

**PENGARUH HARAPAN USAHA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *INTERNET*
BANKING DENGAN MODERASI GENDER PADA PENGGUNA *INTERNET*
BANKING BNI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

MUHAMMAD AKING IRAWAN
NIM : 2013210596

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

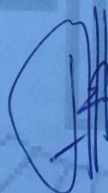
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Muhammad Aking Irawan
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 18 November 1994
N.I.M : 2013210596
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan
Internet Banking dengan Moderasi Gender pada
Pengguna *Internet Banking* BNI Surabaya

Disetujui dan Diterima Baik oleh :

Dosen Pembimbing,

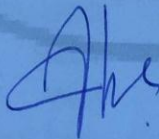
Tanggal : 22-09-2017



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

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 22-09-2017



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

PENGARUH HARAPAN USAHA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* DENGAN MODERASI GENDER PADA PENGGUNA *INTERNET BANKING* BNI SURABAYA

Muhammad Aking Irawan
STIE Perbanas Surabaya
Email : akingirawan@gmail.com

ABSTRACT

Information and communication technology has a significant influence on the development and competition of companies, especially in the banking sector. But the application of information and communication technology is not always successful. One of the success factors of the application of information and communication technology is the attitude of the users who utilize the technology. This research aims to analyze the influence of effort expectancy on the behavioural intention of using internet banking with gender moderation in internet banking users BNI Surabaya. The method used in this research is quantitative method and using primary data by distributing questionnaires as much as 100 questionnaires to bank customers BNI Surabaya. Sampling technique used in this study is purposive sampling with criteria of at least 19 years old, using internet banking BNI atleast three times transactions within the last three months, and domiciled in Surabaya. Analysis used in this research is Moderated Regression Analysis (MRA). The results showed that effort expectancy had no significant effect on the intention of using internet banking with the existence of gender moderation.

Keywords : *Effort Expectancy, Gender, Behavioural Intention Internet Banking*

PENDAHULUAN

Teknologi memainkan peran utama dalam dunia bisnis, terutama dalam dunia perbankan. Perkembangan teknologi telah merubah strategi bisnis dunia usaha termasuk dalam sektor perbankan dengan menempatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai unsur utama dalam proses produksi dan pemberian jasa pelayanan perbankan. Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh cukup besar bagi perkembangan dan persaingan perusahaan khususnya dalam sektor perbankan. Sistem teknologi yang memadai dan handal akan membuat bank mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin sengit dan mengglobal. Konsumen telah diperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan layanan kepada nasabah. Produk jasa bank yang di

tawarkan kepada nasabah tersebut adalah *Internet Banking*. *Internet Banking* adalah salah satu jasa pelayanan yang di berikan oleh bank kepada nasabah dengan fasilitas transfer, pembayaran rekening, mengecek saldo, serta pembelian barang secara online melalui media elektronik dengan website milik bank yang dilengkapi dengan adanya sistem keamanan. Faktor penting yang perlu diperhatikan bagi nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* ini diantaranya adalah harapan usaha (effort expectancy). Harapan usaha adalah harapan akan tingkat kemudahan terkait penggunaan sistem *internet banking*. Kemudahan yang dirasakan dalam menjalankan sistem layanan *internet banking*, akan berpengaruh terhadap niat menggunakan *internet banking* (intention to use *internet banking*). Niat menggunakan *internet*

banking ini dapat di artikan sebagai rasa ingin dengan bertekad hati seseorang untuk menggunakan layanan *internet banking*. Niat menggunakan *internet banking* merupakan keinginan daripada pengguna didalam rangka memiliki, menggunakan atau membuang produk atau jasa *internet banking*.

Survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia kategori gender atau jenis kelamin dari pengguna internet di dominasi oleh laki-laki sebanyak 51,8%, sedangkan untuk perempuan hanya 48,2% saja. Hal tersebut dikarenakan gender

mempengaruhi jenis aplikasi yang digunakan dan niat pengguna untuk terus menggunakan atau membuang aplikasi tersebut. *Internet Banking* di negara Indonesia ada empat bank yang mendominasi, yaitu Bank Mandiri, Bank BCA, Bank BRI, dan Bank BNI. Bank BNI pengguna *internet banking*nya cenderung lemah di banding ke empat Bank tersebut menurut survey yang dilakukan oleh Top Brand Award pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 ditunjukkan dalam Tabel 1 berikut :

Tabel 1
TOP BRAND AWARD BANK KATEGORI
INTERNET BANKING TAHUN 2015-2016
DI INDONESIA

MEREK	Tahun			
	2015		2016	
Klik BCA	60.2%	1	54.0%	1
Internet Banking Mandiri	16.9%	2	20.0%	2
Internet Banking BNI	11.5%	3	6.3%	3
Internet Banking BRI	8.5%	4	9.0%	4

Sumber: Data diolah dari *topbrand-award.com*

Top Brand Indeks pada tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa pengguna *internet banking* BNI persentasenya hanya sebesar 6,3% saja, berbanding terbalik pada tahun 2015 yang mencapai persentase sebesar 11,5%. Presentase pengguna *internet banking* BNI mengalami penurunan sebesar 5,2% dari tahun 2015 sampai tahun 2016.

Penelitian terdahulu telah melakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* dengan moderasi gender. Penelitian dari Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2014) menyatakan bahwa pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan

internet banking hasilnya signifikan namun hasilnya akan berubah menjadi tidak signifikan jika ditambahkan gender sebagai moderasi. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian dari R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) yang juga menyatakan harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan namun tidak ditemukannya gender sebagai variabel yang memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan.

Penelitian ini memilih Bank BNI disebabkan karena Bank BNI mengalami penurunan jumlah pengguna *internet banking* dari survei yang dilakukan oleh Top Brand Award tahun 2015 sampai

dengan tahun 2016 yang menjadi peringkat ke-empat dibawah bank BRI yang menempati peringkat ke-tiga.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Harapan Usaha

Harapan Usaha adalah harapan akan tingkat kemudahan di dalam menggunakan *internet banking* untuk mempermudah dan memperlancar usaha. Kemudahan sangat penting bagi pengguna *internet banking* dengan fleksibel waktu, tempat dan dapat dilakukan kapan dan dimana saja. *Internet banking* dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan bahwa pengguna teknologi baru merasa bahwa menggunakan produk atau layanan akan bebas dari usaha (Muhammad Ali Nasir, 2015 : 464). Suatu produk atau layanan akan lebih mungkin untuk diterima oleh konsumen apabila penggunaan aplikasi yang di rasakan mudah.

Gender

Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (sex), padahal gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Gender adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan jika di lihat dari status, peran, sikap serta sosial budaya. Banyak yang mengatakan gender merupakan jenis kelamin, padahal jenis kelamin merupakan perbedaan laki-laki dan perempuan yang tidak bisa di rubah lagi atas pemberian Tuhan sedangkan gender masih bisa di rubah. Perbedaan gender yang reliabel berkaitan dengan kemampuan psikologis, khususnya dalam area yang menyangkut kemampuan berpikir. Bukti mengenai perbedaan gender dalam mengekspresikan karakteristik bidang sosial, dalam hal ini agresi dan komunikasi. Laki-laki secara fisik dan verbal lebih agresif dibandingkan

wanita, dan laki-laki lebih banyak melakukan kejahatan. Howard S.Friedman (2009 : 5) menyatakan dibandingkan laki-laki, wanita lebih baik melakukan komunikasi nonverbal

Niat Menggunakan *Internet Banking*

Niat Menggunakan *internet banking* merupakan rasa untuk menginginkan sesuatu dengan bertekad hati untuk mendapatkannya. Keinginan ini di dalam rangka untuk memiliki atau justru membuang produk *internet banking*. Memahami perilaku daripada pengguna atau konsumen secara tepat pemasar perlu memperhatikan tindakan langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang atau jasa. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009 : 166) mendefinisikan “Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.”

Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking*

Carolina Martins, et all. (2014) menyebutkan Harapan Usaha adalah harapan akan tingkat kemudahan di dalam menggunakan *internet banking* untuk mempermudah dan memperlancar usaha. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Carolina Martins, et all. (2014) menyatakan bahwa harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Harapan akan mudahnya menggunakan *internet banking* jika dirasakan oleh masyarakat akan membuat masyarakat untuk berniat menggunakan *internet banking* lagi untuk bertransaksi.

H₁ : Harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.

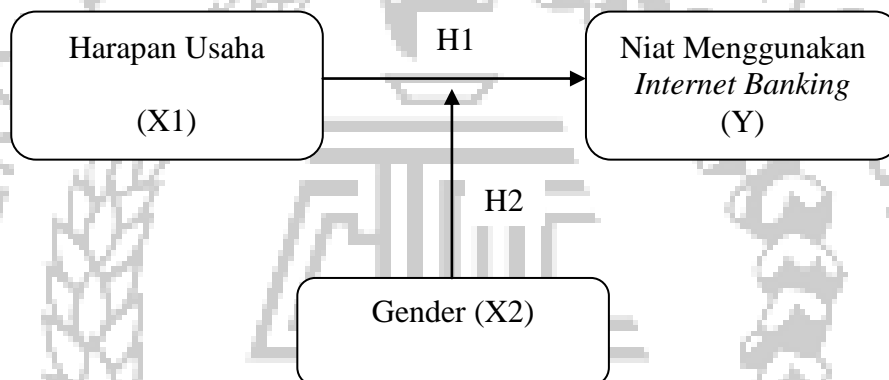
Gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan internet banking BNI Surabaya.

Gender adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan jika di lihat dari status, peran, sikap serta sosial budaya. Banyak yang mengatakan gender merupakan jenis kelamin, padahal jenis kelamin merupakan perbedaan laki-laki dan perempuan yang tidak bisa di rubah lagi atas pemberian Tuhan sedangkan gender masih bisa di rubah. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh .Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) menemukan bahwa terdapat perbedaan pengaruh prediktor niat menggunakan antar pria dan

wanita. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa pengaruh wanita terhadap hubungan antara harapan usaha terhadap niat menggunakan lebih besar dibandingkan dengan pria.

H₂ : Gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.

Variabel yang mempengaruhi niat menggunakan *internet banking* berdasarkan Hipotesis yang sudah dijabarkan dapat digambarkan melalui suatu kerangka pemikiran dalam bentuk bagan seperti Gambar 1 :



Sumber : Carolina Martins, *et al* (2014), R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014), S. Saibaba dan T. Naryana Murthy (2013), diolah

**GAMBAR 1
KERANGKA PENELITIAN
METODE PENELITI**

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel satu dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen harapan usaha dan gender sebagai variabel moderasi terhadap variabel dependen yaitu niat menggunakan *internet banking*. Sumber penelitian diperoleh dari data primer yang diambil secara langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuisioner

Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini yaitu :

- Subyek yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna layanan *Internet Banking* BNI Surabaya
- Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harapan usaha
- Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah gender
- Variabel Terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah niat menggunakan *Internet Banking* BNI Surabaya
- Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Moderated Regression Analysis (MRA)

Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independen
Variabel independen dalam penelitian ini adalah harapan usaha (X1)
2. Variabel moderasi
Variabel moderasi penelitian ini adalah gender (X2)
3. Variabel dependen
Variabel dependen penelitian ini adalah niat menggunakan *internet banking* (Y)

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Harapan Usaha

Harapan Usaha didefinisikan sebagai harapan bagi nasabah sebagai pengguna layanan *internet banking* BNI Surabaya dalam penelitian ini, bahwa layanan *internet banking* BNI dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Harapan akan kemudahan penggunaan menimbulkan percaya diri bagi nasabah pengguna layanan *internet banking* BNI Surabaya. Harapan usaha diukur berdasarkan indikator sebagai berikut:

- 1) Paham bagaimana caranya menggunakan *internet banking* (*My interaction with internet banking would be clear and understandable*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna *internet banking* mengerti cara menggunakan layanan *internet banking*.
- 2) Mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan *internet banking* (*it would be easy for me to become skillful at using internet banking*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna akan bisa terbiasa dan cakap dalam menggunakan *internet banking*.
- 3) *Internet banking* mudah digunakan (*I would find internet banking easy to use*). Indikator ini mengandung arti bahwa mudah bagi pengguna untuk menggunakan *internet banking*.
- 4) *Internet banking* mudah untuk dipelajari (*I think that learning to operate internet banking would be easy to me*). Indikator ini mengandung arti bahwa

belajar untuk mengoperasikan *internet banking* mudah dilakukan oleh pengguna.

Gender

Gender adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan jika di lihat dari status, peran, sikap serta sosial budaya. Gender atau jenis kelamin menjadi variabel yang memoderasi harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* dalam penelitian ini. Gender merupakan variabel yang berperan untuk memperkuat atau justru memperlemah hubungan antara harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking*. Lie Liana (2009 : 91) mendefinisikan variabel moderasi adalah “variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen”. Gender ini juga merupakan variabel Dummy yaitu variabel yang digunakan untuk mengkuantitatifkan variabel yang memiliki sifat kualitatif yang memiliki dua nilai yaitu nilai 1 (satu) untuk perempuan dan 2 (dua) untuk laki-laki. Indikator yang digunakan dalam variabel ini adalah :

- 1) Perempuan (female)
- 2) Laki-laki (male)

Niat Menggunakan *Internet Banking*

Variabel terikat pada penelitian ini adalah niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya. Niat menggunakan *internet banking* adalah rasa untuk menginginkan sesuatu dengan bertekad hati untuk mendapatkannya dalam artian untuk menggunakan layanan *internet banking* BNI Surabaya. Indikator yang digunakan dalam variabel ini adalah:

- 1) Berniat menggunakan *internet banking* pada bulan mendatang. (*intend to use the system in the next months*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna mempunyai kemauan untuk menggunakan *internet banking* di bulan depan.
- 2) Prediksi menggunakan *internet banking* pada bulan-bulan mendatang. (*predict would use Internet Banking in the*

next month). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna meramalkan akan menggunakan *internet banking* di bulan-bulan selanjutnya.

3) Berencana untuk menggunakan sistem dalam bulan selanjutnya. (*plan to use the system in the next month*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna mempunyai rencana untuk menggunakan *internet banking* di bulan depan.

4) Berniat melihat saldo rekening melalui *internet banking*. (*intend to consult the balance of account on the platform of internet banking*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna mempunyai kemauan untuk memantau saldo rekening melalui *internet banking*.

5) Berniat melakukan transfer melalui *internet banking*. (*intend to perform a transfer on the platform of Internet banking*). Indikator ini mengandung arti bahwa pengguna mempunyai kemauan untuk melakukan transaksi mengirim uang baik antar sesama bank ataupun lain bank melalui *internet banking*.

Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *internet banking* BNI di wilayah kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik dimana anggota sampel dipilih sehingga sampel tersebut dapat mewakili atau masuk ke dalam kriteria populasi. Penelitian ini sampel yang digunakan harus memasuki kriteria sebagai berikut:

1. Usia responden minimal 19 tahun.
2. Nasabah Bank BNI di wilayah kota Surabaya yang menggunakan *Internet Banking* minimal tiga kali transaksi dalam kurun waktu 3 bulan.
3. Responden berdomisili di kota Surabaya.

Pengambilan jumlah sample yang di ambil dalam penelitian ini berpedoman pada pernyataan Van Voorhis dan Morgan

(2007 : 48), Rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

$$N = 50 + 8 (m)$$

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

$$N = 50 + 16$$

$$N = 66$$

Keterangan:

N : Jumlah Sampel

m : Jumlah variabel bebas

Jumlah sampel yang didapatkan minimal sebanyak 66 sampel. Penelitian ini juga akan mengambil sampel kecil sebanyak 30 sampel total jumlah sampel sebanyak 96 responden, untuk menjaga apabila ada data yang tidak valid atau rusak maka peneliti membulatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 100 responden.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, yaitu merupakan teknik analisis data yang menggunakan angka agar penelitian dapat diukur secara pasti menggunakan perhitungan matematik dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0. Tahap-tahap menganalisis data pada penelitian ini diidentifikasi berikut:

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengubah data mentah menjadi informasi yang mudah untuk dipahami khususnya yang berhubungan dengan responden. Analisis deskriptif ini, bertujuan untuk menganalisis variabel yang akan di uji dalam penelitian ini yaitu niat menggunakan *Internet Banking* (Y) dan variabel bebas yaitu harapan usaha (X1), dan variabel moderasi yaitu gender (X2).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh model analisis persamaan regresi yang tidak bias dan efisien.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghazali, 2013 : 160). Data penelitian harus diuji distribusi normalnya, data yang baik adalah residual data yang distribusinya normal. Uji normalitas dalam penelitian ini pengujiannya menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dengan $\alpha = 0,05$.

Untuk keputusan uji normalitas, kriterianya yaitu:

- Signifikansi (Sig) $\geq \alpha = 0,05$ maka residual data berdistribusi normal.
- Signifikansi (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka residual data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (Imam Ghazali, 2013 : 105). Model yang baik yaitu tidak terjadinya korelasi diantara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$ maka menunjukkan bahwa terdapat multikolonieritas. Sedangkan, apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Imam Ghazali, 2013 : 110). Tujuan dari autokorelasi yaitu untuk menguji apakah model regresi linear terdapat kesalahan pada periode t-1 (tahun sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi. Untuk melihat apakah ada tidaknya autokorelasi salah satunya dengan cara uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan autokorelasi adalah:

- Jika $0 < d < dl$ atau $4 - dl < d < 4$, maka autokorelasi dengan hipotesis nol ditolak.
- Jika $du < d < 4 - du$, maka autokorelasi dengan hipotesis nol diterima.
- Jika $dl \leq d \leq du$ atau $4 - du \leq d \leq 4 - dl$, maka autokorelasi dengan hipotesis nol tidak ada keputusan.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi adalah “Aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen)” (Lie Liana, 2009 : 93). MRA ini dilakukan melalui uji signifikansi simultan (uji F) dan uji signifikansi parameter individual atau (uji t). Rumus persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y : Niat Menggunakan *Internet Banking*

X₁ : Harapan Usaha

X₂ : Gender

β_1 : Koefisien regresi

β_2 : Koefisien regresi

β_3 : Koefisien regresi perkalian variabel X₁ dan variabel X₂

α : Konstanta

e : Error (variabel pengganggu di luar variabel bebas)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kuisisioner yang disebar sebanyak 70 kuisisioner, ternyata semua kuisisioner bisa digunakan atau diolah untuk analisis selanjutnya yaitu untuk mengungkapkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, lama menggunakan *internet banking* BNI, banyak menggunakan *internet banking* BNI, dan keperluan menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.

Tabel 2
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Pria	14	20,0	20,0	20,0
Wanita	56	80,0	80,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 2 menunjukkan hasil bahwa jumlah responden pengguna *internet banking* BNI yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 14 orang atau 20% dan Laki-laki sebanyak 56 orang atau

80%. Kesimpulan yang didapat dari tabel di atas adalah bahwa pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh Laki-laki.

Tabel 3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid				
19-24 thn	38	54,3	54,3	54,3
25-29 thn	17	24,3	24,3	78,6
30-34 thn	5	7,1	7,1	85,7
35-39 thn	2	2,9	2,9	88,6
40-44 thn	2	2,9	2,9	91,4
45-49 thn	3	4,3	4,3	95,7
50-54 thn	2	2,9	2,9	98,6
>55 thn	1	1,4	1,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 3 dapat diketahui bahwa jumlah responden pengguna *internet banking* BNI di Surabaya untuk usia 19 – 24 tahun sebanyak 38 orang atau 54,3%, usia 25 – 29 tahun sebanyak 17 orang atau 24,3%, usia 30 – 34 tahun sebanyak 5 orang atau 7,1%, usia 35 – 39 sebanyak 2 orang atau 2,9%, usia 40 – 44 tahun sebanyak 2 orang atau 2,9%, usia 45 – 49 tahun sebanyak 3 orang atau 4,3%, usia 50

– 54 tahun sebanyak 2 orang atau 2,9%, dan untuk usia > 55 tahun hanya ada 1 orang atau 1,4%. Kesimpulan dari tabel 4.2 adalah bahwa pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat yang mayoritas berusia 19 – 24 tahun yang masuk ke dalam kategori remaja akhir.

Tabel 4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SMP	2	2,9	2,9	2,9
	SMA	25	35,7	35,7	38,6
	Diploma	8	11,4	11,4	50,0
	Sarjana/Pasca Sarjana	35	50,0	50,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 4 menunjukkan hasil bahwa responden pengguna *internet banking* BNI di Surabaya yang berlatar belakang pendidikan terakhir untuk SD atau SMP sebanyak 2 orang atau 2,9%, untuk SMA sebanyak 25 orang atau 35,7%, untuk Diploma sebanyak 8 orang atau 11,4%,

untuk Sarjana atau Pasca Sarjana sebanyak 35 orang atau 50%. Kesimpulan dari tabel 4.3 adalah jumlah pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat yang berlatar belakang pendidikan Sarjana atau Pasca Sarjana.

Tabel 5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	22	31,4	31,4	31,4
	PNS/TNI/POLRI	6	8,6	8,6	40,0
	Lainnya	1	1,4	1,4	41,4
	Wirausaha	8	11,4	11,4	52,9
	Pegawai Swasta	33	47,1	47,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah responden pengguna *internet banking* BNI di Surabaya sebagai Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 22 orang atau 31,4%, yang bekerja sebagai PNS, TNI atau POLRI sebanyak 6 orang atau 8,6%, untuk yang bekerja sebagai Wirausaha sebanyak 8 orang atau 11,4%, untuk yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak

33 orang atau 47,1%, dan yang bekerja selain Pelajar, PNS, Wirausaha, dan Pegawai Swasta hanya ada 1 orang atau 1,4%. Kesimpulan dari tabel 4.4 adalah bahwa jumlah responden pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat yang bekerja sebagai Pegawai Swasta.

Tabel 6
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN LAMA MENGGUNAKAN
INTERNET BANKING BNI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <= 5 bulan	13	18,6	18,6	18,6
5-8 bulan	20	28,6	28,6	47,1
9-12 bulan	25	35,7	35,7	82,9
>=12 bulan	12	17,1	17,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 6 menunjukkan hasil bahwa responden yang lama menggunakan *internet banking* BNI di Surabaya selama kurang dari 5 bulan sebanyak 13 orang atau sebesar 18,6%, selama 5 – 8 bulan sebanyak 20 orang atau sebesar 28,6%, selama 9 – 12 bulan sebanyak 25 orang atau sebesar 35,7%, dan yang lebih dari 12

bulan sebanyak 12 orang atau sebesar 17,1%. Kesimpulan dari tabel 4.5 adalah pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat yang sudah menggunakan *internet banking* dari 9 – 12 bulan.

Tabel 7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN BANYAK MENGGUNAAN
INTERNET BANKING BNI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3-5kali	36	51,4	51,4	51,4
6-10 kali	30	42,9	42,9	94,3
>10 kali	4	5,7	5,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengguna *internet banking* BNI di Surabaya yang menggunakan *internet banking* BNI 3 – 5 kali sebanyak 36 orang atau sebesar 51,4%, 6 – 10 kali sebanyak 30 orang atau sebesar 42,9%, dan yang lebih dari 10 kali sebanyak 4 orang atau

sebesar 5,7%. Kesimpulan dari tabel 4.6 adalah pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat yang menggunakan *internet banking* BNI sebanyak 3 – 5 kali.

Tabel 8
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KEPERLUAN PENGGUNAAN
INTERNET BANKING BNI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pribadi	65	92,9	92,9	92,9
	Bisnis	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

Tabel 8 menunjukkan bahwa pengguna *internet banking* BNI di Surabaya berdasarkan keperluannya menggunakan *internet banking* BNI untuk keperluan Pribadi sebanyak 65 orang atau 92,9% dan untuk keperluan Bisnis sebanyak 5 orang atau 7,1%. Kesimpulan dari tabel 4.7 adalah pengguna *internet banking* BNI di Surabaya didominasi oleh masyarakat untuk keperluan pribadi.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif ini, bertujuan untuk menganalisis variabel yang akan di uji dalam penelitian ini yaitu niat menggunakan Internet Banking (Y) dan variabel bebas yaitu harapan usaha (X1), dan variabel moderasi yaitu gender (X2) adalah sebagai berikut :

Tabel 9
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
VARIABEL HARAPAN USAHA

Indikator Variabel	Skor					N	Mean	Penilaian
	1	2	3	4	5			
HU1	0	3	31	23	13	70	3,66	Setuju
HU2	0	4	25	24	17	70	3,77	Setuju
HU3	0	2	25	31	12	70	3,76	Setuju
HU4	0	0	3	49	18	70	4,21	Sangat Setuju
Mean Variabel Harapan Usaha						70	3,85	Setuju

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

1. Harapan Usaha

Tabel 9 menunjukkan tanggapan responden yang paling tinggi variabel Harapan Usaha terdapat pada indikator HU4 dengan rata-rata sebesar 4,21 dimana pernyataan HU4 adalah “Menurut Saya internet banking BNI mudah untuk dipelajari”. Tanggapan responden yang terendah untuk variabel Harapan Usaha terdapat pada indikator HU1 dengan rata-

rata sebesar 3,66 dimana pernyataan HU1 adalah “Saya paham bagaimana caranya menggunakan internet banking BNI”. Hasil rata-rata tanggapan responden untuk variabel Harapan Usaha sebesar 3,85 dengan penelitian “Setuju”, karena berada pada interval kelas dengan nilai antara ($3,4 < X < 4,2$).

Tabel 10
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	14	20,0	20,0	20,0
	Wanita	56	80,0	80,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber: Lampiran 3, Data diolah

2. Gender

Tabel 10 menunjukkan tanggapan responden untuk Perempuan sebanyak 14 orang atau sebesar 20% dan Laki-laki

sebanyak 56 orang atau sebesar 80%. Kesimpulannya Gender didominasi oleh Laki-laki.

Tabel 11
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

Indikator Variabel	Skor					N	Mean	Penilaian
	1	2	3	4	5			
NM1	0	0	16	21	33	70	4,24	Sangat Setuju
NM2	0	4	14	23	29	70	4,10	Setuju
NM3	0	4	10	36	20	70	4,03	Setuju
NM4	0	0	6	42	22	70	4,23	Sangat Setuju
NM5	0	4	14	17	35	70	4,19	Setuju
Mean Variabel Niat Menggunakan Internet Banking						70	4,15	Setuju

Sumber : Lampiran 3, Data diolah

3. Niat Menggunakan Internet Banking

Tabel 11 menunjukkan tanggapan responden yang tertinggi terdapat pada indikator NM1 dengan rata-rata sebesar 4,24 dimana pernyataan NM1 adalah “Saya berniat menggunakan *internet banking* BNI pada bulan mendatang”. Tanggapan responden yang terendah terdapat pada indikator NM3 dengan rata-rata sebesar 4,03 dimana pernyataan NM3 adalah “Saya berencana untuk menggunakan system *internet banking* BNI dalam bulan selanjutnya”. Hasil rata-rata tanggapan responden untuk variabel Niat Menggunakan *internet banking*

sebesar 4,15 dengan penelitian “Setuju”, karena berada pada interval kelas dengan nilai antara $(3,4 < X < 4,2)$.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas:

Tabel 12
Uji Normalitas

	<i>Unstandard. Residual</i>
N	70
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,770

Tabel 12 menunjukkan hasil nilai Kolmogorov-Smirnov Z adalah sebesar 0,664 dengan nilai signifikan 0,770. Model regresi ini menunjukkan hasil distribusi normal yang baik karena nilai signifikannya sebesar 0,770 lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel independen, ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Berikut adalah tabel hasil uji multikolonieritas :

Tabel 13
Uji Multikolonieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
X1	0,039	25,863
X2	0,026	38,756
X1.X2	0,014	73,285

Hasil uji multikolonieritas yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai VIF yang besar yaitu lebih dari 10 dan memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,10. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa diantara variabel bebas menunjukkan adanya gejala multikolonieritas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1. Model regresi dikatakan baik jika regresi bebas dari autokorelasi. Uji Durbin-Watson (DW) digunakan untuk melihat adanya autokorelasi atau tidak adanya autokorelasi dengan.

Tabel 14
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,781

Hasil Durbin Watson sebesar 1,781 dan nilai dari tabel Durbin Watson ditemukan (DL) sebesar 1,5542 dan (DU) sebesar 1,6715. Uji Autokorelasi yang sesuai

adalah $(DU < D < 4 - DU) = (1,6715 < 1,781 < 2,3285)$, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 0 menyatakan tidak ada Autokorelasi positif atau negatif karena

model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Moderated Regression Analysis (MRA)
Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi adalah aplikasi khusus

regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Berikut hasil output uji Moderated Regression Analysis :

Tabel 15
Uji Moderated Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Sig.
(constant)	4.849	0,011
X1	-.443	0,382
X2	-1.336	0,188
X1.X2	.490	0,073

Tabel 15 diatas menjelaskan bahwa :

- a. $\alpha = 4,849$
Variabel independen jika keseluruhannya bernilai sama dengan nol dalam penelitian ini, maka besarnya variabel dependen dalam penelitian ini Niat Menggunakan *internet banking* sebesar 4,849.
- b. $b1 = -0,443$
Variabel Harapan Usaha jika mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* turun sebesar 0,443 dengan asumsi variabel lain konstan, sebaliknya jika variabel Harapan Usaha mengalami penurunan sebesar satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* naik sebesar 0,443 dengan asumsi variabel lain konstan.
- c. $b2 = -1,336$
Variabel Gender jika naik satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* turun sebesar 1,336 dengan

asumsi variabel lain konstan, sebaliknya jika variabel Gender turun satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* naik sebesar 1,336 dengan asumsi variabel lain konstan.

- d. $b3 = 0,490$
Interaksi antara variabel Harapan Usaha dan Gender jika naik satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* naik sebesar 0,490 satuan dengan asumsi variabel lain konstan, sebaliknya jika interaksi antara variabel Harapan Usaha dan Gender turun satu satuan maka variabel Niat Menggunakan *internet banking* turun sebesar 0,490 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F yaitu untuk menguji apakah semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F terdapat pada tabel berikut:

Tabel 16
Uji F

Model	F hitung	Sig.
Regression	12.446	.000 ^a

Tabel 16 menunjukkan hubungan antara variabel Harapan Usaha serta Gender sebagai variabel moderasi secara simultan dalam mempengaruhi Niat Menggunakan *internet banking* memiliki nilai Sig. 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Harapan Usaha serta Gender sebagai variabel moderasi secara simultan berpengaruh terhadap Niat Menggunakan *internet banking*.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial apakah variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. jika nilai signifikansi variabel bebas $> 0,05$ maka variabel tersebut dikatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat berarti hipotesis ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi variabel bebas $< 0,05$ maka variabel tersebut dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat berarti hipotesis diterima.

Tabel 17
HASIL ANALISIS UJI t HARAPAN USAHA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

<i>coefficients</i>		
Model	t hitung	Sig.
(Constant)	5.391	0,000
X1	4.745	0,000

Tabel 17 menunjukkan variabel Harapan Usaha memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka hasil analisis Uji t menunjukkan

bahwa Harapan Usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan *internet banking* BNI.

Tabel 18
HASIL ANALISIS UJI t GENDER MEMODERASI PENGARUH HARAPAN USAHA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

<i>coefficients</i>		
Model	t hitung	Sig.
(Constant)	2.602	0,011
X1	-.880	0,382
X2	-1.329	0,188
X1.X2	1.823	0,073

Hasil analisis uji t Gender memoderasi pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *internet banking* pada Tabel 18 adalah sebagai berikut :

1. Uji t Variabel Harapan Usaha
Tabel 18 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel Harapan Usaha sebesar 0,382 yang berarti lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel Harapan Usaha berpengaruh tidak signifikan

terhadap Niat Menggunakan *internet banking*.

2. Uji t Interaksi antara Variabel Harapan Usaha dengan Gender
Tabel 18 menunjukkan nilai signifikansi interaksi antara variabel Harapan Usaha dengan variabel Gender sebesar 0,073 yang berarti lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa Gender tidak mempengaruhi hubungan antara variabel

Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *internet banking*.

3. Uji t Variabel Gender

Tabel 18 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel Gender sebesar 0,188 yang berarti lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel Gender bukan merupakan variabel moderasi.

Pembahasan

a. Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* BNI Surabaya

Tabel 17 Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi Harapan Usaha sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hipotesis (H1) yang menyatakan “Harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya” dikatakan diterima. Analisis tersebut mendukung bahwa variabel Harapan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan *internet banking*. Hasil tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil tanggapan responden, khususnya untuk indikator (HU4) yang menyatakan “Menurut saya *Internet banking* BNI mudah untuk dipelajari”. Indikator tersebut memiliki nilai dengan jawaban “Setuju” sebanyak 49 responden terbanyak dibanding pernyataan indikator lain dari variabel Harapan Usaha yang menjawab “Setuju”. Hasil tersebut berhubungan dengan tanggapan responden terhadap Niat Menggunakan *internet banking*, khususnya untuk indikator NMI dengan pernyataan “Saya berniat menggunakan *internet banking* BNI pada bulan mendatang” yang mendapat nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,24 dengan penilaian “Sangat Setuju”. Hasil ini menunjukkan bahwa para responden merasa mudah untuk mempelajari *internet banking* BNI, dan apabila harapan akan kemudahan penggunaan *internet banking* BNI ini terpenuhi maka masyarakat akan berniat untuk menggunakan *internet banking* BNI lagi untuk melakukan transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari

Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014) yang menyatakan bahwa Harapan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan *internet banking*, begitu juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari R.Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) yang menyatakan bahwa Harapan Usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

b. Gender Memoderasi Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* BNI Surabaya

Tabel 18 Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi interaksi antara variabel Harapan Usaha dengan Gender sebagai variabel moderasi sebesar 0,073 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hipotesis (H2) yang menyatakan “Gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.” dikatakan ditolak. Hasil analisis Uji t menunjukkan bahwa Gender tidak memoderasi pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *internet banking* BNI Surabaya. Hasil analisis Harapan Usaha sebenarnya berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan *internet banking*, namun jika ditambahkan variabel Gender sebagai variabel moderasi hasilnya akan berubah menjadi tidak signifikan. Hasil analisis uji t Harapan Usaha dengan adanya moderasi Gender menunjukkan nilai signifikansinya sebesar 0,382 yang berarti lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa Harapan Usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap Niat Menggunakan *internet banking* dengan adanya moderasi Gender. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014) yang menyatakan bahwa Gender bukan merupakan variabel moderasi, begitu juga sejalan dengan hasil penelitian dari R.Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) yang menyatakan

bahwa tidak ditemukannya Gender sebagai variabel moderasi.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis yang menyatakan “Harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya”, dapat didukung kebenarannya.
2. Hipotesis yang menyatakan “Gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.”, tidak dapat didukung kebenarannya.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah adanya kendala pada pengumpulan data para pengguna *internet banking* BNI yang memerlukan waktu cukup lama sehingga menyebabkan pengolahan data tidak tepat waktu. Kuisisioner yang diisi oleh para responden juga cenderung tidak maksimal karena mengisi dengan terburu-buru, akibatnya pengisian data identitas kuisisioner ada beberapa yang tidak mengisi dengan lengkap.

Saran

Saran atau masukan yang bisa peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait untuk dipertimbangkan. Saran yang bisa peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *internet banking* BNI Surabaya hasilnya memang signifikan dan tanggapan responden terhadap variabel Harapan Usaha memiliki rata-rata penilaian dengan pernyataan “Setuju”, namun pada indikator HU1 dengan

pernyataan “Saya paham bagaimana caranya menggunakan *internet banking* BNI” menunjukkan sebanyak 31 responden yang menjawab “Ragu-ragu”. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebenarnya masih banyak masyarakat yang belum paham bagaimana cara menggunakan *internet banking* BNI, oleh karena itu sebaiknya pihak Bank untuk memberikan informasi atau mempromosikan layanan *internet banking* BNI ini kepada masyarakat khususnya bagi nasabah baru yang akan membuka rekening di Bank BNI bahwa menggunakan *internet banking* BNI lebih memudahkan masyarakat didalam bertransaksi.

2. Bagi Peneliti Lain

Saran dari peneliti untuk peneliti lain yang akan mengambil topik penelitian yang sama agar dalam penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini agar hasil penelitian dapat lebih representative.

DAFTAR RUJUKAN

- Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovič. 2014. “Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application”. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1-13.
- Howard S. Friedman dan Miriam W. Schustack. 2009. *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern*. Jilid Dua : Penerbit Erlangga.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13 jilid. 2, Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Lie Liana. 2009. "Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen". *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 14(2), 90-97.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Mudah Memahami dan menganalisis Indikator Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Muhammad Ali Nasir, J. W. 2015. "Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain." *International Journal of Economics and Financial Issues*, 461-468.
- R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto. 2014. "Analisis Pengaruh Perbedaan Gender pada Model UTAUT". *Semantik*
- S. Saibaba dan T. Naryana Murthy. 2013. "Factors influencing the behavioural intention to adopt Internet banking: An empirical study in India".
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasinya Pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Top Brand Indeks 2015 Fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1). Diakses 25 Maret 2017.
- Top Brand Indeks 2016 Fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1). Diakses 25 Maret 2017.
- Van Voorhis, Carmen R. Wilson dan Besty L. Morgan. 2007. "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size". Vol. 3. Pp 43-50. (<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-2584597/bni>). Diakses 13 Mei 2017