

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, MANFAAT
YANG DIRASAKAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP
ADOPSI INTERNET BANKING BCA SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

BELLA KUSUMA ANGGRAENI
NIM 2015241010

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

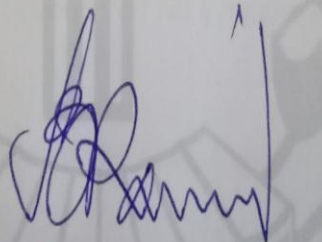
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Bella Kusuma Anggraeni
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 5 Februari 1995
N.I.M : 2015241010
Jurusan : Manajemen
Program : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Manfaat yang dirasakan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal : 6 Oktober 2017



(Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal : 6 Oktober 2017

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, MANFAAT YANG
DIRASAKAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP ADOPTSI
INTERNET BANKING BCA SURABAYA**

Bella Kusuma Anggraeni

STIE Perbanas Surabaya

Email: 2015241010@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Banking industry had growth rapidly. It caused the competition in this kind of this industry is intense. The purpose of this research is to analyze the effect of ease of use, safety, perceived usefulness and customer trust on using internet banking of BCA in Surabaya. Population used in this research was 130 respondents and based on purposive sampling technique. Data were collected by questionnaires towards the respondents. Analysis that used to test the hypothesis is Multiple Regression Analysis (MRA). The results of this research found that ease of use, safety, perceived usefulness and customer trust simultaneously have a positive significant effect on using internet banking of BCA in Surabaya. It means on partially that ease of use has a positive significant effect, safety has a positive significant effect, perceived usefulness has a positive significant effect and customer trust has a positive significant effect on using internet banking of BCA in Surabaya.

Key words : *Ease of Use, Safety, Perceived Usefulness, Customer Trust and Using Internet Banking*

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin canggih tersebut menuntut seluruh lapisan masyarakat untuk memiliki sifat praktis karena adanya perubahan dan perkembangan tersebut ditambah lagi dengan populasi pengguna internet di Indonesia sangat pesat. Dilihat dari peristiwa tersebut, perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi yang berbasis internet. Salah satu yang menjadi pusat perhatian sekarang ini adalah *Internet Banking*. Sistem ini memudahkan masyarakat untuk

melakukan transaksi dalam bentuk apapun tanpa harus memakan waktu yang cukup banyak apalagi bagi mereka yang hidup di kawasan Metropolitan.. Kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi bebas dari dunia usaha yang artinya mudah digunakan. Namun Kemudahan dalam penggunaan aplikasi internet banking ini pada kenyataannya tidak selalu berjalan mulus, mobilitas dan tuntutan hidup yang semakin tinggi mengharuskan nasabah untuk melakukan

transaksi perbankan secara cepat dan dimana saja. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting yang diperhatikan nasabah terkait dengan keputusan nasabah menggunakan jasa layanan perbankan. Beberapa nasabah mempertimbangkan penggunaan layanan Standard Bank, menyatakan bahwa “*Internet banking* merupakan jasa perbankan jarak jauh yang ditawarkan kepada pelanggan personal bank untuk melakukan transaksi perbankan rutin melalui internet.

Faktor keamanan merupakan penentu penting dari layanan perbankan yang dilakukan secara *online*, keamanan sangat mengacu pada kepercayaan nasabah bahwa transaksi yang dilakukannya akan dapat dilakukan secara rahasia. Keamanan yang dimaksud meliputi: data nasabah, transaksi yang dilakukan nasabah dan

Internet Banking BCA karena bertanggung bahwa aplikasi tersebut rumit untuk digunakan sehingga nasabah lebih cenderung memilih layanan ATM apabila hanya sekedar melihat saldo ataupun melakukan transfer

profil lain nasabah yang dianggap penting dan tidak patut untuk dipublikasikan *Internet banking* di negara Indonesia ada empat bank yang mendominasi, yaitu Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI Bank BRI dan Bank Cimb Niaga. Di antara ke lima Bank tersebut, untuk Bank BCA pengguna internet bankingnya rating teratas namun mengalami penurunan. Terbukti dengan survey dari Top Brand Award pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 pada produk kategori internet banking bank di Indonesia pada tabel berikut:

Tabel 1
BANK DENGAN TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI MOBILE BANKING 2015 DAN 2016 FASE 1 DI INDONESIA

MEREK	2015	2016
Internet Banking BCA	52.2%	48.4%
Internet Banking Mandiri	16.6%	22.7%
Internet Banking BNI	12.3%	10.2%
Internet Banking BRI	11.0%	10.1%
Internet Banking CIMB Niaga	3.2%	-

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

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa BCA mendapati rating tertinggi dalam top brand award Internet Banking akan tetapi dapat dilihat adanya penurunan jumlah pengguna *internet banking* BCA pada tahun 2016. *Top Brand Indeks* pada tahun 2015 menunjukkan hasil bahwa pengguna *internet banking* BCA presentasinya hanya sebesar 52,2% dan di tahun 2016 turun menjadi 48,4%. Presentase pengguna *internet*

banking BCA mengalami penurunan sebesar 3,8% dari tahun 2015 sampai tahun 2016. Permasalahan penurunan jumlah pengguna *internet banking* BCA ini sangat menarik untuk diketahui apa penyebabnya. Kasus ada yang diberitakan oleh www.kompas.com, bahwa ada komplain dari nasabah pengguna *Internet Banking* BCA Surabaya. Tanggal 15 April 2015 nasabah tersebut telah menjadi korban

pencurian uang belasan juta rupiah dalam sekejap akibat program jahat computer atau populer disebut malware. Pakar antivirus Alfian Tanujaya menyebutkan ada 3 orang yang menjadi korban malware dan salah satunya mengalami kerugian hingga 13 juta rupiah. Malware zeus merupakan salah satu program jahat yang dirancang untuk menyerang transaksi perbankan melalui internet, versi baru aplikasi ini yang bernama game over zeus diketahui banyak beredar di Indonesia.

Untuk korban Klik BCA, pengguna layanan tersebut (*fake login*) akan menjumpai sebuah pop up saat visit di klik bca.com, menu meminta pengguna untuk sinkronisasi token. Jadi disini nasabah memasukan nomer token resmi BCA ke kolom sinkronisasi token yang dibuat oleh penyerang. Dalam waktu singkat para hacker mengambil uang sesuka mereka.

Selain itu pemanfaatan yang dirasakan juga menjadi faktor yang diharapkan nasabah dalam penggunaan *Internet Banking BCA*. Semakin tinggi kesadaran konsumen untuk menggunakan layanan internet banking maka akan meningkatkan pengadopsian konsumen dalam menggunakan internet banking. Maka dari itu Respon dan kesadaran konsumen untuk menggunakan internet banking merupakan faktor kunci bagi bank untuk menyediakan layanan internet banking.

Kepercayaan terhadap suatu system layanan perbankan akan menentukan pula konsumen menggunakan system tersebut sehingga akan menjadikan konsumen puas akan fasilitas yang diberikan.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Internet Banking

Bank Central Asia menjelaskan dalam websitenya *Internet Banking* merupakan aplikasi internet yang dapat diakses melalui *smartphone* sehingga dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan di manapun dan kapanpun. Aplikasi yang terdapat dalam BCA Mobile terdiri dari *m-banking BCA*, *Internet Banking BCA*, *Call BCA* dan *Info BCA*. *BCA Internet banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, baik menggunakan jaringan *internet (internet banking mobile)* maupun dalam bentuk SMS atau pesan singkat sebagai sarana transaksi. Aplikasi ini aman digunakan karena dilengkapi dengan PIN pada *Internet Banking BCA* serta mToken pada *Internet Banking BCA* sebagai autentikasi

Menurut Bank Indonesia, saluran *Internet banking* pada dasarnya merupakan evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan juga pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya juga dapat dilakukan, namun tergantung pada akses dan batasan yang dapat diberikan bank. Aplikasi ini sudah dianggap praktis untuk memenuhi kebutuhan bertansaksi nasabah namun dalam prakteknya agak merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode

transaksi apabila menggunakan SMS, kecuali pada bank-bank yang melakukan kerjasama dengan operator seluler, menyediakan akses *banking* menu – Sim Tool Kit (STK) pada *simcard*nya.

KEMUDAHAN PENGGUNA

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan terus menggunakannya. Sehingga kemudahan penggunaan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat untuk mempermudah bukan mempersulit pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan system tersebut tentu akan lebih mudah jika dibandingkan dengan orang yang bekerja secara manual. Kemudahan penggunaan juga merupakan keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa system teknologi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa system teknologi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Definisi diatas, dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan teknologi terhadap daya guna teknologi saling berkaitan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut karena nasabah beranggapan bahwa sistem mudah dipahami, simpel, dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, jika layanan internet banking ini cenderung rumit, tidak mudah dipelajari, tidak simpel dan susah

dalam pengoperasiannya, maka layanan internet banking tidak akan menimbulkan rasa minat bagi para nasabah untuk menggunakannya.

Jika para nasabah beranggapan bahwa penggunaan layanan sebuah sistem tidak membutuhkan banyak usaha maka internet banking akan sering digunakan. Kemudahan penggunaan disebut yang pelanggan sejauh mengakui internet banking sebagai mudah dimengerti dan menggunakan (Davis *et al.*, 1989). Definisi ini menunjukkan bahwa dalam kasus pelanggan kurang pengalaman atau menemukan. perbankan elektronik antar bank Iran dipengaruhi oleh penerimaan inovasi, pengembangan internet, dan layanan internet yang cepat, metode untuk digunakan, pengetahuan informasi, dan desain. Oleh karena itu, hipotesis berikut ini diusulkan Penerapan Internet banking sangat dipengaruhi oleh pelanggan persepsi kemudahan penggunaan.

KEAMANAN

Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting dalam sebuah sistem teknologi. Namun akan menjadi masalah besar yang dialami bank jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:17) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online. Keamanan sistem adalah keamanan yang memfokuskan pada informasi

disediakan layanan internet banking akurat, informasi pribadi nasabah terjaga kerahasiannya, setiap transaksi yang dilakukan selalu aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan layanan. Menurut Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Definisi dari keamanan dalam penelitian ini yaitu keamanan yang memfokuskan pada bagaimana jaringan pada system teknologi, keamanan data nasabah, jaringan dan isinya serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut dalam memenuhi fungsi komunikasi data.

MANFAAT YANG DIRASAKAN

Menurut Jogiyanto (2007:114) Pemanfaatan yang dirasakan atau *Perceived usefulness* adalah sejauh mana individu dapat percaya bahwa menggunakan sistem akan dapat meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dari pengertian diatas maka dapat diketahui bahwa manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan individu tentang proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu sistem. Apabila seseorang percaya bahwa system teknologi akan berguna bagi dirinya maka orang tersebut akan menggunakannya, sedangkan sebaliknya apabila produk tersebut tidak berguna bagi dirinya maka orang tersebut tidak akan

menggunakannya.

Menurut Davis *et al.* dalam Hapsara (2015) mendefinisikan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana individu yakin bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

KEPERCAYAAN NASABAH

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, dimana bank harus memberikan rasa aman terhadap nasabahnya. Menurut Yousafzai *et al* (2012) factor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas. Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*), dalam hal ini kemampuan pihak bank dalam menyediakan dan melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain sehingga nasabah merasa puas dan aman saat melakukan transaksi.
2. Kebaikan hati (*benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan dari pihak bank dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.
3. Integritas (*integrity*), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan pihak bank memberikan info kepada nasabah sesuai fakta.

Kepercayaan (*trust*) sebagai suatu harapan dari pihak-pihak yang berhubungan (*participant*) akan

keahlian, keandalan, keteladanan dan kejujuran dari mitranya. Menurut Kotler (2012:28) mengemukakan betapa pentingnya trust (kepercayaan) bagi perdagangan karena hubungan yang terjadi telah dicirikan oleh adanya kepercayaan yang tinggi sehingga pihak-pihak yang berkepentingan akan berkeinginan untuk melaksanakan komitmen mereka demi hubungan kerja sama yang sukses membutuhkan kepercayaan, saling menghormati dan menghargai, komunikasi yang baik serta kerelaan untuk berbagi mitranya..

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) yaitu keyakinan nasabah BCA Surabaya menggunakan *Internet Banking* BCA tidak membutuhkan atau melibatkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Kemudahan Penggunaan ini merupakan suatu keyakinan nasabah *Internet Banking* BCA Surabaya tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa *Internet Banking* BCA mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin bahwa sistem tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak akan menggunakannya.

Hipotesis 1 : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Keamanan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan BCA untuk meningkatkan mutu layanan *Internet Banking* BCA nya karena data nasabah dan transaksi yang dilakukan nasabah bersifat sangat rahasia. Menurut Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) diketahui bahwa keamanan dan privasi merupakan dua dimensi penting yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan *Internet Banking*. Keamanan merupakan penentu penting bagi perbankan, keamanan mengacu pada kepercayaan apakah dapat terjaga dengan baik atau tidak, keamanan yang dirasakan oleh nasabah BCA Surabaya dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap adopsi *Internet Banking* BCA Surabaya.

Hipotesis 2: Persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

Manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan nasabah BCA Surabaya tentang proses pengambilan keputusan untuk menggunakan *Internet Banking* BCA. Apabila nasabah percaya bahwa *Internet Banking* BCA akan berguna bagi dirinya maka nasabah akan menggunakannya, sedangkan sebaliknya apabila *Internet Banking* BCA tersebut tidak berguna bagi dirinya maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007;114) Pemanfaatan yang dirasakan atau *Perceived*

usefulness adalah sejauh mana nasabah BCA Surabaya percaya bahwa menggunakan *Internet Banking* BCA akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

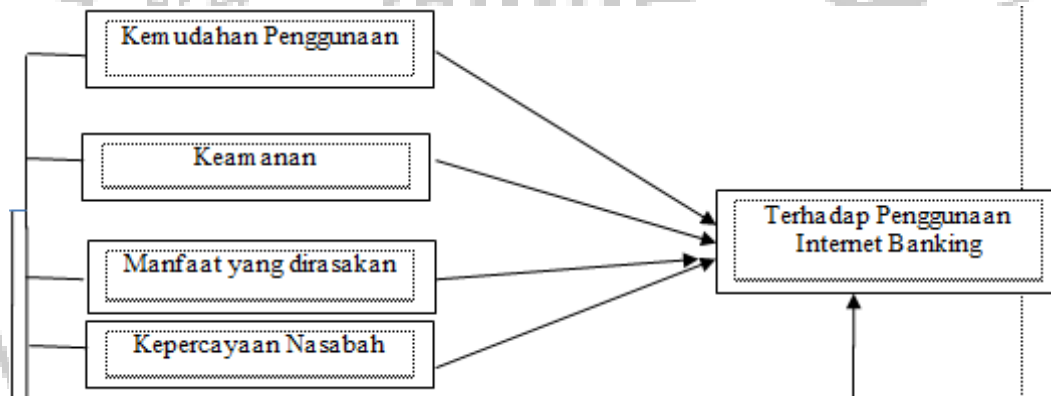
Hipotesis 3: Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Adopsi Internet Banking BCA di Surabaya

Kepercayaan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh BCA Surabaya untuk meningkatkan nasabah Internet Banking BCA Surabaya. Menurut Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) Kepercayaan nasabah terhadap

Internet banking BCA Surabaya mengacu kepada antusiasme pelanggan agar rentan terhadap layanan ini. Kontrol berperilaku transaksi perbankan akan meningkat jika para nasabah merasa memiliki kontrol perbankan yang tinggi dalam melakukan transaksi. Kualitas layanan yang baik *Internet Banking* BCA Surabaya yaitu kualitas layanan dapat dipercaya dalam bertransaksi perbankan.

Kerangka pemikiran yang medasari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber : Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016), Jayasiri NK, Gunawaradana KD, Dharmadasa P(2015), Agbemabiese George Cudjoe, Patrick Amfo Anim, dan Joseph Gerald Nii Tetteh Nyanyofio(2015).

Gambar 2.4

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN

**METODE PENELITIAN
RANCANGAN PENELITIAN**

Rancangan penelitian ini apabila ditinjau berdasarkan tujuan

penelitiannya maka penelitian ini merupakan penelitian murni atau sering juga disebut dengan *basicresearch*. Menurut Mudrajad

Kuncoro (2013:5-6) penelitian murni dilakukan untuk menguji kebenaran teori serta mengetahui konsep tertentu secara lebih mendalam. Jika ditinjau dari metode analisis yang digunakan maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dimana telah disebutkan oleh Mudrajad Kuncoro (2013:12), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Data deskriptif pada umumnya dilakukan melalui daftar pertanyaan dalam observasi, wawancara dan survei. menurut jenis datanya dan yang terakhir berdasarkan dimensi waktunya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian murni yaitu penelitian yang meliputi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Berdasarkan klasifikasi penelitian berdasarkan metodenya dapat dikategorikan sebagai penelitian berbasis klausul antara variabel penelitian dan uji hipotesis, yang mempunyai tujuan untuk menentukan hubungan sebab dan akibat dari suatu permasalahan yang ada didalam variabel.
3. Berdasarkan data yang digunakan penelitian ini menggunakan data primer karena menggunakan kuesioner.
4. Berdasarkan proses pengumpulan datanya penelitian ini termasuk dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu penggunaan internet banking bank BCA surabaya dan variabel independen terdiri dari kemudahan penggunaan, keamanan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan nasabah.

Definisi Operasional Variabel

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah pendapat nasabah tentang kemudahan penggunaan *Internet Banking* BCA dapat memenuhi kebutuhan bertransaksi melalui telepon genggam. Seorang nasabah yakin bahwa layanan *Internet Banking* BCA dianggap mudah dalam penggunaannya, sehingga nasabah dapat terus menggunakan layanan tersebut.

Keamanan

Keamanan adalah pendapat nasabah tentang bagaimana jaringan pada *Internet banking*. Keamanan data nasabah, jaringan dan isinya serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut dalam memenuhi fungsi komunikasi data.

Manfaat yang dirasakan

Manfaat yang dirasakan adalah pendapat nasabah mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap keuntungan yang didapatkan setelah memanfaatkan *Internet banking* BCA.

Menurut Davis dalam Jogiyanto (2007:115) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan (*trust*) sebagai suatu harapan dari pihak-pihak yang berhubungan (*participant*) akan keahlian, keandalan, keteladanan dan kejujuran dari mitranya

Instrumen Penelitian

Agar dapat memperoleh instrumen penelitian yang benar-benar valid serta memiliki kehandalan yang tinggi maka instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner disusun sebagai dasar panduan wawancara untuk menggali pengaruh kecepatan transaksi, keamanan dan manfaat terhadap keputusan dalam menggunakan Bank Central Asia di Surabaya.

Dalam penelitian ini semua item termasuk persyaratan positif. Untuk mengelompokkan skor maka dilakukan terhadap interval dengan rumus-rumus sebagai berikut:

$$IK = \frac{\text{Max} - \text{Min}}{JK}$$

Keterangan:

IK = Interval Kelas

Max = Nilai Tertinggi

Min = Nilai Terendah

JK = Jumlah Kelas

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dalam bentuk angket. Kuesioner merupakan salah satu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden. Penyebaran kuesioner kepada responden antara lain: (1) Membagikan kuesioner kepada nasabah, (2) Menjelaskan dan mengarahkan responden tentang cara pengisian kuesioner, (3) Responden

menjawab pertanyaan yang diajukan secara tertulis dalam lembar kuesioner.

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala sikap model *Likert*. Skala sikap digunakan untuk mengetahui penilaian seseorang terhadap sesuatu hal. Dalam skala ini, responden menyatakan persetujuannya dan ketidaksetujuan terhadap beberapa pernyataan yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti. Dengan skala *Likert* ini diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam penyusunan daftar pertanyaan atau pernyataan kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:93), skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur dalam penelitian ini adalah: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) ragu-ragu, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif akan dijelaskan mengenai distribusi masing-masing variabel yaitu variabel terikat yaitu Keputusan Menggunakan *Internet Banking* dan variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Risiko (X_2) dan Persepsi Manfaat (X_3). Digunakan untuk memberikan gambaran mengenai responden dalam penelitian dan hasil penelitian di lapangan yang berkaitan dengan Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan *Internet banking* BCA di Surabaya. Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menggambarkan secara deskriptif hasil penelitian di lapangan

terutama yang berhubungan dengan responden penelitian.

Tabel 2-5 berikut adalah hasil uji deskriptif:

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Presentase (%)
1	Laki-Laki	35
2	Perempuan	65

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jenis kelamin laki-laki 35%, dan responden dengan

jenis kelamin perempuan 65%. Dengan ini dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh perempuan sebesar 65%.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia

No.	Keterangan	Presentase (%)
1	19 – 25 Tahun	76
2	26 – 35 Tahun	19
3	36 – 45 Tahun	2
4	> 46 Tahun	3

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 19 sampai dengan 25 tahun sebesar 76%, selanjutnya responden yang berusia 26 sampai dengan 35 tahun

sebesar 19%, kemudian responden yang berusia 36 sampai dengan 45 tahun sebesar 2%, selanjutnya responden yang berusia lebih dari 46 tahun sebesar 3%.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan

No.	Keterangan	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	52
2	Pegawai Negeri	15
3	Wiraswasta	11
4	Lain-Lain	4

Berdasarkan tabel 4 dibawah dapat diketahui bahwa responden pelajar/mahasiswa sebesar 52%, selanjutnya responden dengan pekerjaan pegawai negeri sebesar

15%, kemudian responden wiraswasta sebesar 11%, dan selanjutnya responden lain-lain sebesar 4%.

Tabel 5
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

No.	Keterangan	Presentase (%)	Jumlah (Orang)
1	3 Kali	23,8	19
2	4 Kali	21,3	17
3	5 Kali	16,3	13
4	6 Kali	22,5	18
5	> 6 Kali	16,3	13

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa frekuensi penggunaan layanan mobile banking oleh responden 3 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 23,8% atau sebanyak 19 orang, selanjutnya responden dengan frekuensi penggunaan 4 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 21,3% atau sebanyak 17 orang, selanjutnya responden dengan frekuensi penggunaan 5 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 16,3% atau sebanyak 13 orang, kemudian responden dengan frekuensi penggunaan 6 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 22,5% atau sebanyak 18 orang dan selanjutnya responden dengan frekuensi penggunaan >6 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 16,3% atau sebanyak 13 orang.

Analisis Data Statistik

Uji Validitas

Imam Ghozali (2013:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu item pertanyaan valid apabila pertanyaan pada kuesioner antara tiap pernyataan dalam satu item memiliki

signifikansi <0,05. Uji validitas digunakan untuk menguji variabel-variabel bentuk Skala Likert dalam penelitian ini meliputi persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi manfaat dan keputusan menggunakan. Pengujian validitas menggunakan 80 kuesioner yang telah disebar kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 21.00 *for windows*.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur keandalan sebuah instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan komputer program SPSS versi 21.00 *for windows*. Nilai suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach-Alpha* >0,6 (Imam Ghozali 2013:53).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam

Ghozali 2013:160). Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Menurut Imam Ghozali

(2013:160) ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Berikut adalah hasil output dari uji Normalitas:

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41101298
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 6, dari 80 sampel yang digunakan pada penelitian ini, nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,801 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,543. Hal ini berarti H_0 diterima dan semua variabel dinyatakan berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ (Imam Ghozali 2013:160).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui korelasi antara anggota serangkaian data observasi. Terjadinya autokorelasi menyebabkan uji F dan uji T menjadi tidak akurat. Jika angka DW (*Durbin-Watson*) berada diantara 1,55 sampai dengan 2,46 maka regresi berganda dalam penelitian tidak terkena autokorelasi.

Tabel 8
Hasil Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika	Nilai Durbin-Watson
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$	2,059
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$dl \leq d \leq du$	
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$	
Tidak ada korelasi negatif	<i>No Decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$	
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$	

Sumber: Data Diolah

Pada tabel 8, hasil nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,059 nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 80 (n), dan jumlah variabel independen 3 (k-3) dengan nilai dL sebesar 1,5600 dan dU sebesar 1,7153.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Tabel 9
Hasil Analisis Uji t

Variabel	Nilai β	Nilai t	Sig.	r^2
Kemudahan Penggunaan	0,189	2,030	0,045	0,032
Keamanan	0,218	2,476	0,015	0,047
Manfaat yang Dirasakan	0,215	2,186	0,031	0,037
Kepercayaan Nasabah	0,253	2,602	0,010	0,052

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 9 diatas, maka dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen

α : Konstanta

X : Variabel Independen

β : Koefisien Regresi

e : Koefisien Pengganggu (error)

Dimana pada penelitian ini ternyata variabel persepsi manfaat yang merupakan variabel yang paling dominan atau besar pengaruhnya terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*, selanjutnya dipengaruhi oleh persepsi

kemudahan dan persepsi risiko. Dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan sampai yang terkecil dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas yang terdapat dalam model MRA secara signifikan mempengaruhi variabel terikat. Maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova. Model signifikan selama kolom signifikansi (%) < Alpha. Kriteria pengujian dalam penelitian ini taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 10
Hasil Analisis Uji F

Keterangan	Nilai
F hitung	12,336
df ₁	4
df ₂	125
F tabel	2,78
Sig.	0,000
R ²	0,283

Sumber: Data Diolah

Dilihat dari hasil uji F pada tabel 10, terdapat F hitung 12,336 dengan nilai signifikan 0,000 nilai signifikan <0,05. Apabila angka probabilitas signifikansi <0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dari hasil output tersebut menyatakan variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* BCA di Surabaya

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa responden sudah merasa mudah mempelajari penggunaan *internet banking* BCA dan merasa bahwa *internet banking* BCA sudah memberikan informasi yang jelas terkait transaksi yang akan dilakukan responden sehingga hal tersebut mampu mempengaruhi responden untuk meningkatkan keinginan serta kemauan responden dalam melakukan transaksi perbankan menggunakan *internet banking* BCA dan merasa memang membutuhkan adanya *internet banking* BCA. Hasil ini sesuai

dengan penelitian terdahulu yakni Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016) yang mengemukakan bahwa adopsi *internet banking* secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Sama halnya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andretha S. E. Langelo (2013) yang menemukan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

Pengaruh Keamanan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* BCA Di Surabaya

hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa responden sudah merasa memperoleh informasi yang akurat dalam penggunaan *internet banking* BCA, tidak ada orang lain yang dapat mengakses atau bertransaksi dengan akun pribadi milik responden di *internet banking* tersebut dan merasa bahwa *internet banking* BCA sudah mampu menjaga kerahasiaan data pribadinya sehingga hal ini dapat mempengaruhi responden untuk meningkatkan keinginan serta kemauan responden dalam melakukan transaksi

perbankan menggunakan *internet banking* BCA serta merasa lebih aman dan nyaman bila bertransaksi menggunakan *internet banking* BCA tanpa perlu ada rasa khawatir dan cemas.

Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni Jayasiri, N. K., Gunawaradana K. D., dan Dharmadasa P. (2015) yang mengemukakan bahwa adopsi *internet banking* secara positif dipengaruhi oleh keamanan. Sama halnya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016) yang menjelaskan bahwa niat individu untuk mengadopsi *internet banking* secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh privasi yang dirasakan dan keamanannya. Tidak hanya itu, hal ini juga bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andretha S. E. Langelo (2013) yang menemukan hasil bahwa keamanan ataupun resiko yang dirasakan oleh individu berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* yang artinya semakin sedikit resiko yang akan didapat seseorang atau semakin aman *internet banking* tersebut maka akan semakin tinggi pula keinginan atau niat seseorang dalam mengadopsi *internet banking* tersebut.

Pengaruh Manfaat yang Dirasakan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* BCA Di Surabaya

menjelaskan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merasa bahwa ketika transaksi menggunakan *internet banking* BCA dapat membantu menyelesaikan transaksinya lebih cepat, maka

intensitas penggunaan *internet banking* nasabah pun juga akan semakin sering dan hal ini menjelaskan bahwa nasabah tersebut memang membutuhkan layanan *internet banking*. Nasabah yang bertransaksi menggunakan *Internet banking* BCA merasa layanan ini dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya sehingga memberi dampak yakni akan meningkatkan keinginannya untuk menggunakan *internet banking* terus-menerus dan hal ini dapat membuat responden merasa bahwa layanan *Internet banking* BCA telah memberikan informasi yang dibutuhkan mengenai transaksi perbankan. Ketika seseorang bertransaksi menggunakan *Internet banking* BCA merasa hal tersebut dapat membuat pekerjaannya menjadi lebih efektif, hal ini juga dapat menyebabkan individu tersebut akan menggunakan layanan *Internet banking* BCA karena dapat memenuhi segala transaksi perbankan yang dibutuhkannya. Hal ini bisa terjadi karena ada kecenderungan di benak nasabah ketika nasabah memang merasakan adanya manfaat dari penggunaan *internet banking* BCA, nasabah pun merasa layanan *internet banking* memenuhi segala transaksi perbankan yang dibutuhkannya.

Pengaruh Kepercayaan Customer Terhadap Penggunaan *Internet Banking* BCA Di Surabaya

Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi rasa percaya yang dimiliki oleh nasabah maka transaksi yang dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *internet banking* pun akan lebih sering intensitasnya.

Secara *behavior*, ketika seseorang sudah benar-benar percaya dengan suatu produk maupun jasa maka individu tersebut tidak akan segan untuk selalu menggunakan produk atau jasa tersebut.

Hasil ini mengindikasikan bahwa nasabah yang telah percaya terhadap sistem *Internet Banking* BCA akan merasa bahwa individu tersebut butuh untuk melakukan transaksi dengan cepat dengan menggunakan layanan *Internet banking* BCA. Nasabah yang merasa memiliki kontrol dalam bertransaksi *Internet Banking* BCA tidak lagi merasa khawatir bila akan bertransaksi dengan *internet banking* tersebut dimana hal ini menjelaskan bahwa nasabah telah mendapat informasi yang dibutuhkan terkait layanan perbankan *Internet banking* BCA. Di sisi lain, responden dalam penelitian ini merasa sudah percaya akan kualitas layanan *internet Banking* BCA sehingga intensitas penggunaannya untuk transaksi yang cepat pun lebih sering dibandingkan harus ke bank terlebih dahulu. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa rasa percaya seseorang terhadap suatu barang maupun jasa atau layanan *internet banking* pun mempengaruhi tindakan yang akan dilakukannya.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016) yang menjelaskan bahwa kepercayaan customer memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi *internet banking* dan niat individu untuk mengadopsi *internet banking* secara signifikan

dipengaruhi oleh kepercayaan customer.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut:

(1) Kemudahan penggunaan dengan Adopsi memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan nasabah menggunakan *internet banking* BCA di Surabaya telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima. Dengan demikian semakin tinggi Kemudahan Penggunaan nasabah terhadap layanan *internet banking* BCA maka semakin tinggi pula Keputusan menggunakan *internet banking* BCA di Surabaya.

(2) Keamanan dengan Adopsi memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini dilihat dari hipotesis kedua (H2) yang menyatakan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi nasabah menggunakan *internet banking* BCA di Surabaya terbukti kebenarannya. Dengan demikian semakin keamanan nasabah kepada layanan *internet banking* BCA juga meningkatkan adopsi *internet banking* BCA di Surabaya.

(3) Manfaat yang dirasakan memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini dilihat dari hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan Manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking* BCA di Surabaya telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian semakin tinggi manfaat

yang dirasakan terhadap layanan *internet banking* BCA semakin tinggi pula adopsi nasabah menggunakan *internet banking* BCA di Surabaya.

(4) Kepercayaan nasabah memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini dilihat dari hipotesis ketiga (H4) yang menyatakan Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking* BCA di Surabaya telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian semakin tinggi manfaat yang dirasakan terhadap layanan *internet banking* BCA semakin tinggi pula adopsi nasabah menggunakan *internet banking* BCA di Surabaya.

Untuk memenuhi jumlah kuesioner, peneliti memerlukan waktu lebih dari 1 minggu karena sulitnya responden yang mau mengisi kuesioner. Bagi peneliti selanjutnya, Menambahkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian lain yang memiliki pengaruh terhadap adopsi internet banking, misalnya word of mouth, pengaruh sosial, kredibilitas dan keunggulan relatif

DAFTAR RUJUKAN

- Andretha S.E. Langelo, 2013. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Percerved Risk Impact To Lectures Internet Banking Adoption". Jurnal EMBA Vol 1 No 4, Hal 1571-1580
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk study Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Sofyan Syafri Harahap 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT.Rajagrafindo persada
- Fusilier, M. dan Durlabhji, S. 2005. "An exploration of student internet use in India : the technology acceptance model and the theory of planned behavior". *Campus –Wide Information Systems*. 22 (4):233-245
- Morissan. 2012. *Metode Pengambilan Sampel*. Jakarta
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPF
- Kotler, Philip; Armstrong, G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Penerbit Erlangga
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Mudah memahami dan menganalisis Indikator ekonomi*. Yogyakarta.
- Supriyono, 2000. *Sistem Pengendalian Manajemen*. edisi pertama, Yogyakarta : BPF.
- Website Bank Central Asia www.bca.co.id.

