

**PENGARUH SOSIAL DAN KONDISI YANG MENDUKUNG PADA PENGGUNAAN
INTERNET BANKING DENGAN MEDIASI
NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
BNI DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

**I Gede Bagus Eka Sentosa
2013210708**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : I Gede Bagus Eka Sentosa
Tempat, Tanggal Lahir : Narmada, 15 April 1994
NIM : 2013210708
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Sosial dan Kondisi yang Mendukung Pada Penggunaan *Internet Banking* dengan Mediasi Niat Menggunakan *Internet Banking* BNI di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanggal: 19-09-2017



(BURHANUDIN, S.E., M.SI., Ph.D)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal: 19-09-2017



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

PENGARUH SOSIAL DAN KONDISI YANG MENDUKUNG PADA PENGGUNAAN INTERNET BANKING DENGAN MEDIASI NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING BNI DI SURABAYA

I Gede Bagus Eka Sentosa
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2013210708@students.perbanas.ac.id

BURHANUDIN
STIE Perbanas Surabaya
Email : burhanudin@perbanas.edu
Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of social influence towards behavioural intention to use internet banking , facilitating conditions towards use internet banking, and behavioural intention toward use internet banking Bank BNI at Surabaya. This study used judgement sampling methods based on criteria of this research. Data were collected from 30 respondents who used internet banking services Bank BNI at Surabaya. The analysis method used in this study was multiple PLS-SEM and using PLS version 2.0. So, this study showed the influence of social influence positive significantly influenced to behavioural intention, behavioural intention positive significantly influenced toward use internet banking and facilitating conditions positive significantly influenced toward use internet banking BNI at Surabaya.

Keyword: *Social influence, facilitating conditions, behavioural intention, use internet banking*

PENDAHULUAN

Suatu bank dalam memberikan fasilitasnya sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan atau keinginan nasabah. Fasilitas bank dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya, sehingga nasabah dapat menikmati fasilitas tersebut dengan mudah dan nyaman.

Hal ini yang membuat promosi sangat penting untuk kelancaran promosi bank. Nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah, Oleh karena itu fasilitas yang di tawarkan bank dapat dipahami atau di mengerti oleh nasabah sehingga muncul keinginan nasabah untuk menggunakan fasilitas bank tersebut. Pengenalan fasilitas

bank merupakan cara yang efektif bagi bank untuk mengenalkan fasilitasnya dari nasabah yang tidak tahu dan tidak menggunakan menjadi tertarik dan menggunakan fasilitas bank tersebut.

Bank menggunakan pengenalan fasilitasnya untuk membuat nasabah menggunakan fasilitas bank tersebut, sehingga nasabah menggunakan fasilitas bank dan membuat orang pemasaran bank lebih aktif dalam memasarkan fasilitas bank itu. Selain itu pengenalan fasilitas bank bisa membuat permintaan penggunaan fasilitas bisa meningkat, Dengan pengenalan fasilitas bank nasabah dapat mencoba dan

menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh bank, tetapi tidak semua nasabah menggunakan Internet Banking. Disinilah perlu membuat pengenalan fasilitas yang baik dan jelas agar nasabah paham benar dengan apa yang di jelaskan oleh bank, dan bank sangat mengharapkan nasabah dapat pengaruh positif terhadap fasilitas bank tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap beberapa hal yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan fasilitas bank Internet Banking Bank BNI, diantaranya yaitu nasabah melihat apakah fasilitas tersebut berkualitas dan apakah bermanfaat baik untuk digunakan karna banyak fasilitas bank yang jaringannya terkadang eror dan lain sebagainya.

Obyek penelitian ini adalah Bank BNI disini Bank BNI merupakan Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank BNI, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan

perekonomian Indonesia. Untuk mengetahui kinerja bank BNI ini di butuhkan data survei untuk mendapatkan informasi yang akurat untuk mengetahui dan pengambilan keputusan. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan resiko keamanan terhadap penggunaan internet banking pada bank mandiri apakah hal tersebut dapat mempengaruhi peningkatan jumlah penggunaan Mobile banking dan dapat mengurangi kekurangan yang ada di dalam bank. Banyak bank yang memiliki fasilitas *Internet Banking*. BNI merupakan salah satu bank yang dimiliki oleh pemerintah.. Bank BNI kini telah memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia dengan banyak nasabah, tetapi tidak semua nasabahnya menggunakan *Internet Banking* dalam bertransaksi. dilihat survey dari Top Brand Index dimana pada tahun 2014 *Internet Banking* mengalami peningkatan dari 9,6% menjadi 11,5% di tahun 2015 namun pada tahun 2016 mengalami penurunan dari 6,3% . Dibawah ini merupakan daftar Top Brand Index dari tahun 2014-2016.

Tabel 1.1
DAFTAR INTERNET BANKING

Merek	TBI (2014)	TBI (2015)	TBI (2016)
BNI	9,6%	11,5%	6,3%

Sumber: www.topbrand-award.com

Seharusnya dengan adanya internet banking bank BNI pekerjaan menjadi lebih mudah dan cepat tetapi diilihat dari data diatas pengguna internet banking bank BNI tidak stabil mungkin hal tersebut karna tidak sesuai persepsi nasabah terhadap internet banking bank BNI yang memudahkan transaksi tetapi malah sebaliknya dan ada isue kasus pembobolan melalui *internet banking* oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga nasabah kehilangan uangnya dan bank harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita nasabah bank BNI yang

menggunakan *internet banking*. Kejadian lain yaitu pencurian data nasabah hingga modus pencurian akun email untuk penyalahgunaan melalui fasilitas *internet banking*. (<http://kompas.com/>).

Kenyataan ini menunjukkan masih terdapat masalah dalam internet banking bank BNI, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari tau apakah variabel pengaruh sosial dan kondisi yang mendukung menjadi penyebab penurunan penggunaan internet banking BNI.

Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian yang berkaitan dengan kinerja keuangan suatu bank. Banyak faktor yang membuat nasabah ingin menggunakan fasilitas internet banking sebuah bank, salah satu faktornya adalah Social influence (Pengaruh sosial) yaitu pengaruh lingkungan nasabah baik dari segi keluarga, sahabat, teman, maupun pacar dalam menggunakan internet banking hal tersebut bisa sangat mempengaruhi penggunaan internet banking, Facilitating conditions (Kondisi yang mendukung) yang berarti nasabah mengharapkan fasilitas *internet banking* sebuah bank itu mendukung untuk memudahkan transaksi-transaksi secara efektif dan cepat, dan *Intention to Use internet banking* (Niat menggunakan *internet banking*) yaitu sebanyak apa manfaat yang dapat diambil dan digunakan dalam penggunaan *internet banking* agar dapat memunculkan niat untuk menggunakan *internet banking* itu sendiri.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Pengaruh Sosial

Pengertian Pengaruh Sosial adalah menurut Nugroho J Setiadi berpendapat bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen, faktor sosial yang dimaksud adalah kelompok referensi yang berpengaruh dari keluarga, teman, tetangga, teman sejawat, dan kelompok aspirasi.

Menurut Ben Chang (2015) mendefinisikan pengaruh sosial sebagai "tingkat di mana seseorang percaya bahwa orang lain mengira mereka harus menggunakan layanan perdagangan elektronik". Mahadeo (2009) mendefinisikan pengaruh sosial ke eksternal dan interpersonal. Yang pertama mencakup laporan media massa, pendapat ahli, dan informasi nonpersonal lainnya, sementara yang lainnya mencakup kata

dari mulut ke mulut dari teman, kolega, dan atasan.

Keputusan yang akan dipilih oleh responden setelah mengevaluasi pengaruh yang diberikan oleh orang yang disekitar, orang yang dipercaya dan orang yang berpengalaman dalam menggunakan Internet Banking.

Pengaruh sosial telah diuji sebelumnya pada sampel yang berbeda, yang menunjukkan hasil bahwa, seseorang individu merasakan bahwa orang lain harus menggunakan sistem baru karena lingkungan sekitar, pengaruh sosial menggunakan *internet banking* dapat diukur sebagai berikut:

1. Orang-orang biasa saya mintai saran berfikir saya seharusnya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who influence my behavior think that I should use internet banking*)
2. Orang-orang yang saya anggap penting menyarankan saya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who are important to me think that I Should use internet banking*)
3. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan internet banking terlihat lebih bergengsi di banding yang tidak menggunakan. (*People in my environment who use internet banking service have more prestige than those who do not*)
2. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan internet banking terlihat lebih tinggi status sosialnya di banding yang tidak menggunakan (*People in my environment who use internet banking servis have high profil*)
3. Penggunaan internet banking menjadi simbol kelas atas. (*Having internet banking services is a status symbol in my environment*)

Kondisi yang mendukung

Kondisi mendukung adalah sebuah konsep yang bertujuan untuk mengukur persepsi

pengguna lingkungan teknologi. Kondisi mendukung mencerminkan pengaruh infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan Internet Banking, seperti pengguna pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya, Ana Carolina (2014).

1. Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan *Internet Banking*. (*I have the resources necessary to use Internet Banking*)
2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Internet Banking*. (*I have the knowledge necessary to use Internet Banking*)
3. Terdapat bantuan dalam nasabah menggunakan *Internet Banking* (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
4. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
5. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)

Niat Menggunakan *Internet Banking*

Menurut Jogianto (2007:32) Minat Prilaku masih merupakan suatu minat. Minat adalah keinginan untuk melakukan prilaku, minat belum berupa prilakunya. Prilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Minat menggunakan adalah suatu fungsi dari sikap dan norma-norma subyektif terhadap perilaku. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku di prediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku itu. Minat perilaku adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu prilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto,2009:116).

Menurut Jogiyanto (2009:31) terdapat teory tindakan beralasan yang mengandung penentu dasar minat, yaitu:

1. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sikap seseorang dikombinasikan dengan norma-norma subyektifnya akan membentuk minat perilakunya. Norma subyektif yaitu presepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang di pertimbangkan.

Niat menggunakan merupakan keinginan di dalam rangka memiliki, menggunakan atau membuang produk atau jasa. Agar dapat memahami perilaku daripada pengguna atau konsumen secara tepat pemasar perlu memperhatikan tindakan langsung yang di lakukan konsumen untuk mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang atau jasa. perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang di lakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Memiliki rencana Berniat menggunakan *internet banking* pada Bank BNI bulan mendatang. (*intend to use the system in the next months.*)

1. Prediksi menggunakan *internet banking* pada Bank BNI bulan-bulan mendatang. (*predict would use Internet Banking in the next months.*)

2. Berencana untuk menggunakan sistem dalam bulan selanjutnya. (*plan to use the system in the next months..*)
3. Berniat melihat saldo rekening melalui *internet banking*. (*intend to consult the balance of account on the platform of internet banking*)
4. Berniat melakukan transfer melalui *internet banking*. (*intend to perform a transfer on the platform of internet banking*)

Penggunaan internet banking

Jogiyanto (2009:26) Prilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Prilaku adalah sikap yang telah dilakukan reponden dalam pengguna *Internet banking*. Menurut Jogiyanto (2009:35) di dalam teory tindakan beralasan ingin menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan prilaku, sebagai berikut:

1. Perilaku diasumsikan ditentukan oleh minat.
2. Minat-minat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku dan norma-norma subyektif.
3. Mempertimbangkan sikap-sikap dan norma-nortma subyektif dalam bentuk kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi-ekspektasi normative dari orang yang direfrensi yang relevan.
 1. Setahun sekali (*once a year*)
 2. Enam bulan sekali(*once in six months*)
 3. Tiga bulan sekali (*once in three months*)
 4. Sebulan sekali (*once a month*)
 5. Seminggu sekali (*once a week*)
 6. 4-5 hari sekali (*once in 4-5 days*)
 7. 2-3 hari sekali (*once in 2-3 days*)
1. Hampir setiap hari (*almost every day*)

Hubungan Pengaruh Sosial dengan Niat Menggunakan *Internet Banking*

Menurut Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Pengaruh sosial (SI) mencerminkan

pengaruh faktor lingkungan . Pendapat mereka akan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi layanan *internet banking*. SI mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan dipengaruhi oleh pendapat keluarga, saudara atau teman mereka. Pengaruh Sosial (SI) dapat didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasa bahwa orang penting lainnya (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Didalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *Internet Banking* Bank BNI. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan Niat Menggunakan dengan Penggunaan *Internet Banking*

Menurut Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Untuk menjaga konsistensi dengan teori dasar untuk semua model niat, itu diharapkan niat menggunakan akan memiliki pengaruh positif yang signifikan. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa Niat menggunakan berpengaruh terhadap penggunaan *Internet Banking*. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 2 : Niat menggunakan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan Kondisi yang Mendukung dengan Penggunaan *Internet Banking*

Dalam penelitian Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Kondisi yang mendukung (FC) mencerminkan efek organisasi dan teknis

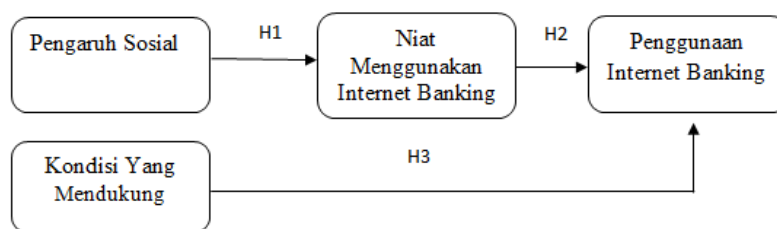
Infrastruktur untuk mendukung penggunaan perbankan Internet, seperti pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya pengguna. Hal ini mirip dengan persepsi kontrol perilaku.

Menurut Khushbu Madan Rajan Yadav (2016) dalam penelitiannya menyebutkan Kondisi yang mendukung (FC) mencakup sumber daya dan lingkungan fisik yang diperlukan untuk adopsi dan penggunaan produk, layanan atau teknologi yang efektif. Kondisi yang mendukung (FC) mengacu pada kepercayaan seseorang tentang memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi layanan apa pun. Kondisi yang mendukung (FC) telah dianggap oleh banyak peneliti sebelumnya

sebagai faktor penting yang menentukan maksud penggunaan secara signifikan untuk teknologi serupa seperti internet, mobile commerce, mobile banking dan sejenisnya. Dalam penelitian Carolina (2016) menyatakan bahwa Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan internet banking. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 3 : Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan internet banking BNI di Surabaya

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya merupakan orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian Mudrajad (2013 : 119). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI di Surabaya.

Sampel merupakan suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Mudrajad (2013 : 118). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI berada di beberapa instansi yang ada di wilayah Surabaya yang sudah menggunakan

Internet Banking Bank BNI di Surabaya dan memenuhi kriteria sebagai responden.

Menurut Haris (1975) dalam Douglas and Wright (2013:391), penentuan ukuran sampel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = 50 + 8k \dots \dots \dots (1)$$

$$N = 50 + 8k$$

$$N = 50 + 8(2) = 66$$

Dimana :

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

Dilihat dari perhitungan diatas maka jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah minimal 66 responden.

Teknik *Judgment Sampling* digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini adalah salah satu jenis dimana peneliti memilih

sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud peneliti.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Nasabah yang sudah menggunakan Internet Banking BNI
2. Usia lebih dari 19 tahun

Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari hasil survei dengan mengedarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang dibagikan kepada responden terdiri atas pertanyaan tertutup dan terbuka, yaitu dengan alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai pilihan dan pertanyaan uraian tentang pendapat responden.

Variabel Penelitian

Variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi variable dependen Penggunaan internet banking, variable mediasi yaitu niat menggunakan, dan variable bebas yaitu pengartuh social dan kondisi yang mendukung.

Definisi Operasional Variabel Penggunaan Internet Banking

Pengguna internet banking adalah pendapat responden mengenai keputusannya untuk menggunakan sebuah fasilitas/jasa dan hal tersebut ditentukan oleh minat responden dalam menggunakan Internet Banking Bank BNI. Dalam penelitian ini pengguna internet banking diukur dengan beberapa indikator sebagai :
Seberapa sering anda menggunakan *internet banking* (*What is your actual frequency of use of Internet Banking services?*). Indikator ini mengandung arti bahwa sesering apa pengguna membuka dan menggunakan layanan *internet banking* :

1. Setahun sekali (*once a year*)

2. Enam bulan sekali (*once in six months*)
3. Tiga bulan sekali (*once in three months*)
4. Sebulan sekali (*once a month*)
5. Seminggu sekali (*once a week*)
6. 4-5 hari sekali (*once in 4-5 days*)
7. 2-3 hari sekali (*once in 2-3 days*)
8. Hampir setiap hari (*almost every day*)

Niat menggunakan

Niat menggunakan adalah pendapat responden mengenai keinginan seseorang untuk menggunakan sebuah fasilitas dan belum berupa tindakan hal ini masih niat responden dalam menggunakan fasilitas *Internet Banking* Bank BNI di Surabaya. Niat Menggunakan diukur dengan indicator sebagai berikut:

1. Memiliki rencana Berniat menggunakan *internet banking* pada Bank BNI bulan mendatang. (*intend to use the system in the next months.*)
2. Prediksi menggunakan *internet banking* pada Bank BNI bulan-bulan mendatang. (*predict would use Internet Banking in the next months.*)
3. Berencana untuk menggunakan sistem dalam bulan selanjutnya. (*plan to use the system in the next months..*)
4. Berniat melihat saldo rekening melalui *internet banking*. (*intend to consult the balance of account on the platform of internet banking*)
5. Berniat melakukan transfer melalui *internet banking*. (*intend to perform a transfer on the platform of internet banking*)

Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial yaitu sebuah keputusan responden untuk memilih sebuah fasilitas yang di pengaruhi oleh lingkungan sekitar/terdekat responden dan orang tersebut sudah berpengalaman dalam menggunakan Internet Banking Bank BNI di Surabaya.

1. Orang-orang biasa saya mintai saran berfikir saya seharusnya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who influence my behavior think that I should use internet banking*)
2. Orang-orang yang saya anggap penting menyarankan saya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who are important to me think that I Should use internet banking*)
3. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan internet banking terlihat lebih bergengsi di banding yang tidak menggunakan. (*People in my envirotnment who use interntet banking service have more prestige than those who do not*)
4. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan internet banking terlihat lebih tinggi status sosialnya di banding yang tidak menggunakan (*People in my environment who use internet banking servis have hight profil*)
5. Penggunaan internet banking menjadi symbol kelas atas. (*Having internet banking services is a status symbol in my invirontment*)

Kondisi yang Mendukung

Kondisi yang mendukung yaitu pendapat responden tentang tingkat ketika seseorang yakin terhadap layanan Internet Banking Bank BNI di Surabaya dapat mendukung dalam memanfaatkan layanan tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur yaitu:

1. Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan

Internet Banking. (I have the resources necessary to use Internet Banking)

2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Internet Banking.*(*I have the knowledge necessary to use Internet Banking*)
3. Terdapat bantuan dalam nasabah menggunakan *Internet Banking* (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
4. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
5. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran hasil dari penelitian mengenai responden yang menggunakan layanan internet banking BNI. Sebelum menganalisis data, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap beberapa variable yang akan diteliti. Dub bab analisis deskriptif ini menjelaskan mengenai distribusi variabel bebas dan variabel terikat.

Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Sosial

Tabel 1
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Sosial

Pernyataan	Mean	Penilaian
PS_1	3,55	Setuju
PS_2	3,25	Netral
PS_3	3,92	Setuju
PS_4	3,66	Setuju

PS_5	3,81	Setuju
Mean	3,64	Setuju

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel pengaruh sosial maka variabel pengaruh sosial pada nasabah internet banking BNI tertinggi yaitu sebesar 3,92 (indikator PS_3), dan yang terendah yaitu sebesar 3,25 (indikator PS_2) dan yang bilamana secara total

dirata-ratakan bernilai 3,64. Nilai tersebut sudah menandakan bahwa pengaruh sosial berada dalam taraf baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 3,64 yang berarti "setuju".

Analisis Deskriptif Variabel Kondisi yang Mendukung

Tabel 2

Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Kondisi yang Mendukung

Pernyataan	Mean	Penilaian
KM_1	3,82	Setuju
KM_2	3,06	Netral
KM_3	3,54	Setuju
KM_4	3,39	Netral
Mean	3,45	Setuju

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kondisi yang mendukung internet banking BNI nilai terendah sebesar 3,06 (indikator KM_2) dan tertinggi sebesar 3,82 (indikator KM_1) yang bilamana secara total dirata-ratakan bernilai 3,45.

Nilai tersebut sudah menandakan bahwa kondisi yang memungkinkan berada dalam taraf baik atau tinggi dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 3,45 yang berarti "setuju".

Analisis Deskriptif Variabel Niat Menggunakan

Tabel 3

Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Niat Menggunakan

Pernyataan	Mean	Penilaian
NM_1	3,17	Netral
NM_2	3,64	Setuju
NM_3	3,49	Setuju
NM_4	3,74	Setuju
NM_5	3,36	Netral
Mean	3,48	Setuju

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel niat menggunakan pada nasabah internet banking BNI berada antara nilai terendah sebesar 3,17 (indikator NM_1) dan tertinggi sebesar 3,74 (indikator NM_4)

yang total dirata-ratakan bernilai 3,48. Nilai tersebut sudah menandakan bahwa niat menggunakan berada dalam taraf baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 3,48 yang berarti "setuju".

Hasil Analisis Dan Pembahasan

Tabel 5
HASIL UJI PARSIAL UJI t)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics (O/STERR)
KM -> PP	0.177166	0.185816	2.264989
NM -> PP	0.277191	0.274068	3.151184
PS -> NM	0.408607	0.41316	5.440102

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat

Hipotesis pertama penelitian ini yang menyatakan bahwa “Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan internet banking BNI di Surabaya” terbukti kebenarannya. Hasil analisa data penelitian ini memperlihatkan temuan bahwa pengaruh sosial berpengaruh sebesar 0,409 terhadap guna dengan $t_{\text{statistic}}$ sebesar 5,440 ($p > 1,96$).

Dengan kata lain, maka pengaruh sosial menggunakan internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan internet banking. Perubahan sedikit saja pada pengaruh sosial maka akan menyebabkan perubahan relatif besar pada niat menggunakan internet banking.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Khushbu Madan Rajan Yadav (2016), Carolina Martins, namun tidak sesuai dengan hasil penelitian Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012). Pengertian Pengaruh Sosial adalah menurut Nugroho J Setiadi berpendapat bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen, faktor sosial yang dimaksud adalah kelompok referensi yang berpengaruh dari keluarga, teman, tetangga, teman penggunaan internet banking BNI di Surabaya” terbukti kebenarannya.

Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Penggunaan

Hasil analisa data penelitian ini memperlihatkan temuan bahwa niat berpengaruh sebesar 0,277 terhadap guna dengan $t_{\text{statistic}}$ sebesar 3,115 ($p > 1,96$).

Dengan kata lain, maka niat menggunakan internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet banking. Perubahan sedikit saja pada niat menggunakan internet banking akan membawa perubahan relatif besar terhadap penggunaan internet banking. Jogianto (2007:32)

Minat Prilaku masih merupakan suatu minat. Minat adalah keinginan untuk melakukan prilaku, minat belum berupa prilakunya. Prilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Minat menggunakan adalah suatu fungsi dari sikap dan norma-norma subyektif terhadap perilaku. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku di prediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku itu.

Minat perilaku adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2009:116). Dengan kata lain, niat konsumen yang meningkat akan menyebabkan peluang konsumen melakukan penggunaan suatu produk akan semakin tinggi pula.

Pengaruh Kondisi yang Mendukung terhadap Penggunaan

Hipotesis ketiga penelitian ini yang menyatakan “Kondisi yang mendukung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking BNI di Surabaya” terbukti kebenarannya. Hasil analisa data penelitian ini memperlihatkan temuan bahwa kondisi yang mendukung

berpengaruh sebesar 0,177 terhadap guna dengan $t_{\text{statistic}}$ sebesar 2,265 ($p > 1,96$). Dengan kata lain, maka kondisi yang mendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet banking. Sedikit saja perubahan pada kondisi yang mendukung akan menyebabkan perubahan relatif besar terhadap penggunaan internet banking. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Khusbu Madam Rajan Yadav (2016) maupun Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2014). penelitian Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Kondisi yang mendukung (FC) mencerminkan efek organisasi dan teknis Infrastruktur untuk mendukung penggunaan perbankan Internet, seperti pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya pengguna. Hal ini mirip dengan persepsi kontrol perilaku. Menurut Khushbu Madan Rajan Yadav (2016) dalam penelitiannya menyebutkan Kondisi yang mendukung (FC) mencakup sumber daya dan lingkungan fisik yang diperlukan untuk adopsi dan penggunaan produk, layanan atau teknologi yang efektif. Kondisi yang mendukung (FC) mengacu pada kepercayaan seseorang tentang memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi layanan apa pun.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini dengan tujuan menjawab rumusan masalah. Berikut kesimpulan dari penelitian ini :

1. Pengaruh Sosial mempunyai pengaruh yang signifikan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan *internet banking* Bank BNI di Surabaya. Pengaruh Sosial mempengaruhi niat

nasabah untuk menggunakan internet banking BNI.

2. Niat Menggunakan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap Penggunaan *internet banking* Bank BNI di Surabaya. Niat Menggunakan mempengaruhi Penggunaan internet banking BNI di Surabaya.
3. Kondisi yang Mendukung Mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *internet banking* Bank BNI di Surabaya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kondisi yang mendukung mempengaruhi nasabah untuk menggunakan internet banking BNI.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti sedikit kesulitan untuk mendapatkan responden ketika membagi kuesioner di depan ATM BNI karna banyak yang menolak karna terburu-buru.
2. Peneliti kesulitan saat mengolah data karna laptop terkena virus dan eror.

Saran

1. Bagi Bank BNI

Berdasarkan penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang telah diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BNI di Surabaya

Saran untuk Bank BNI di Surabaya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk tetap menjaga manajemen pemasaran bank agar dapat berjalan baik dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang telah diteliti oleh peneliti. Dilihat dari hasil uji tanggapan

responden pada variabel pengaruh sosial nilai mean yang paling tinggi merupakan PS3 yaitu Orang-orang disekitar saya menggunakan internet banking BNI terlihat lebih bergengsi dibanding yang tidak menggunakan sebagai nasabah BNI, hal ini menunjukkan bahwa nasabah puas dengan statusnya maka Bank dapat meningkatkan kualitas layanan *internet banking* sehingga dapat meningkatkan kualitas transaksi nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan untuk menambah variabel-variabel bebas lainnya. Jika melihat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khushbu Madan Rajan Yadav (2016), maka peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi mendukung, nilai keuntungan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, persepsi dukungan regulasi, manfaat promosi atau variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas penelitian agar memperoleh lebih banyak responden sehingga akan menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

Ben Chang Shia, Mingchih Chen, Agus David Ramdanyah, Shuyan Wang.2015. "Comparison of Decision Making in Adopting E-Commerce between Indonesia and Chinese Taipei". *American Journal of Industrial and Business Management*.5, 748-768

Bonett, Douglas and Wright, Thomas. 2014. Sampel Size Planing for Multiple Corelation Reply to Shieh 2013. *Psicothema*. Vol 26 No. 3, pp. 391-394.

Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2014). "Understanding the Internet Banking adoption: A unified theory of acceptance and use technology and perceived risk application". *Internstional Journal of Information Management*. Vol. 30, Nos. 9-10

Christina Whidya, 2010. *Strategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Riset Moderen Di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : BP Universitas Diponegoro

Jogiyanto, HM. (2009). *Analisis dan Desain*. Yogyakarta : Andi OFFSET.

Khushbu Madan Rajan Yadav (2016). " Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective." . *The Journal Contemporary Management Research*. Vol. 8 Iss 3 pp. 227 - 244

Kotler, Philip, dan K.L Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran Jakarta Erlangga.

Malhotra, Naresh K 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Penerapan Terapan*. Edisi ke Empat Jilid 1 Jakarta : Indeks.

Mudrajad Kuncoro .2013.*Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*.Edisi 4. Jakarta: Erlangga

Mahadeo, J.D. (2009). "Towards an Understanding of the factors influencing the acceptance and Diffusion of E-Government Services Electronic". *Journal of e-Government*. Vol 7 Pp. 391-402.

Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

<http://www.topbrand-award.com/>

<http://kompas.com/>

