

**PENGARUH KEMUDAHAN, RISIKO DAN SIKAP NASABAH
TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING*
PT. BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh:

RIZKY IVANONI

2015241007

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2017

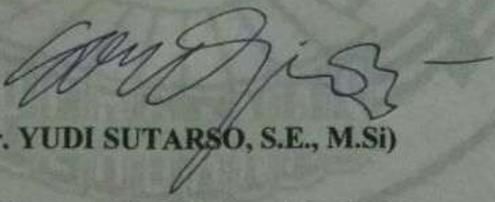
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rizky Ivanoni
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 13-07-1995
N.I.M : 2015241007
Program Studi : Manajemen
Program pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kemudahan, Risiko dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

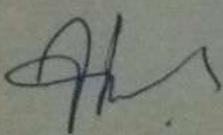
Dosen Pembimbing,

Tanggal: 25-09-2017


(Dr. YUDI SUTARSO, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal: 25-09-2017


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

**PENGARUH KEMUDAHAN, RISIKO DAN SIKAP NASABAH
TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING*
PT. BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

Rizky Ivanoni

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2015241007@students.perbanas.ac.id

Yudi Sutarso

STIE Perbanas Surabaya

Email : riset.pasar@gmail.com

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The service in internet banking usage is an effort to signify technological advances in banking. Internet banking BRI is a product that is not foreign to easy people, the risk, but PT. Bank Rakyat Indonesia has not been able to attract customers even BRI internet banking users decline from 2014 to 2015. Evident with the TOP Brand Award survey of internet banking products presented in this study. Under these circumstances and different factors affecting customers to use internet banking BRI, the researcher is interested to conduct research related to internet banking usage entitled "Effect of Easy, Risk and Customer's Attitude on Internet Banking Usage of PT Bank Rakyat Indonesia in Surabaya". The method used in this research is SPSS 16.0 and WarpPLS 5.0. This study used 130 respondents where 100 respondents for large sample and 30 respondents for small samples. The results of this study are the ease and significant risk variables on the attitudes and attitudes significant to the use of internet banking services.

Keyword: *Easy, Risk, Attitude, Use of internet banking.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di dunia saat ini makin meningkat terutama pada bidang komunikasi, perkembangan jaringan internet juga sangat cepat sekali serta memberikan pengaruh yang signifikan dalam segala aspek di kehidupan kita. Contohnya sekarang semua orang dengan

mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan menggunakan handphone saja, serta bisa mengakses berbagai layanan perbankan. Hampir semua bank di Indonesia menyediakan fasilitas layanan *internet banking* kepada

nasabahnya, salah satunya adalah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Layanan dalam penggunaan *internet banking* ini merupakan suatu upaya yang menandakan kemajuan teknologi dibidang perbankan, layanan bank yang biasanya dilakukan dengan cara konvensional yang biasanya mengharuskan pada model *face to face* dimana para nasabah harus bertemu secara langsung dengan pihak bank dan bukti transaksi hanya bisa dibuktikan dengan dokumen kertas, kini sudah dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dalam bentuk layanan *internet banking*.

Dalam websitenya, menjelaskan *internet* Beberapa aplikasi yang terdapat dalam *internet banking* BRI adalah *Call* BRI dan *Info* BRI. Untuk mendapatkan fasilitas layanan *internet banking* BRI tidaklah sulit karena persyaratannya selain menjadi nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia dan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) yang masih aktif yang nasabah perlukan pula hanyalah ponsel *smartphone* untuk melakukan registrasi *internet banking* agar dapat melakukan transaksi pada layanan *internet banking* BRI. Pada masing – masing bank memiliki produk unggulan masing – masing salah satunya produk *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia memiliki beberapa keunggulan yaitu memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer, cek saldo, pembelian pulsa ponsel prabayar dan pembayaran tagihan baik menggunakan jaringan internet ataupun sms sebagai sarana transaksi dan aplikasi *internet banking* sangat aman karena dilindungi oleh Pin dan khusus pada *internet banking* yang digunakan sehingga dapat terjamin keamanannya.

Dalam menggunakan fasilitas *internet banking* yang disediakan oleh

bank – bank yang ada di indonesia maka terdapat banyak indikator yang akan dipertimbangkan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*, diantara beberapa indikator yang dipertimbangkan oleh nasabah adalah Variabel Kemudahan bertransaksi berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking*, begitu dengan variabel risiko yang dirasakan nasabah juga berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking*. Semakin besar risiko yang dirasakan oleh nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking* maka semakin kecil keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* dan sebaliknya semakin kecil risiko yang dirasakan oleh nasabah maka semakin besar keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*, dan juga variabel sikap nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan layanan *internet banking* karena dengan adanya sikap yang diberikan nasabah kepada bank, maka dapat membantu bank dalam merancang pengembangan strategi layanan *internet banking*.

PT. Bank Rakyat Indonesia merupakan bank besar dan cukup dikenal oleh masyarakat serta salah satu produk yang dimiliki dan difasilitasi kepada para nasabahnya adalah *internet banking* BRI. *Internet banking* BRI merupakan produk yang tidak asing bagi masyarakat yang kemudahannya, risiko, tetapi PT. Bank Rakyat Indonesia belum mampu menarik nasabah bahkan pengguna *internet banking* BRI menurun dari tahun 2014 ke tahun 2015. Terbukti dengan adanya survey mengenai *TOP Brand Award* dari produk *internet banking* yang disajikan pada Tabel 1.1

TABEL 1
BANK PEMENANG TOP BRAND AWARD
KATEGORI INTERNET BANKING
2014 DAN 2015 DI INDONESIA

NO	MEREK	TOP BRAND INDEX 2014	TOP BRAND INDEX 2015
1	KLIK BCA	53.7%	60.2%
2	INTERNET BANKING MANDIRI	20.2%	16.9%
3	INTERNET BANKING BNI	9.6%	11.5%
4	INTERNET BANKING BRI	10.6%	8.5%

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

Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pengguna *internet banking* BRI pada tahun 2014 berada pada tingkat ke tiga tetapi pada tahun 2015 pengguna *internet banking* BRI mengalami penurunan sehingga berada di posisi ke empat. Secara presentase *internet banking* BRI mengalami penurunan, pada tahun 2014 *internet banking* BRI mencapai 10,6% dan pada tahun 2015 *internet banking* BRI mencapai 8.5% dari presentase ini menyatakan bahwa *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia mengalami penurunan sebesar 2.1%. Dilihat dari statistik bahwa pengguna *internet banking* BRI masih sangat minim dibandingkan dengan pengguna *internet banking* lainnya bahkan dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan yang awalnya menduduki posisi ke tiga menjadi posisi ke empat sehingga kondisi tersebut mengundang beberapa pertanyaan apakah risiko yang dirasakan oleh nasabah masih tinggi untuk menggunakan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia, Bank rakyat Indonesia belum yakin terhadap kemudahan penggunaannya yang telah diberikan kepada para nasabahnya yang menggunakan layanan *internet banking* BRI, jadi sikap nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* BRI mengalami penurunan di tahun 2014 ke tahun 2015.

Dengan adanya keadaan ini dan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *internet banking* BRI maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan

penggunaan *internet banking* dengan judul “Pengaruh Kemudahan dan Risiko dengan Mediasi Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia di Surabaya”.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Kemudahan

persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan *internet banking* bila jasa pelayanan yang diberikan bank dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan memberikan informasi perbankan maka nasabah terdorong untuk selalu mengakses layanan *internet banking* di bank tersebut. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat dimana nasabah mengenali *internet banking* sebagai layanan yang mudah dipahami dan digunakan, menurut (Davis et al dalam Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu’bi, 2016:97).

Risiko

Semakin besar risiko yang dirasakan oleh nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking* maka semakin kecil keputusan nasabah untuk bertransaksi dengan layanan *internet banking* dan sebaliknya semakin kecil risiko yang dirasakan oleh nasabah maka semakin besar keputusan nasabah untuk bertransaksi dengan layanan *internet banking*. Risiko selalu terkait dengan keamanan yang akan terasa saat menggunakan teknologi yang terkait

dengan transaksi online seperti *internet banking* karena nasabah selalu mengkhawatirkan keamanan yang selalu menjadi risiko bagi nasabah yang menggunakan layanan *internet banking*, maka dari itu BRI memiliki fasilitas untuk melindungi pihak nasabahnya dengan memberikan keamanan yang berlapis agar nasabahnya tersebut tidak mengkhawatirkan adanya kebobolan dalam penggunaan layanan *internet banking* BRI.

Sikap

Sikap terhadap suatu spesifik perilaku merupakan fungsi dari seberapa kuat dia atau dia percaya bahwa tindakan akan menyebabkan hasil tertentu (baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan). Dimana sudut pandang studi yang dilakukan mencakup misalnya: faktor penentu bank sikap nasabah (Karjaluoto dalam Ulun Akturan, 2012:450), faktor keberhasilan (faktor positif) dan faktor resistensi (faktor negatif) yang membantu nasabah untuk mengadopsi *online banking*. Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian seseorang terhadap produk atau jasa yang telah disediakan oleh bank dalam penggunaan produk atau jasa tersebut.

Internet Banking

Kehadiran layanan internet banking telah memberikan kemudahan bagi pihak-pihak

bank atau pihak nasabah. Variable terikat dalam penelitan ini adalah pengguna layanan internet banking dan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah kemudahan, risiko dan sikap. Pengertian internet banking itu sendiri adalah media layanan yang membantu pengendalian jasa perbankan, seperti pembukaan rekening tabungan, mentransfer dana di rekening dan bank yang berbeda tanpa harus mendatangi bank tersebut dan juga memberikan banyak informasi tentang laporan keuangan. Dalam hal ini layanan internet banking sangat membantu semua orang untuk mendapatkan informasi tentang keuangan.

Hipotesis Penelitian

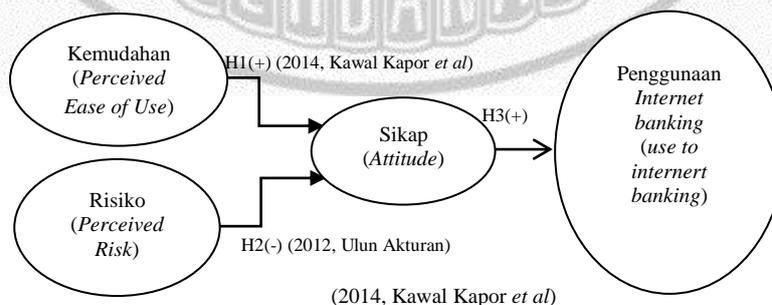
H1:kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking* berpengaruh positif terhadap sikap dalam penggunaan layanan *internet banking*.

H2:risiko dalam menggunakan layanan *internet banking* berpengaruh negatif terhadap sikap dalam penggunaan layanan *internet banking*.

H3:sikap dalam menggunakan layanan *internet banking* berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *internet banking*.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

.Sumber: Kawal Kapoor (2014); Ulun Akturan (2012); Charles K. Ayo and Aderonke Atinuke Oni (2016)

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini jika dilihat berdasarkan dari tujuan penelitiannya, penelitian ini adalah penelitian yang murni. Menurut Mudrajad Kuncoro (2013:5-6), penelitian murni dilakukan untuk menguji kebenaran teori tertentu atau untuk mengetahui konsep secara lebih dalam.

Dilihat dari metode yang digunakan, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Mudrajad Kuncoro (2013:12), adalah penelitian yang meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Umumnya data deskriptif dilakukan melalui daftar pertanyaan dalam survei, wawancara atau observasi.

Rancangan ini adalah menggunakan data primer, yang maksudnya data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut.

Definisi Operasional variabel

Kemudahan(KM)

Menurut (Davis dalam Kawal Kapoor, Yogesh Dwivedi and Niall C. Piercy, 2014:737) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tolak ukur dimana seorang individu merasakan bagaimana menggunakan inovasi yang diberikan akan bisa bebas dari upaya fisik maupun mental, dengan demikian dikatakan bahwa tingkat yang lebih tinggi dari kemudahan akan menarik lebih banyak konsumen untuk menggunakan sebuah inovasi yang diperkenalkan, dan kemudahan dalam menggunakan inovasi yang akan dianggap positif sebagai keuntungan dari menggunakan inovasi

yang diberikan. Kemudahan dalam penelitian ini merupakan pendapat dari nasabah layanan *internet banking* BRI sebagai responden mengenai keyakinan bahwa dalam penggunaan yang dirasakan oleh nasabah BRI saat menggunakan layanan *internet banking* BRI. Menurut Kawal Kapoor, Yogesh Dwivedi and Niall C. Piercy (2014); Ulun Akturan (2012) kemudahan penggunaan dapat diukur melalui indikator berikut: (1) melalui *internet banking*, sangat mudah untuk melakukan apa saja yang diinginkan dalam transaksi perbankan, (2) secara keseluruhan, *internet banking* mudah digunakan, (3) interaksi dengan *internet banking* adalah jelas, (3) mudah bagi nasabah untuk trampil menggunakan *internet banking*, (4) berinteraksi dengan *internet banking* suatu kebutuhan

Risiko(PR)

Risiko yang dirasakan, diperkenalkan oleh (Bauer dalam Ulun Akturan, 2012) mengacu pada sifat dan jumlah risiko dirasakan oleh nasabah untuk merenungkan keputusan sikap penggunaan layanan *internet banking*. Unsur risiko sering hadir karena sebelum melakukan penggunaan yang nasabah tidak selalu bisa yakin rencana penggunaan akan memungkinkan mereka untuk mencapai tujuan penggunaan mereka.

Risiko selalu terkait dengan keamanan yang akan terasa saat menggunakan teknologi yang terkait dengan transaksi online seperti *internet banking* karena nasabah selalu mengkhawatirkan keamanan yang selalu menjadi risiko bagi nasabah yang menggunakan layanan *internet banking*, maka dari itu BRI memiliki fasilitas untuk melindungi pihak nasabahnya dengan memberikan keamanan yang berlapis agar nasabahnya tersebut tidak mengkhawatirkan adanya kebobolan dalam penggunaan *internet banking* BRI. Risiko tersebut dapat

berpengaruh ke sikap nasabah, jika nasabah mempercayakan bank tersebut untuk melakukan transaksi jasa perbankannya maka nasabah tersebut mengakses aplikasi *internet banking*.

Risiko dalam penelitian ini merupakan pendapat dari nasabah *internet banking* BRI sebagai responden mengenai risiko yang dirasakan oleh nasabah dalam melakukan layanan *internet banking* BRI. Menurut Kawal Kapoor, Yogesh Dwivedi and Niall C. Piercy (2014); Ulun Akturan (2012) risiko dapat diukur melalui indikator berikut: (1) menggunakan *internet banking* secara keuangan aman, (2) percaya pada kemampuan *internet banking* dalam melindungi privasi nasabah, (3) percaya bahwa teknologi yang digunakan *internet banking*.

Sikap(SK)

Sikap terhadap suatu spesifik perilaku merupakan fungsi dari seberapa kuat dia atau dia percaya bahwa tindakan akan menyebabkan hasil tertentu (baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan). Dimana sudut pandang studi yang dilakukan mencakup misalnya : faktor penentu bank customer attitude (Karjaluo, Mattila, & Pentto, 2002), Struktur penentu karakteristik sistem sikap nasabah terhadap adopsi *internet banking* di Malaysia (Ndubisi & Sinti, 2006), sikap terhadap tiga jenis electronic banking yaitu ATM, *internet* dan *mobile banking* di Sudan (Hassan, Mansour, Eljelly, & Abdullah, 2016), peran *perceived risk, trust, enjoyment, website design and social influence* di India (Bashir & Madhavaiah, 2015), faktor keberhasilan (faktor positif) dan faktor resistensi (faktor negatif) yang membantu nasabah untuk mengadopsi online banking (Lee, 2009). Sikap terbentuk berdasarkan keyakinan karakteristik dan dirasakan pentingnya mereka dalam membuat keputusan untuk menggunakan *internet banking*, secara luas diakui bahwa sikap individu memiliki

dampak yang besar pada penggunaan *internet banking*. Berbagai penelitian telah dilakukan dengan menggunakan sikap nasabah sebagai acuan yang mendasari untuk memprediksi penggunaan *internet banking*.

Sikap dalam penelitian ini merupakan pendapat dari nasabah *internet banking* BRI sebagai responden mengenai sikap nasabah dalam memutuskan memilih menggunakan layanan *internet banking* BRI. Menurut Kawal Kapoor, Yogesh Dwivedi and Niall C. Piercy (2014) sikap dapat diukur melalui indikator berikut: (1) menggunakan layanan *internet banking* lebih menyenangkan, (2) penggunaan layanan *internet banking* merupakan ide yang baik, (3) menggunakan *internet banking* adalah suatu kebutuhan, (4) menggunakan *internet banking* bagi transaksi keuangan adalah bijaksana.

Penggunaan Layanan *internet banking* (AIB)

Kehadiran layanan internet banking telah memberikan kemudahan bagi pihak-pihak bank atau pihak nasabah. Variable terikat dalam penelitian ini adalah pengguna layanan internet banking dan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah kemudahan, risiko dan sikap. Pengertian internet banking itu sendiri adalah media layanan yang membantu pengendalian jasa perbankan, seperti pembukaan rekening tabungan, mentransfer dana di rekening dan bank yang berbeda tanpa harus mendatangi bank tersebut dan juga memberikan banyak informasi tentang laporan keuangan. Dalam hal ini layanan internet banking sangat membantu semua orang untuk mendapatkan informasi tentang keuangan.

Penggunaan layanan *internet banking* dalam penelitian ini merupakan pendapat dari nasabah pengguna *internet banking* BRI sebagai responden mengenai penggunaan nasabah dalam melakukan

layanan *internet banking* BRI. Penggunaan layanan *internet banking* dapat diukur melalui indikator berikut:

- a. Akan terus menggunakan *internet banking* dimasa depan.
- b. Penggunaan *internet banking* tetap berlanjut dimasa mendatang.
- c. Menggunakan *internet banking* akan lebih sering digunakan dimasa mendatang.
- d. Merekomendasikan penggunaan *internet banking* pada orang lain.

Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro (2013:118), yang dimaksud dengan sampel adalah himpunan bagian dari unit populasi. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah pengguna *internet banking* Bank Rakyat Indonesia 30 sampel kecil dan 100 sampel besar sehingga total sampel 130 responden, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna *internet banking* Bank Rakyat Indonesia.

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, bahwa responden yang diambil berdasarkan kriteria tertentu. Menurut Mudrajad Kuncoro (2013:119), yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik berdasarkan anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. dengan kriteria yaitu : (1) Berusia minimal 20 tahun, (2) Nasabah Bank BRI minimal 3 kali transaksi dalam 6 bulan terakhir.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan untuk pengumpulan data adalah: (1) data primer, data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara menyebarkan langsung kepada responden *internet banking* Bank Rakyat

Indonesia di Surabaya, (2) Metode pengumpulan data dikumpulkan dengan memakai riset lapangan, melalui survey menggunakan kuisisioner. Sebagai langkah pertama adalah memberikan kuesioner kepada responden yang sudah ditentukan, selanjutnya langkah kedua menjelaskan kepada responden cara mengisi kuesioner, selanjutnya langkah ketiga adalah meminta agar responden mengisi kuesioner tersebut, dan untuk langkah terakhir, meminta responden untuk mengembalikan kuesioner yang sudah diisi. Untuk tempat penyebaran kuisisioner adalah POLRESTABES Surabaya, Mall di Surabaya, Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia di Surabaya dan Taman Bungkul pada kegiatan Car Free Day.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kemudahan dan risiko, selanjutnya variabel endogen didalam penelitian ini adalah penggunaan layanan *internet banking* BRI dan variabel mediasi dalam penelitian ini variabel mediasi oleh sikap.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjelaskan secara rinci tentang tahap-tahap yang akan dilakukan dalam menganalisa data, cara menguji hipotesis, kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis serta cara mengambil kesimpulan.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini diawali dengan gambaran subyek penelitian, yang akan menguraikan mengenai karakteristik nasabah. Selanjutnya akan dilakukan analisis deskriptif dengan pembahasan mengenai

Penggunaan *internet banking* pada Bank Rakyat Indonesia dilihat dari aspek Kemudahan, Risiko, dan Sikap.

Subyek penelitian ini adalah responden yang merupakan nasabah *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Metode yang digunakan dalam pengumpulan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan sampel responden sebanyak 130, dimana 100 responden merupakan sampel besar dan 30 responden merupakan sampel kecil.

Berdasarkan data dari kuisioner yang sudah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis analisis untuk membahas masalah penelitian ini. Pengambilan data dari kuisioner ini kebanyakan dilakukan di beberapa lokasi, diantaranya POLRESTABES Surabaya, Mall di Surabaya, Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia di Surabaya dan Taman Bungkul pada kegiatan Car Free Day.

Setelah mendapatkan data dari hasil kuisioner, selanjutnya dapat dilakukan analisis untuk membahas penelitian ini, mengenai tentang mengenai Pengaruh Kemudahan dan Risiko dengan Mediasi Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Pengukuran Variabel

Pengukuran didalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala interval untuk mengukur suatu variabelnya, skala yang digunakan ialah skala likert. Pengertian dari *Likert Scale* yaitu alat pengukuran yang mengukur mengenai tanggapan individu terhadap suatu objek fenomena dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai pernyataan tentang perilaku, objek, orang atau kejadian (Mudjarad Kuncoro 2013:185).

Tabel 2
Contoh Skala Likert

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Agak Tidak Setuju
4	Netral
5	Agak Setuju
6	Setuju
7	Sangat Setuju

Agar tidak terjadi kebingungan saat hasil rata-rata responden merupakan angka decimal, maka peneliti perlu menentukan

batasan-batasan dengan cara membuat batasan panjang interval kelas, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$i = \frac{\text{data terbesar} - \text{data terkecil}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{7 - 1}{7} = 0,85$$

Sumber: Maholtra, Naresh K (2009)

Sehingga apabila rata-rata dari hasil keseluruhan kuisioner menghasilkan angka

desimal, maka angka diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3
Panjang Kelas Interval

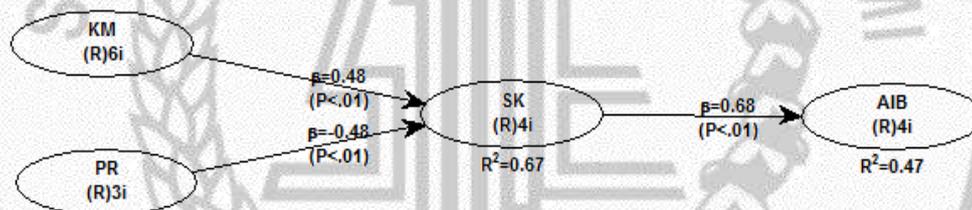
No	Keterangan	Nilai Interval
1	Sangat Tidak Setuju	$1,0 \leq x \leq 1,86$
2	Tidak Setuju	$1,86 < x \leq 2,72$
3	Agak Tidak Setuju	$2,72 < x \leq 3,58$
4	Netral	$3,58 < x \leq 4,44$
5	Agak Setuju	$4,44 < x \leq 5,3$
6	Setuju	$5,3 < x \leq 6,1$
7	Sangat Setuju	$6,1 < x \leq 7$

Sumber: data olahan peneliti

Hasil Analisis Menggunakan Warp PLS

Penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu Warp PLS (*Partial Least Square*) merupakan suatu metode untuk memprediksi konstruk dalam model dengan banyak factor dan hubungan *colliner*.

Berikut ini adalah hasil pengolahan data dengan menggunakan progam Warp PLS 5.0 untuk penelitian ini. Berikut merupakan hasil Warp PLS dari penelitian yang telah dilakukan peneliti yang ditunjukkan pada gambar.



Sumber: WarpPLS 5.0, lampiran 6

Gambar 2
HASIL WARP PLS

Berdasarkan gambar 4.8 menunjukkan nilai koefisien KM ke SK sebesar 0.48 dan signifikan karena hasil $P < 0.05$ yaitu diketahui nilai $P < 0.001$. Berikutnya untuk hasil kedua, menunjukkan nilai koefisien pengaruh PR ke SK sebesar -0.48 dan signifikan karena hasil $P < 0.05$ yaitu diketahui nilai $P < 0.001$. Kemudian untuk hasil ketiga, nilai koefisien SK ke AIB sebesar 0.68 dan signifikan karena hasil $P < 0.05$ yaitu diketahui nilai $P < 0.001$. Selanjutnya untuk hasil keempat, nilai koefisien KM ke AIB sebesar 1.16 dan signifikan karena hasil $P < 0.05$ yaitu diketahui nilai $P < 0.001$. Terakhir, nilai

koefisien PR ke AIB sebesar 0.2 dan signifikan karena hasil $P < 0.05$ yaitu diketahui nilai $P < 0.001$.

Berdasarkan hasil WarpPLS yang ditunjukkan pada gambar analisisnya sebagai berikut:

1. Kemudahan (KM) berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah (SK) pada penggunaan *internet banking* (AIB).
2. Risiko (PR) berpengaruh signifikan negatif terhadap sikap nasabah (SK) pada penggunaan *internet banking* (AIB).

3. Sikap (SK) berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *internet banking* (AIB).

A. Path Coefficients and P Value

Tabel 4
PATH COEFFICIENTS AND P VALUE
PATH COEFFICIENTS AND P VALUE

	KM	PR	SK	AIB
KM				
PR				
SK	0.485 (<0.001)	-0.485 (<0.001)		
AIB			0.684 (<0.001)	

Sumber: data diolah, WarpPLS 5.0

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa nilai P value KM < 0.001, nilai P value SK < 0.001 dan nilai P value PR < 0.001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

variabel KM, PR, dan SK berpengaruh signifikan secara parsial terhadap AIB.

B. Latent Variabel Coefficients

Tabel 5
LATENT VARIABEL COEFFICIENTS

	KM	PR	SK	AIB
<i>R-square</i>			0.672	0.468
<i>Composite reliab.</i>	0.869	0.900	0.885	0.889
<i>Cronbach's alpha</i>	0.817	0.833	0.827	0.832
<i>Avg.var.extrac</i>	0.528	0.751	0.659	0.668
<i>Full Collin. VIF</i>	1.895	1.690	2.911	1.890
<i>Q-square</i>			0.708	0.501

Sumber: data diolah, WarpPLS 5.0

Terlihat pada tabel 5 diketahui bahwa nilai *R-square* untuk variabel sikap nasabah pada penggunaan *internet banking* (SK) sebesar 0.672 dan untuk variabel penggunaan *internet banking* (AIB) sebesar 0.468. Nilai AVE untuk setiap konstruk sangat baik yaitu >0.5, begitu juga dengan nilai *Composite Reliability* yang dihasilkan

setiap konstruk juga sangat baik yaitu >0.7, sehingga memenuhi reliabilitas konsistensi internal. Nilai VIF untuk setiap konstruk sangat baik yaitu <3.3, sehingga menunjukkan bahwa tidak ada masalah *collinearity* dalam model tersebut.

C. Correlation Among Latent Variabel

Tabel 6
CORRELATION AMONG LATENT VARIABEL
CORRELATION AMONG I.VS. WITH SQ.RTS. OF AVES

	KM	PR	SK	AIB
KM				
PR	(0.726)			
SK	-0.396	(0.866)		
AIB	0.655	-0.638		
AIB	0.584	-0.419	0.655	

SK	0.655	-0.638	(0.812)	0.655
AIB	0.584	-0.419	0.655	(0.817)

Sumber: data diolah, WarpPLS 5.0

Berdasarkan hasil output garis diagonal pada *Latent Variabel Correlation* diatas menunjukkan bahwa validitas diskriminasi untuk semua variabel sangat baik, dengan nilai >0.70. Hal ini berarti responden tidak mengalami kesulitan dalam menjawab

pertanyaan yang terdapat pada kuisioner yang dibagikan.

D. Standart Error and Effect Sizes for Path Coefficients

Tabel 7
CORRELATION AMONG LATENT VARIABEL
STANDART ERROR FOR PATH COEFFICIENTS AND
EFFECT SIZES FOR PATH COEFFICIENTS

	KM	PR	SK	AIB
KM				
PR				
SK	0.078 (0.336)	0.078 (0.336)		
AIB			0.075 (0.468)	

Sumber: data diolah, WarpPLS 5.0

Terlihat pada tabel 7 diketahui hasil output *standard errors dan effect sizes for path coefficients* yang diperoleh pada variabel kemudahan (KM) terhadap sikap nasabah (SK) sebesar 0.078, selanjutnya variabel risiko (PR) terhadap sikap nasabah (SK) sebesar 0.078, terakhir variabel sikap

nasabah (SK) terhadap penggunaan *internet banking* (AIB) sebesar 0.075 .

Terlihat pada tabel 4.13 diketahui juga hasil nilai *effect sizes for path coefficients* yang diperoleh dari variabel kemudahan (KM) terhadap sikap nasabah (SK) sebesar 0.336, sedangkan variabel risiko (PR) terhadap sikap nasabah (SK) sebesar 0.336, terakhir variabel sikap nasabah (SK) terhadap penggunaan *internet banking* (AIB) sebesar 0.468 , bahwa pengaruh variabel laten sangat kuat karena mempunyai effect size dari semua variabel lebih dari 0.20, jika effect sizenya sebesar 0.20 meskipun mempunyai nilai P yang signifikan tetap variabel latennya sangat lemah.

Hasil Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Terhadap Sikap Nasabah pada Penggunaan Layanan *internet banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pada penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Hasil tersebut sama seperti penelitian yang dilakukan Kawal Kapoor, Yogesh Dwivedi and Niall C. Piercy (2014) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap sikap nasabah. Semakin tinggi kemudahan penggunaan, semakin tinggi pula sikap nasabah dalam menggunakan *internet banking*, karena kemudahan penggunaan dianggap akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dan memudahkan dalam bertransaksi.

Hasil jawaban responden dari setiap item pertanyaan variabel Kemudahan menunjukkan bahwa layanan *internet banking* dapat dengan mudah

melakukan yang diinginkan dalam transaksi perbankan, secara keseluruhan dapat memberikan kemudahan bagi penggunaannya, interaksi lebih jelas, mudah untuk dipelajari bagi penggunaannya, menjadi trampil dalam penggunaannya dan dapat berinteraksi dengan fleksibel. Jawaban responden item pertanyaan yaitu responden setuju dengan pernyataan layanan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia.

Dapat diketahui bahwa saat ini hampir semua Bank di Indonesia telah menerapkan layanan *internet banking* dan persaingan pun semakin ketat agar calon nasabah lebih tertarik dengan Bank tersebut dan menggunakan produk sekaligus jasanya. Jika dilihat dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah maka bank harus terus menyediakan suatu layanan perbankan yang dapat memberikan banyak kemudahan bagi nasabahnya dalam melakukan transaksi salah satunya dengan cara menambah layanan *internet banking*. Apabila nasabah sudah merasa bahwa bertransaksi dengan layanan *internet banking* di Bank Rakyat Indonesia mudah maka sikap nasabah akan terus menggunakan *internet banking* dimasa mendatang.

Pengaruh Risiko Terhadap Sikap Nasabah pada Penggunaan Layanan *internet banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pada penggunaan layanan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Hasil penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu Ulun Akturan (2012) yang menyatakan bahwa berpengaruh signifikan antara risiko ke sikap nasabah. Penelitian ini membuktikan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh

signifikan terhadap penggunaan *internet banking*.

Risiko terhadap sikap nasabah merupakan faktor yang sangat penting bagi nasabah dan suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi ketidak khawatiran nasabah. Nasabah beranggapan bahwa Bank Rakyat Indonesia kurang menjamin keamanan dan kerahasiaan data transaksi dan juga informasi dalam sistem layanan, yang dapat diperkuat dengan jawaban responden yaitu terdapat beberapa jawaban tidak setuju apabila Bank Rakyat Indonesia menjamin keamanan dan kerahasiaan layanan *internet banking*.

Pada saat ini dapat diketahui bahwa di Indonesia masih marak kejahatan fraud dan hal ini memunculkan rasa ragu bagi calon nasabah ketika akan menggunakan *internet banking*. Jika dilihat dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa pengaruh risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pada penggunaan layanan *internet banking*, maka bank harus meningkatkan keamanan dan terus mengatasi permasalahan ini agar calon nasabah lebih mempercayai bahwa bertransaksi menggunakan *internet banking* aman. Kesan kenyamanan yang dirasakan nasabah ketika bertransaksi akan mempengaruhi sikap nasabah untuk menggunakan suatu produk atau layanan dan juga terhadap Bank. Apabila tingkat risiko semakin rendah maka nasabah akan merasa nyaman saat bertransaksi dan akan terus melakukan transaksi dan juga semakin yakin pada layanan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia.

Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan Layanan *internet banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap nasabah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya, yaitu dimana hasil tersebut sama seperti penelitian yang dilakukan Charles K. Ayo and Aderonke Atinuke Oni (2016)

yang menyatakan bahwa sikap nasabah berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

Hasil jawaban responden dari setiap item pertanyaan pada variabel sikap nasabah menunjukkan bahwa ketika nasabah melakukan transaksi menggunakan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia nasabah merasa menggunakan *internet banking* adalah ide yang baik, bijaksana, menyenangkan, dan suatu kebutuhan karena diperkuat dengan jawaban responden yaitu responden setuju dengan pernyataan menggunakan layanan *internet banking* adalah ide yang baik, bijaksana, menyenangkan, dan suatu kebutuhan.

Dapat diketahui bahwa saat ini hampir semua bank di Indonesia layanan *internet banking* dan persainganpun semakin ketat agar calon nasabah semakin merasa ide yang baik, bijaksana, menyenangkan, dan suatu kebutuhan sehingga nasabah akan semakin loyal terhadap bank tersebut. Jika dilihat dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa sikap nasabah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *internet banking*.

KESIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh terhadap sikap nasabah pada penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia, maka berpengaruh pada tingginya sikap nasabah untuk menggunakan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia. Risiko mempunyai pengaruh terhadap sikap nasabah pada penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Semakin rendah

tingkat risiko dalam penggunaan *internet banking*, maka berpengaruh pada tingginya sikap nasabah untuk menggunakan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia. Sikap nasabah mempunyai pengaruh langsung terhadap penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya dibandingkan dengan kemudahan dan risiko. Hal ini berarti sikap nasabah dalam penggunaan *internet banking* dipengaruhi tingkat kemudahan penggunaan dan risiko yang timbul pada penggunaan *internet banking* Bank Rakyat Indonesia.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan:

1. Penelitian ini hanya dilakukan bagi responden yang berdomisili di Surabaya dan untuk responden kebanyakan adalah mahasiswa.
2. Penelitian ini dilakukan kolaborasi, sehingga item pertanyaan yang ada didalam kuisioner banyak.
3. Penelitian ini hanya meneliti pada pengguna *internet banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
4. Peneliti menggunakan item pertanyaan mengenai kemudahan, risiko, sikap, dan penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran dapat diberikan kepada Bank BRI yaitu: (1) disarankan untuk Bank Rakyat Indonesia di Surabaya untuk terus memperbaiki teknologi layanan *internet banking* dengan melakukan pembaruan website *internet banking* agar menguntungkan nasabahnya. (2) disarankan Bank Rakyat Indonesia di Surabaya untuk mengupayakan menanam ketidakkhawatiran nasabah terhadap penggunaan *internet banking* dengan cara menambah sistem pengamanan yang menurut nasabah sangat aman saat melakukan transaksi melalui *internet banking*.

Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan tidak hanya menggunakan variabel yang telah digunakan, dapat

menambah dan memperbaiki instrument penelitian seperti menambah jumlah item indikator pertanyaan dan menambah jumlah variabel lain. Untuk hasil yang lebih baik disarankan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan data kuesioner saja, tetapi juga menggunakan data wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih akurat, serta memperluas wilayah penelitian, guna agar peneliti selanjutnya bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.

Daftar Rujukan

- Bauer, R.A. 1960, "Consumer behaviour as risk taking", in Cox, D.F. (Ed.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behaviour*, Harvard University Press, Cambridge, MA pp. 22-3
- Cortinas, M., Chocarro, R. and Villanueva, M.L. 2010, "Understanding multi-channel banking customers", *Journal of Business Research*, Vol. 63 No. 11, pp. 1215-21
- Chang, C. C., Yan, C. F., & Tseng, J. S. 2012. "Perceived convenience in an extended technology acceptance model: Mobile technology and English learning for college students". *Australasian Journal of Educational Technology*, 28(5), 809-826.
- Davis, F.D. 1989, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-339.
- Ezzi, S. W. (2014). A theoretical Model for *Internet banking*: beyond perceived usefulness and ease of use, *Archives of Business Research*, 2(2), 31-46
- http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_result/top_brand_index_2015_fase_1
- http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/yop_brand_index_2014.
- Imam Ghozali, 2013. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*". Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Karjaluto, H., Mattila, M. and Pento, T. 2002, "Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20 No. 6, pp. 261-72
- Kawal Kapoor Yogesh Dwivedi Niall C. Piercy Banita Lal Vishanth Weerakkody, 2014, "RFID integrated systems in libraries: extending TAM model for empirically examining the use ", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 27 Iss 6 pp. 731 – 758
- Kuncoro V, Mudjarad .2009. *Metode Riset untuk bisnis dan ekonomi* Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Lee, M. 2009. Electronic Commerce Research and Applications Factors influencing the adoption of *internet banking*: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <http://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Sugiyono. 2016 "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Bandung, Alfabeta.

Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Teo, T.S.H. and Lim, V.K.G. 1996, "Factors influencing personal computer usage: the gender gap", *Women in Management Review*, Vol. 11 No. 8, pp. 18-26.

Ulun Akturan Nuray Tezcan, 012, "Mobile banking adoption of the youth market Perceptions and intentions", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss 4 pp. 444 – 459

