

**PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN
NASABAH TERHADAP ADOPTI INTERNET BANKING
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

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



OLEH :

RISTA CATUR WULANDARI
2013210376

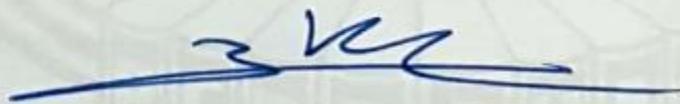
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2017**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rista Catur Wulandari
Tempat, Tanggal Lahir : Waikabubak, 02 Juni 1995
NIM : 2013210376
Program Studi : S1 Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Keamanan, Kegunaan Dan Kemudahan Nasabah Terhadap adopsi *Internet Banking* Di Bank BRI Surabaya

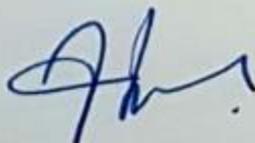
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing
Tanggal : 26 September 2017



(Dr. RONNY S. Kom., M. Kom., MH)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal : 26 September 2017



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

***EFFECT OF SECURITY PERCEPTION, USE AND CUSTOMER EASY ON
ADOPTION OF INTERNET BANKING
BANK RAKYAT INDONESIA
IN SURABAYA***

Rista Catur Wulandari

STIE PERBANAS Surabaya

Email: 2013210376@students.perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo No. 34-36 Surabaya

Dr. Ronny S.Kom.,M.Kom.,MH

STIE Perbanas Surabaya

E-mail : ronny@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Bank is a financial institution that has a very important role in a banking country in Indonesia experiencing a fierce competition, especially in the field of industry. There are several factors that can influence the customer to adopt internet banking that is security, usability and easiness in internet banking adoption. This study aims to find out how the safety factor, usability and ease in internet banking adoption can affect customers to use internet banking BRI in Surabaya. The sample used in this study is a questionnaire with the number of respondents as many as 110 internet banking customers in Surabaya. The results of the questionnaire will be analyzed using SPSS 20.0. The results of this study indicate that security, usability and easiness influence customer decisions to adopt BRI internet banking in Surabaya.

Keywords: Security, Usability and Convenience.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi sangat pesat. Pada sistem pelayanan perbankan juga diuntut lebih flexible, cepat dan mudah. Pertumbuhan internet yang pesat bisa merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya termasuk bisnis perbankan. Sejak internet

digunakan sebagai media belanja, penyedia layanan perbankan perlu memprediksi penerimaan *internet* oleh kosumen, konsumen akan lebih memilih layanan internet karena dengan internet mereka tidak perlu lagi bertemu secara langsung dengan penyedia layanan.

perpindahan dari bank tradisional menjadi *electronic banking* merupakan perubahan mendasar dari industri perbankan. Minat masyarakat yang tinggi terhadap penggunaan telepon seluler dan internet, berkembangnya jaringan *Internet Banking* menjadi sangat penting bagi bank untuk menjaga kesetiaan nasabah. Dengan adanya *Internet Banking*, bank dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman dan murah selama 24 jam serta nasabah bisa mengakses dari mana saja dan kapan saja baik melalui telepon seluler maupun laptop atau komputer. *Internet Banking* digunakan oleh nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Internet Banking merupakan *electronic banking channel*, *electronic banking* menjadi sangat penting di industry perbankan yang akan terus berkembang dengan berbagai inovasi yang dibuat (S. Fatemeh *et al.*, 2014:33). *Internet Banking* sebagai pemberi informasi tentang produk dan jasa bank, selain dari itu *Internet Banking* dapat digunakan untuk transfer dana, mengakses rekening dan membeli produk-produk finansial yang disebut online banking.

Salah satu bank yang menggunakan layanan *Internet Banking* adalah Bank BRI. Bank BRI belum maksimal dalam menarik dan membawa nasabahnya untuk menggunakan *Internet Banking*. Dibuktikan oleh tabel berikut:

Tabel 1
Top Brand Award Dalam Kategori *Internet Banking*
2014 Dan 2015 Di Indonesia

MEREK	2014	2015
Klik BCA	53.7%	60.2%
<i>Internet Banking</i> Mandiri	20.2%	16.9%
<i>Internet Banking</i> BNI	9.6%	11.5%
<i>Internet Banking</i> BRI	10.6%	8.5%

Sumber : [http:// www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_\(2014-2015_fase_1\)](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_(2014-2015_fase_1))

Menggunakan *Internet Banking* konsumen mendapatkan banyak keuntungan yang diperoleh terutama dilihat dari waktu dan tenaga yang bisa dihemat karena internet dapat dilakukan dimana saja selama penggunaannya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *Internet Banking* tersebut seperti telepon seluler atau pun jaringan internet. Dengan berbagai kemudahan dan kegunaan yang diciptakan *Internet Banking*, namun

banyak nasabah juga yang memilih melakukan transaksi langsung di bank cabang. Keengganan nasabah dalam mengadopsi dan menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya yaitu kepercayaan nasabah atas tingkat keamanan layanan.

Selain itu, dengan kecepatan dalam melakukan semua transaksi saja, tetapi terdapat kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah adalah

melakukan transaksi non-keuangan maupun keuangan secara online tanpa harus datang ke bank atau ATM (Harlan,2014:2). Oleh sebab itu nasabah merasa *Internet Banking* memberikan manfaat kepadanya, maka *Internet Banking* akan digunakan secara terus-menerus. Sebaliknya, nasabah menganggap *Internet Banking* tidak atau kurang memberi manfaat, maka nasabah tidak mau menggunakan *Internet Banking*. Menurut Gunawan (2014) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan dari variabel persepsi kegunaan terhadap sikap.

Layanan *Internet Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses jarak jauh, sehingga nasabah tidak perlu lagi dilayani oleh teller maupun customer services. Dalam menggunakan transaksi jarak jauh tentunya nasabah membutuhkan rasa kepercayaan terhadap bank. Banyak nasabah yang mempertimbangkan jarak dan suasana inpersonal dalam transaksi online yang banyak mengandung risiko. Maka dari itu nasabah yang kurang percaya pada layanan *Internet Banking* bank maka konsumen semakin enggan untuk menggunakannya sebaliknya jika nasabah percaya pada layanan *Internet Banking* maka sering nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan layanan *Internet Banking* tersebut. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kegunaan Dan Kemudahan Nasabah Terhadap adopsi *Internet Banking* Di Bank Rakyat Indonesia”

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Adopsi *Internet Banking*

Adopsi merupakan suatu kesadaran dari diri seseorang sendiri dimana terdapat ketertarikan terhadap sesuatu di luar diri, yang berarti bahwa adopsi harus dilihat sebagai kesadaran diri sendiri. Mengambil keputusan tidak mungkin timbul dengan sendirinya perlu adanya dorongan atau pengenalan sesuatu di luar dari yang di ketahui individu sehingga individu mendapatkan kesadaran diri untuk mengambil keputusan yang ada di luar diri. Rasa minat merupakan suatu penyebab terjadinya kegiatan dan hasil yang nantinya akan di peroleh oleh individu. Minat terhadap sebuah objek dapat timbul apabila objek tersebut sesuai tujuan dan harapan yang diinginkan sebuah individu. Objek ini kemudian menghasilkan hal yang diinginkan oleh individu sehingga objek tersebut akan menjadi hal yang penting bagi individu tersebut. Terdapat faktor eksternal dan internal untuk memberikan keputusan terhadap suatu objek, seperti perlunya pengenalan lebih dulu untuk mengetahui atau mengenal suatu objek sehingga akan timbul rasa pengambilan keputusan terhadap objek tersebut dan faktor internal yaitu rasa kesadaran diri dimana terdapat variabel yang akan mendorong rasa kesadaran diri tersebut.

Dari pengertian tentang *Internet Banking* dari beberapa sumber dapat disimpulkan layanan *Internet Banking* atau e-banking merupakan layanan perbankan yang

dapat di akses nasabah dimana saja melalui media elektronik yang telah didukung dengan jaringan internet yang dapat mempermudah nasabah melakukan transaksi kapan saja tanpa harus datang ke bank.

Adopsi *Internet Banking* ini salah satu yang dapat digunakan, mudah lakukan dengan online, dapat mempermudah transaksi, cepat dan lancar. *Internet Banking* juga menghasilkan banyak manfaat yang dapat kita pelajari dan memudahkan kita untuk menggunakan *Internet Banking*. Penggunaan *Internet Banking* dimaksudkan untuk memudahkan kedua belah pihak yaitu pihak bank dan nasabah dalam bertransaksi secara aman, nyaman dan mudah.

Indikator empirisnya meliputi :

- a. Kemungkinan mengadopsi, yaitu nasabah kemungkinan akan mengadopsi *Internet Banking*.
- b. Sangat mungkin mengadopsi, yaitu nasabah sangat mungkin mengadopsi *Internet Banking*.
- c. Ingin mengadopsi, yaitu nasabah ingin mengadopsi *Internet Banking*.
- d. Niat mengadopsi, yaitu nasabah niat mengadopsi *Internet Banking* dalam waktu dekat.

Keamanan

Keamanan adalah perhatian utama yang berkontribusi terhadap keinginan individu mengadopsi layanan online (Tiago dan R.A Pearson, 2014). Karena acara keamanan, mulai dari privasi pengungkapan kerugian finansial, dapat menyebabkan kerusakan tertentu pada individu yang berkeinginan untuk menerapkan layanan online pun

berkurang. Dalam hal ini, peningkatan keamanan untuk layanan yang disediakan oleh layanan online Penyedia layanan akan sangat membantu mengurangi ketidakpastian layanan, menurunnya risiko yang dirasakan dan bahkan meningkatkan kepercayaan serta tingkat adopsi. Persepsi keamanan dipandang sebagai pengaruh predictor yang sangat kuat oleh penggunaan *Internet Banking*. Menurut Lee (2009) dirasakan keamanan dalam konteks *Internet Banking* dan model kami didefinisikan sebagai kerugian yang dirasakan potensial karena penipuan atau hacker mengorbankan keamanan *Internet Banking*. Konsep keamanan yang dirasakan konsumen telah banyak ditangani dengan menggunakan perangkat IT dan telah terbukti mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbagai tingkat dan dalam konteks yang berbeda-beda (Kim et al 2010).

Keamanan juga merupakan tolak ukur bagi calon nasabah dalam memilih dan menggunakan sebuah produk. Jika tingkat keamanan sebuah produk tinggi, maka tinggi pula kepercayaan nasabah dalam penggunaan akan produk itu. Berdasarkan ulasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi keamanan terhadap penggunaan *Internet Banking*.

Keamanan dapat dinyatakan sebagai suatu perasaan yang memberikan rasa tenang kepada customer ketika memilih dan menggunakan sebuah barang dan jasa. Keamanan timbul dikarenakan ada kepercayaan terhadap suatu hal. Persepsi keamanan dipandang

sebagai obyek penting dalam penggunaan *Internet Banking*, karena jika sebuah produk dianggap tidak aman ketika digunakan maka produk tersebut kemungkinan besar akan ditinggalkan oleh customer atau calon nasabah yang akan mengadopsi internet banking yang dapat digunakan secara online baik secara nyata.

Oleh karena itu, kategori yang paling penting dari *Internet Banking* cenderung risiko keamanan yang terkait dengan potensi kerugian karena kekurangan dalam penyalahgunaan dana melalui akses eksternal ilegal.

Keamanan adalah sebuah perasaan dimana nasabah merasa tenang dan nyaman ketika menggunakan produk yang telah kita tawarkan tanpa ada rasa khawatir. Indikator Empirisnya meliputi :

- a. Keamanan e-banking, yaitu nasabah merasa penting menggunakan *Internet Banking*.
- b. Nama pengguna dan kata sandi, yaitu nama pengguna dan kata sandi nasabah yang tidak masuk akal.
- c. Tidak menyimpan, yaitu nasabah tidak menyimpan ID login dan kata sandi di komputer.
- d. Tidak meninggalkan, yaitu nasabah tidak meninggalkan komputer tanpa dijaga saat terhubung ke layanan e banking.
- e. Memiliki kemampuan, yaitu bank online memiliki kemampuan untuk mengoreksi transaksi yang keliru.
- f. Transaksi moneter, yaitu Transaksi moneter online lebih aman dari pada Ca di mone.

- g. Sangat aman, yaitu secara keseluruhan perbankan online sangat aman.

Kegunaan

Dibandingkan dengan perbankan offline tradisional, *Internet Banking* dipandang sebagai salah satu cara yang paling efektif untuk mengoperasikan transaksi-transaksi perbankan karena menawarkan banyak manfaat termasuk kecepatan transaksi lebih cepat, lebih rendah atau tidak ada transaksi penanganan biaya, dan meningkatkan transparansi informasi (Lee 2009). Untuk kegunaan dimensi, kita diidentifikasi dirasakan kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEU) sebagai faktor penting yang mempengaruhi penggunaan *Internet Banking*.

Dalam kegunaan *Internet Banking* ini merupakan sebuah proses dalam melakukan transaksi perbankan yang dilakukan melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet Bank.

Kegunaan *Internet Banking* sendiri yaitu sebuah proses dalam melakukan transaksi perbankan dan memberikan layanan yang lebih cepat dan mudah kepada nasabahnya atau dengan kata lain untuk menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman dan murah selama 24 jam yang mana nasabah bisa mengakses dari mana saja dan kapan saja baik melalui telepon seluler maupun laptop atau komputer yang ada.

Kegunaan dari *Internet Banking* ini juga dimaksudkan untuk menciptakan kepuasan pelayanan kepada nasabah, dengan cara

memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada nasabah agar nasabah tidak berpindah ke produk pesaing.

Kegunaan ini adalah *benefit* yang diperoleh oleh nasabah ketika menggunakan produk yang telah ditawarkan kepada mereka. Sehingga dari kegunaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah untuk tetap menggunakan produk yang telah dipilih. Hal ini dapat membantu nasabah melakukan transaksi dengan aman, nyaman, dan cepat dalam transaksi secara online baik melalui telpon seluler maupun laptop dan komputer. Adapun indikator Empirisnya meliputi :

- a. Menggunakan *Internet Banking*, yaitu nasabah menggunakan *Internet Banking* akan memungkinkan untuk menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.
- b. Mempermudah, yaitu menggunakan *Internet Banking* akan mempermudah nasabah untuk melaksanakan tugas.
- c. Mencari, yaitu nasabah akan mencari *Internet Banking* sesuai dengan kebutuhan.
- d. Kemudahan dalam komunikasi, yaitu *Internet Banking* membuat komunikasi dengan bank menjadi lebih mudah.
- e. Memiliki manfaat, yaitu secara keseluruhan nasabah percaya bahwa *Internet Banking* lebih bermanfaat dari pada cara perbankan tradisional.

Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan juga sebagai kepercayaan seseorang yang dimana dalam penggunaan

suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Kemudahan termasuk dalam komponen yang dari *technology acceptance* model (TAM), Menurut davis (1989:320) “persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu akan bebas dari upaya” Kemudahan penggunaan adalah factor signifikan yang mempengaruhi penerimaan system informasi atau teknologi baru.

(Jogiyanto, 2007), menjelaskan bahwa Kemudahan penggunaan yang dirasa merupakan kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan, maka individu tersebut akan menggunakannya. Namun jika sebaliknya, maka individu tersebut tidak akan menggunakannya. Menurut (Maharsi dan Mulyadi, 2007), nasabah akan lebih memilih menggunakan internet Banking untuk melakukan transaksi perbankan, jika mereka dapat dengan mudah menggunakan system internet banking.

Penelitian sebelumnya secara empiris menemukan Persepsi kemudahan penggunaan dirasakan sebagai Faktor penting dalam penggunaan *Internet Banking*. Penerimaan model teknologi (TAM), awalnya dikembangkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw, mencoba menjelaskan penggunaan teknologi dan teknologi penerimaan perilaku menggunakan dua faktor utama, PU dan PEU. Dari studi awal menyelidiki penerimaan teknologi word processor, TAM adalah mantan cenderung komputer pribadi, World

Wide Web, teknologi telemedicine, *Internet Banking*.

Beberapa studi sebelumnya telah digunakan PU dan PEU dalam model mereka dan menyelidiki hubungan dengan penggunaan *Internet Banking*. Mereka menemukan bahwa kedua faktor ini adalah pengaruh signifikan pada penggunaan *Internet Banking*; khusus, baik PU dan PEU memiliki yang positif dan efek langsung pada penggunaan *Internet Banking*. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa sementara PU memiliki dampak positif pada penggunaan *Internet Banking*, PEU memiliki efek tidak langsung yang signifikan di *Internet Banking* adopsi melalui PU.

Kemudahan adalah perasaan dimana seseorang merasa bisa atau mudah menggunakan dan

Hubungan Antara Persepsi Keamanan terhadap adopsi *Internet Banking*

Keamanan yang tinggi membuat nasabah dapat menggunakan adopsi *Internet Banking*. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keamanan dan kepercayaan di anggap sangat penting dalam hal pengaruhnya terhadap penerimaan perbankan online sesuai dengan Supping & Yizheng (2010:96). Keamanan tingkat adopsi *Internet Banking* mungkin bisa berada di antara dua transaksi ini. Di *Internet Banking*, jumlah informasi rahasia yang dibutuhkan tidak sebanyak di layanan pembayaran tagihan. Di *Internet Banking* juga, memberikan informasi bank yaitu item opsional.

Adanya ketidak konsistenan dengan klaim keamanan internet ini yang menurut Hole et al (2006:97)

mengoperasikan sebuah produk tanpa mengalami kesulitan. Indikator empirisnya meliputi:

- a. Mudah digunakan, yaitu nasabah merasakan kemudahan menggunakan *Internet Banking*.
- b. Belajar menggunakan, yaitu nasabah merasa mudah saat belajar menggunakan *internet banking*.
- c. Mudah di mengerti, yaitu interaksi nasabah dengan *Internet Banking* jelas dan mudah di mengerti.
- d. Mudah di ingat, yaitu mudah bagi nasabah untuk mengingat bagaimana melakukan tugas dengan *Internet Banking*.
- e. Mudah didapatkan, yaitu sangat mudah untuk mendapatkan *Internet Banking* untuk melakukan apa yang nasabah inginkan.

Pelanggan tidak terganggu dengan bahaya pencurian identitas, phishing email scam karena kemudahan yang mereka nikmati menggunakan perbankan online, dan terus diakui. Bahwa pelanggan cenderung percaya bahwa *Internet Banking* aman, ketika bank mereka mengatakan bahwa mereka aman yang bertentangan dengan kebenaran tentang keamanan online. Dalam penelitian Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) mengatakan bahwa layanan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi *Internet Banking*.

Menurut Chan dan Lu (2004:21), ini telah menyebabkan

banyak orang untuk melihat *Internet Banking* sebagai layanan yang dapat dilakukan secara online . Oleh karena itu dalam konteks penelitian ini, orang yang menganggap *Internet Banking* sebagai pembantu dalam melakukan transaksi secara nyaman dan mudah dilakukan, ketika persepsi keamanan yang dirasakan oleh nasabah lebih meningkat akan memiliki kecenderungan untuk menerima dan menggunakan platform yang di sediakan oleh bank.

Hubungan antara kegunaan terhadap adopsi *Internet Banking*

Kegunaan merupakan poin penting dalam memilih dan menggunakan sebuah produk. Karena dengan mengetahui kegunaan dari produk itu terlebih dahulu, maka nasabah akan lebih cenderung untuk memakai produk *Internet Banking* tersebut dibandingkan produk lainnya. Semakin banyaknya kegunaan yang menguntungkan dari sebuah produk, maka semakin menjadi produk pilihan bagi nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*, sehingga nasabah berfikir kalau menggunakan *Internet Banking* merupakan poin yang sangat penting dalam sebuah produk yang lebih dari produk lainnya.

Dalam peneliti terdahulu Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) menjelaskan bahwa layanan kegunaan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi *Internet Banking*. Kegunaan dengan jelas dapat

dirasakan dan digunakan dalam proses online banking dalam bentuk *Internet Banking* atau online. Sehingga akan mencapai sebuah transaksi yang sangat mudah dalam menggunakan sebuah produk *Internet Banking*.

Dalam kegunaan yang dirasakan perbankan online ada dua tipe yang dirasakan dan di kategorikan sebagai imbalan yang di maksud dan tidak di inginkan (lee, 2008:96) Lee juga menjelaskan bahwa imbalan yang dimaksud adalah penghargaan langsung dan nyata yang di nikmati konsumen dengan menggunakan layanan perbankan online seperti biaya transaksi yang lebih rendah, tingkat suku bunga deposito yang tinggi, peluang untuk hadiah antara lain, Imbalan yang tidak disengaja di sisi lain adalah keuntungan yang dapat dirasakan dan sulit diukur seperti layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi perbankan di manapun yang dapat digunakan dengan mudah, aman dalam bertransaksi oleh nasabah yang ada dimanapun atau didunia ini. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara kegunaan dan penggunaan adopsi *Internet Banking* BRI Surabaya.

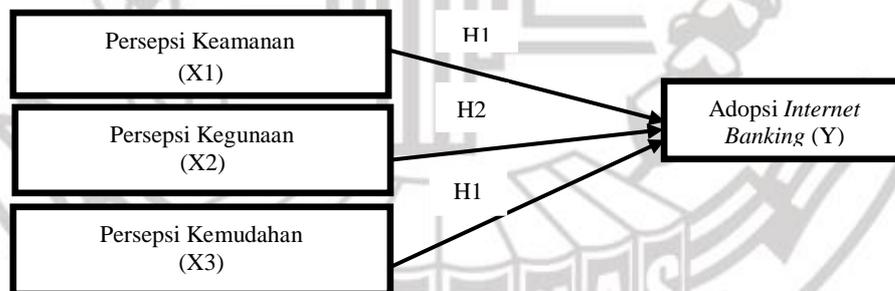
Hubungan antara kemudahan terhadap adopsi *Internet Banking*

kemudahan dapat diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang dapat dengan mudah memahami suatu objek. Atas dasar definisi tersebut kemudahan penggunaan adopsi *Internet Banking* berarti seseorang dapat dengan mudah memahami transaksi *Internet Banking* melalui media *Internet*

Banking (Igbaria Guimaraes dan Davis, 1995) dalam Raies Ahmad et.al 2013:71). Dikarenakan jika dalam bertransaksi nasabah mengalami kemudahan, maka nasabah tersebut akan tetap memilih dan menggunakan *Internet Banking* sebagai media untuk melakukan transaksi *Internet Banking*. Kemudahan penggunaan adalah faktor yang mempengaruhi penerimaan system informasi atau teknologi baru yang akan di munculkan pada *Internet Banking* atau sebuah media sosial.

Oleh karena itu kemudahan memberikan beberapa indikator terhadap adopsi *Internet Banking* yang akan digunakan oleh para nasabah ataupun calon nasabah yaitu meliputi mudah digunakan, belajar

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Kualifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah penggunaan *Internet Banking* Bank BRI di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini

menggunakan, mudah dimengerti, mudah diingat dan mudah didapatkan. dalam bertransaksi *Internet Banking*. Hal Ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kemudahan terhadap penggunaan *Internet Banking*. Sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah dan membantu nasabah dalam memudahkan kegiatan perbankan secara online baik melalui telepon seluler, laptop, dan komputer. Dengan hal ini menunjukkan bahwa mengadopsi internet banking dapat dilakukan secara mudah, aman dan nyaman oleh calon nasabah dalam melakukan bertransaksi secara online ataupun secara langsung ke ATM terdekat.

adalah *Purposive Sampling*. Teknik ini pengambilan sampel berdasarkan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2013:156). Sehingga teknik yang digunakan data ini yaitu teknik non probabilitas atau sering disebut teknik sampling non random. Kriteria responden dalam

pengambilan sampel penelitian ini adalah : (a) Usia minimal 19 tahun, (b) Nasabah Bank BRI di Surabaya, (b) Bertempat di Surabaya.

Pada penelitian ini, sampelnya yang digunakan oleh peneliti yaitu 105 responden. Oleh karena itu semakin besar sampel yang diambil maka semakin kecil akan terjadi kemungkinan salah dalam mengambil kesimpulan tentang populasi. Yang mana sampel diambil dengan maksud dan tujuan tertentu berdasarkan kriteria tertentu agar sesuai dengan penilaian tertentu. Sehingga dapat disimpulkan dengan rumus :

$$N = 7VB + 50 = (7 \times 3) + 50 = 71$$

Keterangan : $N = \sum$ Sampel dan VB = Variabel Bebas. Jumlah 71 responden sampel minimal. Peneliti memiliki jumlah responden lebih dari 71 yakni 105 responden.

Data Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut jika di tinjau dari tiga aspek, yaitu :

1. Berdasarkan tujuan penelitian. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan maka penelitian saat ini termasuk dalam penelitian kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat atau keberadaan satu variabel antara variabel terikat dan variabel bebas (Sugiyono, 2007:30)
2. Ditinjau dari sumber data yang digunakan. Penelitian ini juga

menggunakan Jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber yaitu responden yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner (Sarwono, 2006:16). Kuesioner ini diberikan kepada nasabah yang menggunakan *Internet Banking* BRI di Surabaya berupa jawaban terhadap pertanyaan yang diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dengan survey.

Data diambil secara cross-sectional yaitu pengambilan data pada satu titik waktu tertentu dengan secara serentak pembagian kuesioner agar data dapat dengan cepat dikumpulkan dengan tidak membuang waktu yang banyak (Burhan, 2013:29).

3. Dilihat dari metode pengumpulan data. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah menggunakan metode penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data kuesioner, dimana kuesionernya diberikan langsung kepada para responden yang akan memenuhi kriteria sebagai responden.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu adopsi *internet banking* dan variabel

independen terdiri dari kemanan, kegunaan dan kemudahan.

Definisi operasional Variabel Adopsi *Internet Banking* (Y)

Adopsi *Internet Banking* merupakan pendapat responden tentang suatu aktivitas yang berhubungan dengan mengoperasikan internet khususnya untuk bertransaksi dalam dunia perbankan. Aktivitas mengoperasikan *Internet Banking* tersebut dapat dilakukan di kantor maupun rumah dengan menggunakan internet. Penggunaan *Internet Banking* dimaksudkan untuk memudahkan kedua belah pihak yaitu pihak bank dan nasabah dalam bertransaksi.

Indikator empirisnya meliputi :

- a. Kemungkinan menggunakan, yaitu pendapat responden tentang nasabah kemungkinan akan menggunakan *Internet Banking*.
- b. Sangat mungkin mengadopsi, yaitu pendapat responden tentang nasabah sangat mungkin mengadopsi *Internet Banking*.
- c. Ingin mengadopsi, yaitu pendapat responden tentang nasabah ingin mengadopsi *Internet Banking*.
- d. Niat mengadopsi, yaitu pendapat responden tentang nasabah niat mengadopsi *Internet Banking* dalam waktu dekat.

Keamanan (X₁)

Keamanan adalah sebuah perasaan dimana nasabah merasa tenang dan nyaman ketika menggunakan produk yang telah kita tawarkan tanpa ada rasa khawatir dalam keamanan melakukan transaksi *Internet*

Banking yang telah nasabah gunakan. Indikator Empirisnya meliputi :

- a. Keamanan e-banking, yaitu pendapat responden tentang nasabah merasa penting menggunakan *Internet Banking*.
- b. Nama pengguna dan kata sandi, yaitu pendapat responden tentang nama pengguna dan kata sandi nasabah yang tidak masuk akal.
- c. Tidak menyimpan, yaitu pendapat responden tentang nasabah tidak menyimpan ID login dan kata sandi di komputer.
- d. Tidak meninggalkan, yaitu pendapat responden tentang nasabah tidak meninggalkan komputer tanpa dijaga saat terhubung ke layanan e banking.
- e. Memiliki kemampuan, yaitu pendapat responden tentang bank online memiliki kemampuan untuk mengoreksi transaksi yang keliru.
- f. Transaksi moneter, yaitu pendapat responden tentang Transaksi moneter online lebih aman.
- g. Sangat aman, yaitu pendapat responden tentang secara keseluruhan perbankan online sangat aman.

Kegunaan (X₂)

Kegunaan adalah *benefit* yang diperoleh oleh nasabah ketika menggunakan produk yang telah ditawarkan kepada mereka. Sehingga dari kegunaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah untuk tetap menggunakan produk yang telah dipilih, sehingga nasabah akan tetap menggunakan *Internet*

Banking BRI yang telah dipilih Adapun indikator Empirisnya meliputi:

- a. Menggunakan *Internet Banking*, yaitu pendapat responden tentang nasabah menggunakan *Internet Banking* akan memungkinkan untuk menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.
- b. Mempermudah, yaitu pendapat responden tentang menggunakan *Internet Banking* akan mempermudah nasabah untuk melaksanakan tugas.
- c. Mencari, yaitu pendapat responden tentang nasabah akan mencari *Internet Banking* sesuai dengan kebutuhan.
- d. Kemudahan dalam komunikasi, yaitu pendapat responden tentang *Internet Banking* membuat komunikasi dengan bank menjadi lebih mudah.
- e. Memiliki manfaat, yaitu pendapat responden tentang secara keseluruhan nasabah percaya bahwa *Internet Banking* lebih bermanfaat dari pada cara perbankan tradisional.

Kemudahan (X₃)

Alat analisis

Untuk menguji hubungan antara kemanan, kegunaan dan kemudahan terhadap adopsi internet banking pada Bank BRI digunakan model regresi linear berganda (*multiple regression analysis*).

Alasan dipilihnya model regresi linear berganda karena untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah tiap variabel independen memiliki keterkaitan

Kemudahan adalah perasaan dimana seseorang merasa bisa atau mudah menggunakan dan mengoperasikan sebuah produk tanpa mengalami kesulitan dalam melakukan sebuah transaksi *Internet Banking* yang di gunakan oleh nasabah Indikator empirisnya meliputi :

- a. Mudah digunakan, yaitu pendapat responden tentang nasabah merasakan kemudahan menggunakan *Internet Banking*.
- b. Belajar menggunakan, yaitu pendapat responden tentang nasabah merasa mudah saat belajar menggunakan internet banking.
- c. Mudah di mengerti, yaitu pendapat responden tentang interaksi nasabah dengan *Internet Banking* jelas dan mudah di mengerti.
- d. Mudah di ingat, yaitu pendapat reponden tentang mudah bagi nasabah untuk mengingat bagaimana melakukan tugas dengan *Internet Banking*.
- e. Mudah didapatkan, yaitu pendapat responden tentang sangat mudah untuk mendapatkan *Internet Banking* untuk melakukan apa yang nasabah inginkan.

secara positif atau negatif serta memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Untuk mengetahui hubungan tersebut, maka berikut adalah persamaan regresinya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Penggunaan *Internet Banking*

a : Konstanta
 b1, b2, b3 : Koefisien regresi
 X1 : Keamanan

X2 : Kegunaan
 X3 : Kemudahan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui gambaran dari hasil penilaian yang telah dilakukan dalam pengumpulan data dilapangan melalui responden yang menggunakan produk *Internet Banking*.

Pengukuran nilai rata-rata (*mean*) tersebut di nilai berdasarkan interval kelas yang didapat dari rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah interval}}$$

Maka, berikut perhitungan interval:

$$i = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

Tabel 2
Rumus Interval Dan Skor

Interval	Skor	Keterangan
$1,00 \leq X \leq 1,80$	1	Sangat Tidak Setuju
$1,80 < X \leq 2,60$	2	Tidak Setuju
$2,60 < X \leq 3,40$	3	Netral
$3,40 < X \leq 4,20$	4	Setuju
$4,20 < X \leq 5,00$	5	Sangat Setuju

Berikut adalah uji deskriptif yang dilakukan pada penelitian ini :

Analisis Deskriptif Variabel Keamanan

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel keamanan pada objek adopsi *internet banking* menunjukkan rata-rata nilai keseluruhan 4,16. Dengan demikian 110 responden yang telah mengisi

kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada.

Analisis Deskriptif Variabel Kegunaan

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel keamanan pada objek adopsi *internet banking* menunjukkan rata-rata nilai keseluruhan 4,25. Dengan demikian 110 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan yang ada.

Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel keamanan pada objek adopsi *internet banking* menunjukkan rata-rata nilai keseluruhan 4,15. Dengan demikian 110 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada.

Analisis Deskriptif Variabel Adopsi *Internet Banking*

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel keamanan pada objek adopsi *internet banking* menunjukkan rata-rata nilai keseluruhan 4,02. Dengan demikian 110 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t	Sig.
Konstanta	1,252	1,782	0,702	0,484
Keamanan	0,084	0,068	1,250	0,214
Kegunaan	0,246	0,092	2,677	0,009
Kemudahan	0,362	0,088	4,094	0,000
R ²	0,393			
F Hitung	24,513			
Sig. F	0,000			

Berdasarkan analisis regresi linear maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$NM = 1,252 + 0,084X_1 + 0,246X_2 + 0,362X_3 + 1,782$$

Persamaan regresi linear berganda diatas menjelaskan bahwa

1. Konstanta (**a**) = 1,252
konstanta (**a**) sebesar 1,252 artinya jika secara keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai dari variabel terikat dalam penelitian ini yaitu adopsi internet banking adalah sebesar 1,252, dengan asumsi seluruh dari variabel bebas bernilai nol.
2. Parameter (**b1**) = 0,084
parameter (**b1**) variabel keamanan sebesar 0,084 artinya adalah jika variabel keamanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel adopsi *Internet Banking* sebesar 0,084 satuan, dengan asumsi variabel bebas

lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel keamanan mengalami penurunan satu-satuan, maka akan terjadi penurunan variabel adopsi *Internet Banking* sebesar 0,084 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

3. Parameter (**b2**) = 0,246
parameter (**b2**) variabel kegunaan sebesar 0,246 artinya adalah jika variabel kegunaan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel adopsi *Internet Banking* sebesar 0,246 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kegunaan mengalami penurunan satu-satuan, maka akan terjadi penuruna variabel adopsi *Internet Banking* sebesar 0,246 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
4. Parameter (**b3**) = 0,362
parameter (**b3**) variabel kemudahan sebesar 0,362 artinya adalah jika variabel kemudahan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel adopsi *Internet Banking* sebesar

0,362 satuan., dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel tempat mengalami penurunan satu-satuan, maka akan terjadi penurunan variabel adopsi *Internet Banking* sebesar 0,362 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

5. Standar Error (e) = 1,782
Standar error (e) merupakan standar deviasi dari nilai rata-rata. Standar error langsung dihitung dari keseluruhan data dengan menggunakan alat analisis spss dan mendapatkan hasil sebesar 1,782

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji simultan (Uji F) maka dapat diperoleh nilai F-hitung sebesar 24,513 dengan signifikan 0,000 kurang dari 0,05 yang artinya variabel keamanan, kegunaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengadopsi *Internet Banking* BRI. Berdasarkan nilai yang dihasilkan adalah cocok untuk mengetahui pengaruh keamanan, kegunaan dan kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam mengadopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya.

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji parsial (Uji T) terdapat tiga (3) variabel yang dimasukkan kedalam pengujian regresi dan memiliki signifikansi yang berbeda sama lain. Batas dari signifikansi merupakan nilai batas untuk menentukan variabel tersebut dapat dikatakan berpengaruh positif signifikan atau berpengaruh tidak signifikan. jika nilai signifikan dari variabel

keamanan, kegunaan dan kemudahan memiliki nilai signifikan diatas 0,05 maka dapat dikatakan variabel tersebut berpengaruh tidak signifikan. Sedangkan jika nilai signifikan dari variabel keamanan, kegunaan, kemudahan memiliki nilai yang signifikan dibawah 0,05, maka dapat dikatakan variabel tersebut berpengaruh signifikan.

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji Determinasi (R^2) dapat diperoleh bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel mengadopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya. Dapat dijelaskan oleh variabel keamanan, kegunaan dan kemudahan sebesar 3,93% sedangkan sisanya 60,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Pengaruh Variabel Keamanan Terhadap Adopsi *Internet Banking* BRI DI Surabaya

Hipotesis satu digunakan untuk mengetahui apakah keamanan mempunyai berpengaruh terhadap adopsi *Internet Banking* Bank BRI. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam mengadopsi *Internet Banking* BRI Surabaya. Hasil analisis linear berganda menunjukkan hasil koefisien regresi sebesar 0,214 sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan teori. sehingga dalam penelitian ini semakin baik keamanan dalam transaksi *internet banking* maka tidak memberikan kontribusi terhadap keinginan nasabah mengadopsi *internet banking* BRI Di Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel keamanan secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap adopsi *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Secara parsial, keamanan memberikan kontribusi sebesar 0,084 atau 08,4%.

Dalam keamanan baik merupakan keharusan bagi sebuah bank, semakin baik kualitas keamanan yang diterapkan oleh bank maka semakin tinggi pula nasabah mengadopsi *Internet Banking*. Teori tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa semakin baik keamanan di bank tersebut akan berpengaruh pada peningkatan nasabah/responden dalam mengadopsi *Internet Banking*. Sehingga dalam penelitian ini semakin baik keamanan dalam transaksi *Internet Banking* maka akan semakin tinggi keinginan nasabah mengadopsi *Internet Banking* BRI Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Njambi Warui (2014) yang berjudul *Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking In Kenya: A Case Of Imperial Bank (2014)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan online di Kenya dan Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk memungkinkan perluasan fasilitas dan standar komunikasi standar kelas dunia yang andal dan dapat diandalkan, didukung oleh hal-hal berteknologi tinggi yang sesuai dan dapat dicapai oleh semua warga Kenya untuk memperbaiki kemajuan daya saing moneter dalam basis pengetahuan, lingkungan hidup, dan

yang menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara positif terhadap adopsi *Internet Banking*. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa perbedaan diantaranya lokasi, jumlah variabel bebas atau jumlah sampel yang digunakan penelitian terdahulu.

Hasil pernyataan tertinggi didapat pada poin KMN6 yang menyatakan bahwa “Menggunakan adopsi internet banking sangat aman” hal ini memberikan kesimpulan bahwa adopsi *internet banking* BRI di Surabaya keamanan terhadap penggunaan *internet banking* BRI dinilai dari nasabah dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi secara aman dalam mengakses internet dalam *internet banking*. Dari hasil lapangan dapat dilihat bahwa internet banking mampu memberikan keamanan yang signifikan terhadap adopsi internet banking bank BRI.

Pengaruh Variabel Kegunaan Dalam Adopsi *Internet Banking* BRI DI Surabaya.

Hipotesis kedua digunakan untuk mengetahui apakah kegunaan mempunyai pengaruh terhadap keputusan mengadopsi *internet banking* Bank BRI. Menurut teori pengaruh persepsi kegunaan terhadap adopsi *internet banking* adalah positif. Hasil analisis linier berganda menunjukkan hasil koefisien regresi sebesar 0,009 sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan teori.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam mengadopsi *Internet Banking* BRI Surabaya, Sehingga dalam penelitian ini

semakin baik kegunaan yang ditawarkan oleh Bank BRI maka semakin tinggi keinginan nasabah menggunakan *Internet Banking* BRI Surabaya.

Kegunaan dari *Internet Banking* ini juga dimaksudkan untuk menciptakan kepuasan pelayanan kepada nasabah, dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada nasabah agar nasabah tidak berpindah ke produk pesaing. Teori tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa semakin sesuai kegunaan dan manfaat yang dirasakan maka akan semakin tinggi keinginan nasabah mengadopsi *Internet Banking* BRI Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan yang berjudul 'Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers (2013)' yang menunjukkan bahwa variabel kegunaan berpengaruh secara positif terhadap adopsi *Internet Banking*.

Hasil pernyataan tertinggi didapat pada poin KG2 yang menyatakan bahwa "Dalam mengadopsi *internet banking* akan mempermudah nasabah untuk melaksanakan tugas" hal ini memberikan kesimpulan bahwa adopsi *internet banking* BRI di Surabaya kegunaan terhadap penggunaan *internet banking* BRI dinilai dari nasabah dapat membantu nasabah dalam melakukan manajemen keuangan. Dari hasil lapangan dapat dilihat bahwa *internet banking* mampu memberikan kegunaan yang signifikan terhadap adopsi *internet*

banking bank BRI dalam melakukan pengolahan keuangan yang ada.

Pengaruh Variabel Kemudahan Dalam Adopsi *Internet Banking* BRI DI Surabaya

Hipotesis ketiga digunakan untuk mengetahui apakah kemudahan mempunyai berpengaruh dalam adopsi *Internet Banking* BRI. Menurut teori pengaruh kemudahan penggunaan terhadap adopsi internet banking adalah positif. Hasil analisis linier berganda menunjukkan hasil koefisien regresi sebesar 0,000 sehingga penelitian ini sesuai dengan teori.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan dalam adopsi *Internet Banking* sehingga nasabah ingin menggunakan internet banking BRI Surabaya. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis ke tiga dalam penelitian ini diterima, Sehingga dalam penelitian ini semakin baik kemudahan layanan dan bertransaksi yang diberikan bank BRI kepada nasabah maka akan semakin tinggi keinginan nasabah untuk adopsi *Internet Banking* Bank BRI di Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan yang berjudul 'Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers (2013)' yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara positif terhadap adopsi *Internet Banking*. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa perbedaan diantaranya perbedaan lokasi, jumlah variabel

bebas atau jumlah sampel yang digunakan penelitian terdahulu.

Kemudahan Pelayanan dalam wujud penampilan fisik, peralatan, perhatian yang diberikan kepada pelanggan, ketersediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan kemampuan karyawan untuk menghasilkan keyakinan dalam janji yang telah disampaikan kepada pelanggan, apabila kemudahan layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan tersebut baik dan memuaskan.

Hasil pernyataan tertinggi didapat pada poin KMH1 yang

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan keseluruhan dari hasil analisis data yang telah dilakukan dan diuraikan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Persepsi Keamananan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya. Semakin baik keamanan *Internet Banking* BRI, maka semakin tinggi pula peningkatan keamanan yang dirasakan nasabah untuk mengadopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya.
2. Persepsi Kegunaan dan kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya. Artinya Semakin baik kegunaan dan kemudahan yang diberikan maka semakin tinggi pula keinginan nasabah untuk mengadopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya.

menyatakan bahwa “merasakan kemudahan dalam menggunakan *internet banking*.” Hal ini memberikan kesimpulan bahwa adopsi *internet banking* BRI kemudahan terhadap penggunaan *internet banking* BRI dinilai dari nasabah dapat membantu nasabah dalam melakukan kemudahan dalam bertransaksi secara online. Dari hasil lapangan dapat dilihat bahwa *internet banking* mampu memberikan kemudahan yang signifikan terhadap adopsi *internet banking* bank BRI dalam melakukan transaksi secara online.

3. Persepsi Keamanan, Kegunaan dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya. Artinya secara keseluruhan dari variabel bebas seperti persepsi keamanan, kegunaan dan kemudahan merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu Adopsi *Internet Banking* BRI Di Surabaya.

KETERBATASAN PENLITIAN

Keterbatasan penelitian diuraikan sebagai berikut :

1. Peneliti membutuhkan waktu hingga berminggu-minggu agar dapat memenuhi jumlah responden yang sudah didapatkan, jumlah respondennya adalah 30 sampel kecil dan 80 sampel besar.
2. Peneliti membutuhkan waktu hingga berminggu- minggu agar dapat memenuhi jumlah responden yang sudah didapatkan, jumlah

respondennya adalah 30 sampel kecil dan 87 sampel besar.

3. Penelitian hanya dilakukan bagi responden yang berdomisili Di Surabaya dan kebanyakan dari responden adalah Sarjana.
4. Hanya melakukan penelitian pada pengguna *Internet Banking* BRI
5. Penelitian menggunakan item pertanyaan berdasarkan variabel keterlibatan keamanan, kegunaan, kemudahan.
6. Tidak semua responden bersedia dalam mengisi kuesioner, maka hal ini dapat membuang waktu dalam mencari responden.

SARAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut :

1. Bagi Bank BRI

Pada layanan *Internet Banking* dibutuhkan keamanan pada bertransaksi karena dengan membangun hal yang positif pada keamanan dalam bertransaksi. Kegunaan juga sangat diperlukan dengan mengetahui hal-hal yang terdapat pada kejadian yang dihasilkan dari penggunaan *Internet Banking* akan meningkatkan kegunaan bagi *Internet Banking*, apabila suatu kegunaan dari *Internet Banking* meninggalkan kesan yang baik maka akan meningkatkan pengalaman yang positif dalam menggunakan *Internet Banking*,

sehingga pengguna akan meningkatkan dan memberi tingkat kepuasan pada level atas dapat memberikan ekuitas yang baik juga.

Pada hasil pernyataan yang terdapat di kuesioner variabel kemudahan memiliki responden yang rendah diantara variabel lainnya. Dalam hal ini maka bank perlu meningkatkan hal-hal yang berpengaruh pada kemudahan dalam bertransaksi dalam *Internet Banking*. Responden telah loyal pada kemudahan internet banking yang mereka gunakan namun ada hal yang perlu diperhatikan terkait dengan kemudahan dalam menggunakan *Internet Banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah pengetahuan dan mencantumkan variabel-variabel yang dapat meningkatkan kinerja suatu bank, melakukan penelitian pada seluruh bank umum atau bank syariah dan agar mendapatkan hasil yang maksimal sebaiknya penelitian dilakukan pada semua usia dari remaja hingga orang tua dan sebaiknya menambahkan referensi pada item pertanyaan agar didapatkan pertanyaan yang ingin didapatkan pertanyaan yang lebih banyak pada kuesioner dan dalam melakukan penyebaran kuesioner disarankan lebih menyeluruh dan luas agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Asad Ilyas, *Factor affecting the Customer Acceptance of E-Banking in Pakistan, Hailey College of Commerce, University of the Punjab, Lahore, Pakistan*, 2013.
- Ahmadi, Abu dan Widodo Supriyono. 2004. Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta
- Basuki, Sulistyo. 2010. Metode Penelitian. Jakarta : Penaku
- Gunawan, Andrew. 2014. *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Nominal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi. Vol.III, No.2.
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Husein Umar, 2003, Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Iraman, Rr. 2014. *Modul statistika 2*. Surabaya : Perbanas.
- Kristijadi, Emanuel. 2016. *Buku pedoman penulisan dan Penilaian Skripsi*. Surabaya : Perbanas.
- S. Fatemeh Sakhei, Ahmad J. Afshari, Ezzatollah Esmaili. 2014. "The Impact of Services Quality on Customer Satisfaction in Internet Banking". *Journal of mathematics and Computer Science* vol 9. Pp 33-40.
- Imam Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Top Brand Indeks 2013 fase 1, diakses pada 6 Desember 2016 dari (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014).
- Top Brand Indeks 2014 fase 1, diakses pada 6 Desember 2016 dari (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1).
- Sugiyono, 2013, *Metode penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Martins, Carolina, Oliveira, Tiago, dan Popovic, ales 2013. Understanding The Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Techonology and Perceived Risk Application. *Internasional journal of information management*. Vol. 34 (july) Pp 1-13
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di era Internet “Implikasinya pada Strategi Pemasaran”*. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono.2015.Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung:Affabeta.
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- 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/top_brand_index_2014
- <https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/322>