti ingin membuktikan apakah nasabah menggunakan *internet banking* berdasarkan kebutuhan atau tidak.

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi pada saat ini telah banyak memberi manfaat kepada masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, seperti *internet* dan teknologi lainnya. Penggunaan *internet* dapat memberikan kontribusi dari berbagai aspek kehidupan bagi masyarakat, perusahaan, industri maupun pemerintahan. Kontribusi ini dapat dilihat dari nasabah yang melakukan transaksi menggunakan *internet* dapat dengan mudah memproses layanan secara cepat, tanpa adanya kontak personal dengan petugas bank secara langsung saat melakukan transaksi. Perkembangan sistem teknologi informasi ini juga berpengaruh pada berbagai bidang termasuk dalam dunia perbankan, yaitu salah satunya adalah layanan *internet* yang dikembangkan saat ini yaitu *internet banking*. *Internet Banking* juga dapat diartikan sebagai penyedia informasi atau jasa oleh bank kepada nasabah melalui *internet*. Menurut Bank Indonesia (www.bi.go.id) layanan *internet banking* merupakan layanan perbankan yang termasuk dalam layanan *electronic banking*. Pelayanan bank dalam bentuk *internet banking* sepertinya telah menjadi keharusan. Kebutuhan dunia usaha dan nasabah bank semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi maupun informasi. Untuk itu *internet banking* dapat menjembatani kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam hal

mempercepat pelayanan jasa bank. Sejalan dengan perkembangan *information technology* di atas, peranan *electronic banking* semakin berarti. *Automatic Teller Machine* (ATM), *credit card* dan *phone banking* seperti menjadi keharusan bagi setiap bank di Indonesia dalam merebut pangsa pasar. Inovasi perbankan berbasis teknologi terus berkembang sesuai dengan keinginan nasabah. Saat ini *internet banking* sedang menjadi perhatian dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*non cash*) setiap saat dari manapun dengan begitu mudah dan nyaman hanya dengan mengakses melalui komputer (jaringan *internet*). Tujuan penggunaan *internet banking* adalah melakukan transfer uang non tunai kapanpun dan dimanapun dengan cepat. Cek saldo dan mutasi rekening akan lebih cepat dilakukan karena nasabah tidak perlu pergi ke ATM terdekat, cukup memanfaatkan fasilitas dalam *internet banking*. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya produktifitas pada pengguna *internet banking*.

Internet banking merupakan salah satu produk unggulan dari hampir semua bank di Indonesia salah satunya adalah BCA, di Indonesia BCA merupakan salah satu bank terbesar. Menurut sumber *Sharing Vision* pada periode 2011 – 2012 yaitu jumlah pengguna *internet banking* terbanyak pada periode tersebut adalah pengguna Klik BCA dengan jumlah 2,8 juta pengguna. Posisi kedua terbanyak adalah pengguna CIMB Kliks yaitu 600 ribu (survei bulan Juni 2012), sedikit dibawahnya yaitu pengguna *internet banking* BNI (582 ribu) dan yang paling sedikit adalah jumlah pengguna *internet banking* BRI yaitu sebesar 25 ribu. Angka tersebut sudah mewakili tingkat jumlah transaksi tiap bank. BCA sendiri mengalami 608 juta transaksi pertahunnya. Hal ini berarti beban biaya transfer yang dibebankan kepada nasabah BCA yaitu antara Rp 6.000-Rp 7.500 tidak berpengaruh besar pada jumlah transaksi.

Keamanan dan kemudahan bertransaksilah yang menjadi prioritas pengguna. Salah satu fasilitas yang diberikan bank kepada nasabah untuk mempermudah melakukan aktivitas perbankan adalah teknologi *internet banking*. Nasabah dapat melakukan aktivitas perbankan dengan cara menghubungkan *smartphone* atau komputer dengan koneksi *internet*. Dalam beberapa hal *internet banking* memberi kemudahan kepada nasabah seperti melakukan pembayaran secara online. *Internet banking* juga memberikan akomodasi kegiatan perbankan melalui jaringan komputer kapan saja dan dimana saja dengan cepat, mudah dan aman karena di dukung oleh sistem keamanan yang kuat. Hal tersebut bertujuan untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan data serta transaksi yang dilakukan oleh nasabah.

Tabel 1
PERINGKAT INTERNET BANKING
KATEGORI E-CHANNEL

BRAND	TBI	TOP
Klik BCA	54,0 %	TOP
<i>Internet banking</i> Mandiri	20,0 %	TOP
<i>Internet banking</i> BRI	9,0 %	
<i>Internet banking</i> BNI	6,3 %	

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand_index_2016.

Berdasarkan pada Tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa pengguna *internet banking* BCA yang dipublikasikan pada tahun 2016 mendapatkan nilai *top brand index* tertinggi yaitu 54 persen dan diurutan kedua diikuti oleh *internet banking* bank Mandiri dengan index 20 persen, *internet banking* BR diposisi ketiga dengan index 9 persen dan diposisi terakhir ada *internet banking* BNI dengan nilai index 6,3 persen. Meskipun BCA menduduki Top Brand tetapi masih

banyak keluhan yang didapatkan dari para nasabah. Bila dilihat dari Tabel diatas, terdapat perbedaan angka yang cukup signifikan antara BCA dengan Bank Mandiri. Hal ini yang membuat peneliti ingin mengetahui apakah dari perbandingan angka yang cukup besar ini nasabah menggunakan *internet banking* BCA karena atas dasar keinginan sendiri atau karena pengaruh lingkungan sekitar.

Salah satu alasan nasabah memilih untuk menggunakan *internet banking* BCA karena layanan *internet banking* yang dimiliki cukup lengkap serta mudah diakses baik melalui komputer maupun *web browser* di *smartphone*, karena pada waktu itu masih belum banyak layanan *internet banking* memiliki website resmi yang responsif dan cocok untuk tampil di ponsel. Namun akhir-akhir ini nasabah merasakan satu masalah yang cukup mengganggu ketika mengakses layanan *internet banking* Klik BCA khususnya melalui komputer atau *smartphone*. Masalah utamanya adalah *internet banking* Klik BCA sering kali *logout* dengan sendirinya sehingga sangat mengganggu kenyamanan nasabah ketika bertransaksi. Keluhan lainnya adalah seorang nasabah BCA baru-baru ini rekeningnya dibobol dan kehilangan uang sebanyak Rp 13 juta. Penyebab bermula saat nasabah akan *login* untuk bertransaksi melalui *internet banking* BCA, muncul tampilan “Sinkronisasi Token” dan menyebabkan komputernya ngadat (hang). Setelah komputer di *restart* dan kembali *login* ke *internet banking* BCA, nasabah mendapati rekeningnya telah berkurang sebesar Rp 13 juta. Menanggapi permasalahan yang dialami nasabahnya, dari pihak BCA meminta nasabahnya untuk berhati-hati bila muncul “Sinkronisasi Token” karena konfirmasi token tersebut sama sekali bukan berasal dari BCA dan bukan tahapan transaksi yang harus dilakukan. Menurut Direktur Utama BCA menyatakan bahwa tidak ada “konfirmasi token” dari BCA, apabila data nasabah

diminta terutama token diminta berulang-ulang itu berbahaya. Menurut Jahja, kemunculan “konfirmasi token” saat membuka *internet banking* BCA disebabkan karena komputer nasabah sudah terkena *virus* atau *malware*. Penyebaran *malware* yang sangat membahayakan pengguna *internet banking* memang sangat marak di *phising*. Hal itu membuat tampilan “konfirmasi token” terus muncul dengan tulisan “sinkronisasi token KEYBCA”. Lokasi penelitian ini adalah kota Mojokerto yang merupakan salah satu kota yang berkembang dan sedang mengalami peningkatan dalam penggunaan *internet banking*, sedangkan obyek penelitian ini adalah nasabah BCA yang sudah menggunakan *internet banking*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah dijabarkan diatas, maka peneliti ingin meneliti sebagaimana berikut : (1) Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto? (2) Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto? (3) Apakah pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto? (4) Apakah persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto. (2) Untuk

mengetahui signifikansi pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto. (3) Untuk mengetahui signifikansi Pengaruh Sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto. (4) Untuk mengetahui signifikansi secara simultan pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Pada landasan teori ini peneliti akan menjelaskan beberapa teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti dan yang akan digunakan sebagai landasan penyusunan hipotesis serta analisisnya.

Internet Banking

Hyun Shik Yoon & Luis Occena (2014) menyatakan bahwa *Internet banking* memungkinkan nasabah memiliki jangkauan yang luas terhadap transaksi perbankan elektronik melalui *website* bank kapanpun dan dimanapun. Bagaimanapun juga nasabah mengetahui sikap transaksi online yang sederhana terhadap keamanan dan persepsi risiko dimana ini adalah sebuah pandangan yang kritis terhadap penerimaan suatu *internet banking*, maka dari itu meningkatnya jumlah pengguna *internet* dan keuntungan *internet banking* bagi pengguna nasabah, bertumbuhnya persentase terhadap pengguna *internet banking* tidaklah kuat seperti yang diinginkan.

Keputusan Menggunakan

Hanfizadeh Payam *et al* (2014:64) menyatakan bahwa keputusan orang dalam memilih suatu barang bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu faktor internal diri seseorang atau pun faktor eksternal seseorang. Teori keputusan menggunakan

adalah teori mengenai tindakan mengambil pilihan diantara alternatif pilihan yang tersedia secara acak yang bertujuan untuk mencapai sebuah tujuan yang hendak diraih sesuai dengan harapan. Teori keputusan dibagi menjadi dua yaitu (1) teori keputusan berdasarkan normatif adalah teori yang menyatakan mengenai bagaimanakah keputusan seharusnya dibuat atas dasar prinsip rasionalitas yang dianut oleh manusia itu sendiri, dan (2) teori keputusan berdasarkan secara deskriptif yaitu sebuah teori yang menjelaskan tentang mengenai bagaimana suatu keputusan secara faktual dibuat.

Sebuah keputusan tidaklah semata-mata terjadi begitu saja, melainkan melalui beberapa tahapan yang harus dilalui dalam sebuah proses. Proses tersebut dibagi menjadi tiga tahap dimana yaitu proses mengusulkan prinsip dasar bagi pengambilan sebuah keputusan, proses memilih pilihan-pilihan yang tersedia menjadi sebuah pilihan yang paling memungkinkan dan menguntungkan untuk diambil oleh seseorang, serta suatu proses pemilihan diantara semua pilihan dan mengimplementasikan pilihan tersebut.

Persepsi Kegunaan

Payam Hanafizadeh *et al.* (2014:65) berpendapat bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu pandangan yang digunakan sebagai sejauh mana seorang individu percaya dengan adanya sebuah teknologi yang akan meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka pada saat mereka menggunakannya dan kemungkinan juga secara subjektif dengan menggunakan teknologi akan membuat performa dan keahlian secara individu akan meningkat. Persepsi kegunaan ialah suatu tingkatan pikiran dan sikap dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kinerja orang tersebut. Menurut Payam Hanafizadeh *et al* (2014). Ada beberapa indikator dalam kegunaan dalam penggunaan *internet banking* yaitu seperti

meningkatkan efektifitas dalam penggunaan layanan suatu perbankan, memudahkan suatu transaksi keuangan suatu perbankan, memudahkan dalam mendapatkan layanan perbankan yang lebih cepat dan meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan layanan perbankan.

Kemudahan Penggunaan

Payam Hanafizadeh *et al.* (2014:65) mendefinisikan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah sebagai sebuah tingkat keyakinan dalam diri seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang lebih. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa sebuah teknologi dapat dengan sangat mudah dipahami dan dimengerti. Atas dasar definisi inilah kemudahan penggunaan *internet banking* berarti kemudahan untuk memahami dan menggunakan bila bertransaksi melalui media *internet banking*. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan beberapa yang menjadi tolok ukur atau sebuah indikator pada sebuah sistem informasi (termasuk *internet banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilan dari situs perbankan yang mudah dimengerti dan dipahami oleh nasabahnya, menambah ketrampilan dalam penggunaannya dan mudah untuk dipelajari oleh siapa pun (nasabah bank).

Pengaruh Sosial

Menurut Hyun Shik Yoon *et al* (2013:1113) menyatakan bahwa pengaruh sosial merujuk pada sikap atau perilaku, sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain. Pengaruh sosial juga berpengaruh pada perilaku komunikasi, baik secara individual maupun dalam kelompok. Pengaruh sosial lebih ditekankan seorang individu akan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Hyun Shik Yoon *et al* (2013:1113) juga mengatakan telah setuju bahwa lingkungan sosial mempunyai pengaruh yang terbatas karena menekankan hanya

pada bagian normatif yaitu meyakinkan pada diri sendiri dan mengkonsultasikan pada perilaku orang lain, jika pengamatan individu terhadap orang lain memberikan perilaku mungkin seseorang akan terpengaruh untuk meniru tindakan tersebut. Oleh karena itu, para peneliti telah menyatakan kebutuhan untuk meneliti lebih jauh tentang mengartikulasikan hubungan antara pengaruh sosial dan penerimaan teknologi.

Pengaruh antara Persepsi kegunaan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*

Banyak peneliti telah membuktikan secara empiris bahwa persepsi kegunaan mampu untuk mengarahkan nasabah pada pengaruh yang signifikan positif terhadap penggunaan IT atau yang terkait dengan sistem. Setiap individu nasabah akan merasakan kemanfaatan dalam penggunaan *internet banking*, hipotesis menyatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku individu untuk menggunakan layanan *Internet banking*. Kegunaan mengacu pada tujuan dan fungsi dari *internet banking* itu sendiri. Karena pada dasarnya tujuan penggunaan *internet banking* adalah untuk memudahkan pengguna (nasabah) dalam hal melakukan transaksi keuangan (perbankan). Semakin nasabah merasa kegunaan dari *internet banking* mempermudah transaksi maka nasabah akan sering menggunakan *internet banking*.

Menurut Payam Hanafizadeh *et al.* (2013) Persepsi Kegunaan merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan menggunakan *mobile banking*, hal ini berkaitan dengan suatu hal yang bisa diraikan langsung oleh pengguna yang merupakan bagian dari inovasi bagi pengguna. Persepsi kegunaan juga merupakan salah satu faktor yang memotivasi untuk seseorang menggunakan *internet banking*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*

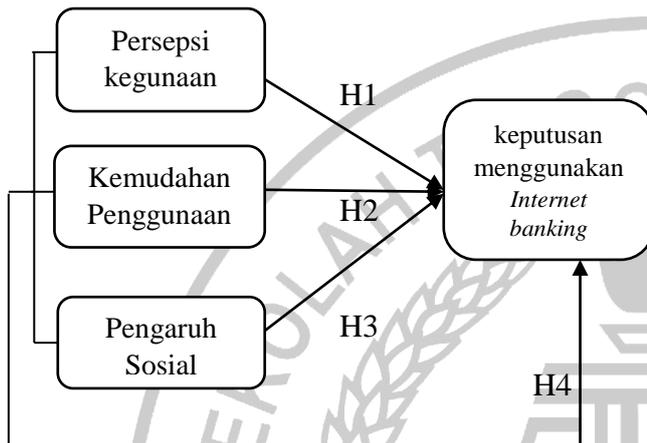
Kemudahan penggunaan sangatlah berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah layanan elektronik perbankan, karena apabila nasabah merasa mudah dalam menjalankan layanan tersebut, niat nasabah akan semakin bertambah dan jumlah transaksi juga akan semakin meningkat sehingga menjadi nilai tambah bagi bank tersebut dan menjadi daya saing yang tinggi. Semakin mudah digunakan suatu aplikasi *internet banking* maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan *internet banking* untuk kegiatan transaksi. Menurut Payam Hanafizadeh *et al.* (2013) hal lain yang bisa mempengaruhi seseorang menggunakan suatu *mobile banking* adalah kemudahan penggunaan aplikasi yang tidak membingungkan pengguna. Faktor ini sejalan dengan persepsi kegunaan dimana dari 2 faktor ini yang paling berpengaruh untuk seorang dalam menggunakan *internet banking*.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Menggunakan *Internet banking*

Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subyektif, dikatakan norma subyektif karena berhubungan dengan norma pembentukan persepsi, yaitu merupakan hasil dari interaksi sosial, perilaku yang oleh banyak orang dikatakan sebagai populer atau normal. Ini berarti norma dapat dan akan berubah dengan individu lainnya harus terus saling mempelajari untuk menentukan norma apa yang ada dan bagaimana cara berperilaku. Semakin besar pengaruh sosial individu untuk mempengaruhi orang lain menggunakan *internet banking* Klik BCA dan semakin banyak orang sekitar yang menggunakan *internet banking* Klik BCA, maka semakin besar peluang nasabah tersebut menggunakan klik BCA. Menurut pendapat dari Hyun Shik Yoon *et al* (2013:1113) pengaruh sosial merupakan

salah satu faktor yang paling mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking* yaitu dengan cara mengubah sikap percaya, persepsi atau tingkah laku satu atau beberapa orang lain.

Kerangka Pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti ini adalah :

- H1** : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA Mojokerto.
- H2** : Kemudahan Penggunaan berpegaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA Mojokerto.
- H3** : Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA Mojokerto.
- H4** : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah

dalam menggunakan *internet banking* BCA Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah BCA yang ada di Mojokerto. Dari populasi selanjutnya dipilih sampel berdasarkan teknik *purposive sampling* yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu sebagai berikut: (1) usia minimal 19 tahun, (2) Nasabah aktif BCA (3) Bertempat di Mojokerto.

Data Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner dimana merupakan data primer, dari hasil penyebaran kuesioner tersebut didapatkan tanggapan responden dan kemudian diolah, disusun, dan dianalisa untuk kebutuhan penelitian yang digunakan.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan BCA sebagai subyek penelitian. Obyek penelitian yaitu menggunakan nasabah BCA yang menggunakan *Internet Banking*.

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu keputusan menggunakan dan variabel independen yaitu persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk memudahkan operasionalnya, maka berikut ini diberikan definisi dari variabel yang akan digunakan beserta dengan pengukurannya.

Keputusan Menggunakan *Internet Banking* BCA

Keputusan menggunakan merupakan pendapat responden tentang sejauh mana nasabah dapat menentukan baik buruknya *internet banking* BCA apakah sesuai dengan kebutuhan pengguna. (1) Nasabah merasa tertarik dengan layanan *internet banking* (2) Nasabah merasa *internet banking* sesuai dengan kebutuhan dalam bertransaksi (3) Nasabah memutuskan untuk menggunakan *internet banking*

Persepsi kegunaan *Internet Banking* BCA

Persepsi kegunaan adalah pendapat nasabah *internet banking* BCA tentang sejauh mana mereka merasakan bahwa dengan menggunakan *internet banking* BCA, kegiatan transaksinya akan lebih mudah, berguna dan efisien. (1) Berguna untuk membantu transaksi (2) Kenyamanan nasabah (3) Kebutuhan nasabah.

Kemudahan Penggunaan *Internet Banking* BCA

Kemudahan penggunaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat responden tentang sejauh mana nasabah menemukan bahwa transaksi dengan menggunakan *internet banking* BCA jauh lebih cepat karena penggunaan aplikasi yang sangat mudah dan tidak membingungkan. (1) Mudah dipahami (2) Mudah digunakan. (3) Tidak membingungkan.

Pengaruh Sosial *Internet banking* BCA

Pengaruh sosial adalah pendapat nasabah tentang sejauh mana kemampuan lingkungan sosial dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking* Klik BCA. (1) Memperoleh saran dari orang-orang sekitar yang mempengaruhi tindakan responden. (2) Melihat perilaku orang-orang sekitar. (3) Penggunaan *internet banking* sebagai status sosial.

Alat Analisis

Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk membuktikan apakah isi kuisioner sudah tepat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur dan cukup dipahami oleh semua responden, yang di indikasikan oleh kecilnya persentasi jawaban responden yang tidak terlalu menyimpang dari responden yang lainnya. Data dinyatakan valid jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 21.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan yang lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dan *output* pada komputer dengan menggunakan *Software* SPSS 21 yaitu teknik analisis dengan formula Alpha Cronbach. Nilai suatu instrumen dikatakan reliabel secara statistik bila nilai Alpha Cronbach $> 0,7$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah error dari model regresi yang terbentuk berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang errornya berdistribusi normal yaitu ketika $\text{sig} > 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada hubungan (korelasi) antara variabel bebas yang dimasukkan dengan model regresi. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas terjadi apabila nilai tolerance pada model regresi $< 0,1$ atau nilai VIF > 10 .

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode waktu dengan kesalahan pengganggu pada periode waktu sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka menunjukkan adanya autokorelasi. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

heteroskedastisitas.

Indikasi heteroskedastisitas terjadi apabila nilai sig <0,05.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Dari hasil pengujian validitas yang telah dilakukan, didapatkan bahwa Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial dan Keputusan menggunakan dinyatakan valid karena nilai sig pada semua variabel tersebut mempunyai nilai sig <0,05 dan bisa dilihat pada tabel 2)

Tabel 2
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Item	Item to Total Correlation	Signifikansi	Keterangan
Perspsi Kegunaan	PK1	0,790	0,000	VALID
	PK2	0,860	0,000	VALID
	PK3	0,861	0,000	VALID
Kemudahan penggunaan	KP1	0,816	0,000	VALID
	KP2	0,796	0,000	VALID
	KP3	0,797	0,000	VALID
Pengaruh Sosial	PS1	0,839	0,000	VALID
	PS2	0,690	0,000	VALID
	PS3	0,881	0,000	VALID
Keputusan Menggunakan Internet Banking	Y1	0,816	0,000	VALID
	Y2	0,795	0,000	VALID
	Y3	0,773	0,000	VALID

Uji reliabilitas

Dari hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan didapatkan bahwa Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan,

Pengaruh Sosial dan Keputusan menggunakan dinyatakan reliable atau konstan, hal ini bisa dilihat pada tabel 3 bahwa semua nilai *cronbach alpha* >0,7

Tabel 3
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	PK1	0,783	Reliabel
	PK2		
	PK3		
Kemudahan Penggunaan	KP1	0,722	Reliabel
	KP2		
	KP3		
Pengaruh Sosial	PS1	0,727	Reliabel
	PS2		
	PS3		
Keputusan Menggunakan Internet Banking	Y1	0,709	Reliabel
	Y2		
	Y3		

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Dari hasil uji normalitas didapatkan bahwa semua variabel atau model regresi yang dimasukkan memiliki nilai sig 0,269 yang berarti mempunyai nilai sig diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang dimasukkan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan, variabel dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai tolerance <0,1 dan nilai VIF >10 dan dari hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,936 dan nilai VIF sebesar 1,068 kemudian variabel kemudahan penggunaan didapatkan bahwa semua variabel independen yaitu persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,889 dan nilai VIF sebesar 1,125 dan pengaruh sosial mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,948 dan nilai VIF sebesar 1,055 yang berarti menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai tolerance <0,1 dan nilai VIF >10 dan ini berarti model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Pada uji autokorelasi terlebih dahulu didapatkan nilai DL dan DU pada uji durbin Watson. Berdasarkan sampel yang berjumlah 80 dan variabel bebas sebanyak 3 maka ditentukan nilai $DU = 1,7153$ dan nilai $DL = 1,5600$. Nilai durbin watson sebesar 2,043 sehingga mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa nilai D terletak pada posisi $DU < D < 4-DU$ atau $1,7153 < 2,043 < 2,28$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak bisa menolak H_0 yang berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, didapatkan bahwa variabel independen yaitu persepsi kegunaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,567 selanjutnya kemudahan penggunaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,939 dan pengaruh sosial memiliki nilai sig 0,401 yg mempunyai arti bahwa semua variabel independen tersebut mempunyai nilai signifikansi >0,05 dan ini berarti model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier berganda, digunakan untuk Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Pengaruh Sosial. Berikut merupakan hasil dari pengolahan data dengan *SPSS 21 for windows* yang ditampilkan pada tabel 5.

Tabel 5
KOEFISIEN REGRESI LINIER
BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1			
	(Constant)	1.806	1.555
	Pktot	.334	.080
	Kptot	.513	.099
	Pstot	.015	.079

Model persamaan analisis regresi penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e_i;$$

dimana:

$$Y = 1,806 + 0,334 PK + 0,513 KP + 0,015 PS + 1,555$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan bahwa :

- Nilai konstanta adalah sebesar 1,806 yang menyatakan bahwa jika persepsi kegunaan (PK), kemudahan penggunaan (KP), pengaruh sosial (PS) sama dengan nol maka keputusan menggunakan (Y) sebesar 1,806
- Nilai koefisien regresi persepsi kegunaan (PK) adalah sebesar 0,334 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan persepsi kegunaan (PK) akan meningkatkan keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,334 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sehingga sebaliknya jika penurunan satu satuan keputusan penggunaan akan menurunkan keputusan menggunakan (Y) sebesar

0,334 dengan anggapan variabel lainnya tetap.

- Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan (KP) adalah sebesar 0,513 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan kemudahan penggunaan (KP) akan meningkatkan keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,513 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sehingga sebaliknya jika penurunan satu satuan kemudahan penggunaan akan menurunkan keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,513 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
- Nilai koefisien regresi pengaruh sosial (PS) adalah sebesar 0,015 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pengaruh sosial (PS) akan meningkatkan keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,015 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sehingga sebaliknya jika penurunan satu satuan pengaruh sosial akan menurunkan keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,015 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
- Nilai standart *error* adalah standart deviasi dan nilai dari rata-rata. Sehingga standart *error* langsung dijumlahkan dari keseluruhan data dengan menggunakan software alat analisis komputer SPSS 21 yang mendapatkan hasil sebesar 1,555

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji t

Uji t adalah suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu Persepsi Kegunaan (PK), Kemudahan Penggunaan (KP) dan Pengaruh Sosial (PS) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto (Y).

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh signifikan positif persepsi kegunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.
- Ha₁ : Terdapat pengaruh signifikan positif persepsi kegunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.
- H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh signifikan positif kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.
- Ha₂ : Terdapat pengaruh signifikan positif kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.
- H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh signifikan positif pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.
- Ha₃ : Terdapat pengaruh signifikan positif pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.

Tabel 6
HASIL PERHITUNGAN UJI t

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.806	1.555		1.161	.249
1 pktot	.334	.080	.369	4.183	.000
kptot	.513	.099	.469	5.184	.000
pstot	.015	.079	.016	.186	.853

Dari data olahan SPSS pada tabel 8 maka dapat diketahui uji T dari Probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi <0,05 maka H₀ ditolak dan Ha diterima.

Persepsi Kegunaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Menggunakan *internet banking* adalah berpengaruh signifikan, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 4,183 dan signifikansi 0,000 atau < 0,05

Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan *internet banking* adalah berpengaruh signifikan positif, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 5,184 dan signifikansi 0,000 atau < 0,05

Pengaruh Sosial

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Menggunakan *internet banking* adalah tidak berpengaruh signifikan, hal ini ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 0,186 dan signifikansi 0,853 atau > 0,05

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui taraf signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel X (variabel bebas) yaitu persepsi kegunaan (PK), kemudahan penggunaan (KP), dan pengaruh sosial (PS) secara individu terhadap variabel terkait (Y) keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto secara bersama-sama. Penilaian dari uji F ini dinyatakan signifikan berpengaruh jika signifikan < 0,05. Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa hasil F hitung sebesar 20,472 dan nilai probabilitas (sig.F) sebesar 0,000 atau < taraf signifikan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan (PK), kemudahan penggunaan (KP) dan pengaruh sosial (PS) secara simultan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan menggunakan (Y) *internet banking* BCA di Mojokerto.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejumlah kemampuan

model dalam menerangkan variabel-variabel dependen dan nilai determinasi berada diantara nol sampai satu. Dari hasil Uji R^2 dapat diketahui model *summary* besarnya R Square adalah 0,447 atau sebesar 44,7% yang berarti persepsi kegunaan (PK), kemudahan penggunaan (KP) dan pengaruh sosial (PS) sebesar 44,7%. Sedangkan 55,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Pembahasan

Berikut adalah uraian pembahasan dari masing-masing variabel tersebut yang telah diuji melalui analisis statistik dan pengujian hipotesis

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* BCA di Mojokerto.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa variabel Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* pada nasabah BCA di Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi terhadap variabel Persepsi Kegunaan (PK) memiliki total probabilitas Signifikan t sebesar $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa, H_1 : Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto telah terbukti kebenarannya. Sehingga semakin banyak pengguna *internet banking* BCA merasa terbantu maka semakin banyak pula nasabah yang memutuskan untuk menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.

Pengaruh signifikansi variabel persepsi kegunaan terhadap keputusan menggunakan *internet banking* BCA maknanya adalah sebagian besar responden mempersepsikan bahwa *internet banking* BCA telah banyak membantu nasabah dalam bertransaksi, *internet banking* BCA berguna untuk transaksi keuangan nasabah, nasabah merasa nyaman saat menggunakan *internet*

banking BCA, *internet banking* BCA juga dapat memenuhi kebutuhan jasa perbankan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan secara umum *internet banking* Bank BCA layak untuk digunakan.

Variabel independen dalam penelitian ini mempunyai hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Payam Hanafizadeh *et al* (2013) yang berjudul *Mobile-Banking Adoption by Iranian Bank Clients* yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, keputusan menggunakan *internet banking* BCA dipersepsikan dapat membantu nasabah dalam bertransaksi maka persepsi kegunaan secara langsung mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* BCA di Mojokerto.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* BCA di Mojokerto.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* pada nasabah BCA di Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi terhadap variabel Kemudahan Penggunaan (KP) memiliki total probabilitas Signifikan t sebesar $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa, H_1 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto telah terbukti kebenarannya. Sehingga semakin mudah penggunaan *internet banking* BCA maka semakin banyak pula nasabah yang memutuskan untuk menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto.

Pengaruh signifikansi variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *internet banking* BCA maknanya adalah sebagian besar responden mempersepsikan bahwa BCA telah memberikan kemudahan nasabah

dalam bertransaksi, *internet banking* BCA mudah dipahami, *internet banking* BCA memudahkan nasabah untuk melakukan berbagai kegiatan perbankan, layanan *internet banking* Bank Mandiri tidak membingungkan. Sehingga dapat disimpulkan secara umum *internet banking* BCA mudah digunakan.

Variabel independen dalam penelitian ini mempunyai hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Payam Hanafizadeh *et al* (2013) yang berjudul *Mobile-Banking Adoption by Iranian Bank Clients* yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, keputusan menggunakan *internet banking* BCA dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka persepsi kemudahan penggunaan secara tidak langsung mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* BCA di Mojokerto.

Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking BCA di Mojokerto.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa Pengaruh Sosial (PS) memiliki pengaruh yang tidak signifikan positif terhadap keputusan menggunakan (Y) *internet banking* BCA di Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi terhadap variabel Pengaruh Sosial (PS) memiliki total probabilitas Signifikan t sebesar $0,853 > 0,05$ yang dapat diartikan bahwa, H_2 : Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto tidak terbukti kebenarannya. Sehingga semakin banyak pengaruh dari lingkungan sekitar yang dirasakan nasabah belum tentu dapat mempengaruhi keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Mojokerto

Dilihat dari hasil kuesioner menyatakan bahwa sebagian besar responden tidak setuju atas pernyataan

mengenai nasabah mendapatkan saran dari orang-orang sekitar untuk menggunakan *internet banking* BCA, nasabah menggunakan *internet banking* BCA karena melihat orang sekitar yang sama-sama menggunakannya dan nasabah menggunakan *internet banking* BCA sebagai penanda status sosial sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah menggunakan *internet banking* BCA atas dasar keinginan sendiri dan bukan karena faktor lingkungan sekitar. Hal ini dibuktikan dari jawaban responden bahwa nasabah menggunakan *internet banking* atas dasar kemauan dan kebutuhan pribadi. Kemauan ini terlepas dari pengaruh sekitar tentang *feedback* penggunaan *internet banking*.

Pada penelitian Hyun Shik Yoon & Linsey M. Barker Steege (2013) menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Kolombia. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor seperti keinginan yang kuat akan kebutuhan *internet banking*, kekuatan mempengaruhi sekitar yang lemah dan penanda status sosial.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian ini bahwa Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* BCA sedangkan Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* BCA di Mojokerto.

Pada penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu jumlah responden yang dibawah 100 dan waktu pengembalian kuesioner yang cukup lama. Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya mencari responden yang lebih banyak lagi dan menjalin relasi dengan

repositor yang baik agar pengembalian kuesioner bisa cepat.

DAFTAR RUJUKAN

- Bank Indonesia. 1995. *Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia nomor 27/164/KEP/DIR tanggal 31 Maret 1995 tentang Penggunaan Teknologi Sistem Informasi oleh Bank*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Burhan Bungin, 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Hanafizadeh, Payam., Behboudi Mehdi., dan Abedini, Amir. 2013. "Mobile-Banking Adoption by Iranian Clients". *Telematics and Informatics* 31. Pp 62-78
- Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Pangih Rizky Dwi Istiarni dan Paulus Basuki Hadiprajitno. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening". *Journal of Accounting* Vol. 03, Nomor 02. Pp 1-10.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta Hal : 80.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Voorhis, Van C.R.W dan Morgan, B.L. 2007. "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sampel Size". *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. Vol: 3(2), p,43-50.
- Yoon, Hyun Shik and Linsey, M. Barker Steege. 2013. "Development Of A Quantitative Model Of The Impact Of Customers Personality and Perceptions On Internet Banking Use", *Computers In Human Behavior* 29 Pp 1133-1141.
- Yoon, Hyun Shik and Occena, Luis. 2014. "Impact Of Customers' Perceptions On Internet Banking Use With A Smart Phone", *Journal Of Computer Information Systems*, 54:3, 1-9.
- www.bca.co.id (diakses pada 10 Maret 2017)
- www.bi.go.id/ (diakses pada 10 Maret 2017)
- www.emingko.com/2016/06/masalah-utama-internet-banking-Klik-BCA.html?m=1 (diakses pada 10 Maret 2017)
- www.howmoneyindonesia.com/2015/03/05/internet-banking-bermasalah-bca/ (diakses pada 10 Maret 2017)
- www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_in dex_2016 (diakses pada 10 Maret 2017)