

**PENGARUH KEGUNAAN YANG DIRASAKAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
BANK BCA DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

CLAUDIA LAVEDA MARGONO
NIM : 2013210265

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

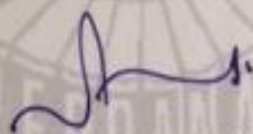
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Claudia Laveda Margono
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 22 November 1994
N.I.M : 2013210265
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan, Kemudahan
Pergunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat
Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank BCA
Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

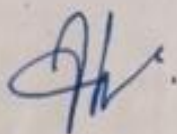
Tanggal : 29/09/2017



(Dra.Fc. Aniek Maschudah I, M.si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 29/09/2017



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

**PENGARUH KEGUNAAN YANG DIRASAKAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
DI SURABAYA**

Claudia Laveda Margono

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2013210265@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Internet banking is a form of internet media utilization by banks to promote and conduct online transactions in the banking world. With the internet banking customers do not need to come to the bank just to transfer money or deposit money. In this study aims to analyze the effect of perceived usefulness, perceived ease of use and confidence in the interests of customers using Internet Banking Bank BCA in Surabaya. The samples used in this research are BCA customers who have not used BCA Bank internet banking services. Data retrieval used in this research is using questionnaire. The number of samples used in this study as many as 110 respondents who distributed directly and processed using SPSS version 16.0. The results of this study indicate that the perceived useful variables have a significant positive effect on the interest of customers using Internet Banking Bank BCA, Perceived Easy Ease has a significant positive impact on the interest of customers using Internet Banking Bank BCA and Trust has a significant positive impact on the interest of customers using Internet Banking Bank BCA . Based on the result of the research, it can be concluded that the variable of perceived usefulness, perceived ease of use and trust has a significant positive effect on customer interest using Internet Banking Bank BCA in Surabaya.

Keywords: Perceived Use, Perceived Ease of Use, Trust, Use Interests

PENDAHULUAN

Di industri perbankan *online*, *internet banking* merupakan salah satu alat yang sedang diminati masyarakat. Seperti di Indonesia, perbankan *online* mulai diterapkan di bank-bank karena perkembangan teknologi dan informasi memungkinkan banyak bank untuk beralih menggunakan perbankan *online* sebagai media transaksional dan informasi. Perkembangan teknologi *internet banking* diadopsi oleh industri perbankan untuk meningkatkan pelayanan. Dengan adanya *internet banking* maka dapat digunakan melalui laptop, tablet, handphone. Namun,

internet banking ini hanya digunakan untuk transaksi perbankan *online non cash*.

Internet banking adalah suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan melakukan transaksi secara *online*, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. Dengan adanya *internet banking* nasabah tidak perlu datang ke bank hanya untuk mentransfer uang atau menyetorkan uang. Diperkirakan penggunaan *internet banking* akan maju pesat pada tahun yang akan datang. Berbagai upaya akan

dilakukan untuk kemajuan *internet banking* dan agar *internet banking* akan tetap bertahan. Berdasarkan fenomena yang akan terjadi, peneliti tertarik untuk mengetahui suatu faktor yang mempengaruhi individu untuk menggunakan *internet banking* khususnya fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat, banyak masyarakat yang belanja *online* melalui instagram, line, ataupun *online shop* yang membayar melalui ATM hanya untuk mentransfer uang. Menurut Jogiyanto (2007 : 115), menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sedangkan kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Penggunaan *internet banking* ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi (*internet banking*).

Minat perilaku itu sendiri merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Perilaku yaitu tindakan nyata yang dilakukan karena individual memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya sehingga minat perilaku akan menentukan perilakunya. Ada beberapa alasan mengapa nasabah berminat atau tidak berminat untuk menggunakan *internet banking*. Alasan-alasan tersebut terbagi menjadi dua, yaitu berdasarkan minat yang didasarkan sikap dan norma subjektif (Suprpto, 2014). Berikut hasil data *survey TOP BRAND* produk *Internet Banking* tahun 2015-2016 sebagai berikut:

TABEL 1
TOP BRAND INDEX PRODUK INTERNET BANKING
TAHUN 2015-2016

Merek	2015	2016
Klik BCA	60,2%	54,0%
Internet Banking Mandiri	16,9%	20,0%
BNI Internet Banking	11,5%	9,0%
Internet Banking BRI	8,5%	6,3%

Sumber: *Top Brand Index* (TBI) 2015-2016

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa penggunaan *internet banking* Bank BCA mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari presentase tahun 2015 mencapai 60,2% sedangkan tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 54,0%. Sehubungan dari data tersebut peneliti ingin melakukan penelitian apakah pengaruh kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan nasabah mempengaruhi minat nasabah

menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya. Alasan peneliti menggunakan variabel tersebut karena adanya peneliti terdahulu dengan variabel yang telah diuji sebelumnya pada nasabah Bank di Negara Oman, Ghana, dan Maladewa. Sedangkan penelitian sekarang ingin meneliti nasabah Bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan Dan

Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Bank

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Kegunaan Yang Dirasakan

Menurut Jogiyanto (2007 : 114) berpendapat bahwa kegunaan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kegunaan yang dirasakan juga dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka akan digunakan. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Menurut Perkins dan Annan (2013) kegunaan yang dirasakan dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Berguna bagi nasabah.
3. Meningkatkan kinerja layanan perbankan.
4. Membantu komunikasi nasabah dengan baik.
5. Berguna dalam melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto (2007 : 115) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya, diketahui bahwa konstruk kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan yang dirasakan mempengaruhi kegunaan yang

BCA di Surabaya”.

dirasakan, minat, sikap, dan penggunaan sesungguhnya.

Dari peneliti sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan persepsi nasabah dalam menggunakan *internet banking* tanpa merasa adanya kesulitan dalam memahami isi dari *website internet banking*. Menurut Perkins Annan (2013) kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari.
2. Mudah dimengerti.
3. Mudah digunakan.
4. Memudahkan dalam bertransaksi.

Kepercayaan

Menurut Tatik Suryani (2013 : 255) kepercayaan adalah keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dari bertransaksi online dalam memenuhi harapannya. Jika nasabah percaya, nasabah yakin bahwa dalam bertransaksi tidak menimbulkan masalah, dan bersikap positif maka akan bertransaksi *online* pada masa mendatang. Oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi sangat penting.

Menurut hasil penelitian Perkins dan Annan (2013) kepercayaan dapat diukur dengan beberapa hal, yaitu :

1. Aman untuk digunakan
2. Pembayaran akan aman
3. Informasi sangat akurat

Minat Menggunakan

(Kotler dan Keller, 2009 : 165) menjelaskan bahwa perilaku nasabah akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan suatu produk. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan peyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan nasabah. Kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menggunakan, dan perilaku pasca

menggunakan. Menurut Kotler dan Keller (2009) minat menggunakan dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

1. Berniat menggunakan
2. Menyukai bertransaksi
3. Akan mencoba

Menurut Jogiyanto (2007 : 116) adalah suatu kegiatan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Minat menggunakan *internet banking* yaitu suatu keinginan seseorang berkeinginan atau tidak menggunakan *internet banking*.

Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Minat Menggunakan

Kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah yang menggunakan *internet banking*, karena kegunaan yang dirasakan dapat membantu nasabah untuk menikmati manfaat yang diterima secara langsung dan nyata saat menggunakan layanan perbankan *online*. Faktor yang mempengaruhi kegunaan yang dirasakan dari *internet banking*, yaitu biaya transaksi lebih rendah, suku bunga deposito yang tinggi, dan peluang untuk mendapatkan hadiah. Tidak hanya itu, tetapi juga akan membantu nasabah untuk menikmati manfaat yang diterima. Manfaat yang diperoleh dari kegunaan yang dirasakan yaitu nasabah tidak perlu keluar rumah atau keluar kantor untuk melakukan transaksi perbankan *online* (Perkins dan Annan, 2013). Hasil penelitian yang sama oleh Mansour Naser *et al.*, (2016), yang menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking karena kemudahan penggunaan menjadi keutamaan klien dalam minatnya menggunakan *internet banking*.

H1: Kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan

Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan tingkat dimana konsumen percaya terhadap teknologi atau system yang potensial adalah usaha. Selain itu, kegunaan yang dirasakan menjadi tingkat dimana pengguna percaya bahwa menggunakan *internet banking* akan meningkatkan kinerjanya (Perkins dan Annan, 2013). Hasil penelitian yang sama menurut Mansour Naser *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* karena dapat memudahkan dalam bertransaksi.

H2: Kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan

Kepercayaan adalah variabel utama dalam setiap transaksi ekonomi yang dilakukan secara *offline* di toko ritel atau *online* melalui sistem web apapun. Salah satu alasan yang paling penting mengapa kepercayaan menjadi variabel yang paling penting karena ketika seseorang melakukan transaksi online dibandingkan transaksi *offline* ada tingkat ketidakpastian datang dalam lingkungan virtual. Kepercayaan juga sebagai penentu keamanan dalam melakukan transaksi perbankan *online*. Menurut Behrooz Gharleghi *et al.*, (2015) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Namun berbeda dengan hasil penelitian menurut Perkins dan Annan (2013) yang menyatakan dari penelitiannya bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan

internet banking, karena kepercayaan dibutuhkan dalam bertransaksi secara *online*.

H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Pengaruh Kegunaan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan

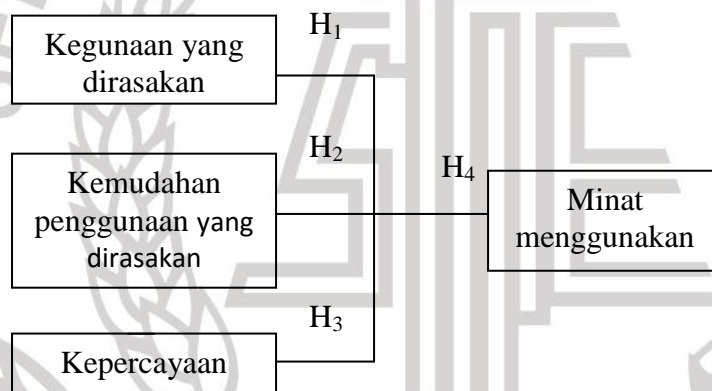
Pada uji F dapat diketahui bahwa pengujian hipotesis yang digunakan adalah pengujian secara simultan dan diperoleh nilai F hitung sebesar 52,538 dengan signifikan (0.000) < taraf signifikan 0.05. Maka, berdasarkan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa variabel kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang

dirasakan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan.

H4 : Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Kerangka pemikiran ini merupakan gambaran struktural dari penelitian yang dilakukan dengan menganalisis pengaruh kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Berikut kerangka penelitian yang mendasari penelitian ini:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Sampel adalah sekelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009 : 364). Populasi yang akan dijadikan penelitian tergolong populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu, maka peneliti cukup mengambil sampel dari populasi tersebut. Sampel yang akan digunakan harus benar-benar dapat

mewakili dari populasi tersebut. Sampel yang akan digunakan peneliti yaitu nasabah Bank BCA yang belum menggunakan layanan internet banking Bank BCA dan sesuai dengan kriteria responden.

Jumlah sampel dalam penelitian ini bergantung pada jumlah indikator dalam seluruh variabel laten meskipun terdapat formula yang lebih kompleks, aturan umum untuk menentukan sampel dengan jumlah yang tidak kurang dari 50 responden untuk korelasi atau regresi dengan nomor yang lebih besar dari jumlah variabel independen (Van Voorhis

dan Morgan, 2007 : 48) Van Vorohis dan Morgan menyarankan formula yang dapat digunakan, sebagai berikut :

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

M = Jumlah Variabel Bebas

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

$$N > 50 + 8 (3)$$

$$N > 50 + 24$$

$$N > 74$$

Berdasarkan pada perhitungan tersebut maka sampel pada penelitian ini minimal menggunakan 74 responden. Namun, untuk menghindari sampel error maka dalam penelitian ini akan dibulatkan menjadi 80. Sehingga untuk sampel kecil menggunakan 30 responden dan sampel besar 80 besar, jadi total sampel yaitu 110 sampel yang akan disebar menggunakan kuesioner.

Data Penelitian

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data yang diperoleh langsung dari nasabah bank BCA Surabaya yang belum menggunakan internet banking. Pengumpulan data dilakukan secara langsung ke bank BCA di Surabaya untuk menghimpun data faktual dalam rangka pengujian hipotesis agar diperoleh data primer. Menurut Ruslan (2010: 29) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Yang akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan akan memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei dan validitas yang tinggi

Definisi Operasional Variabel Kegunaan yang Dirasakan

Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai pendapat responden bahwa *internet banking* yang digunakan mempunyai nilai kegunaan yang akan

meningkatkan kinerja. Item-item kegunaan yang dirasakan dapat diukur sebagai berikut :

1. Sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Berguna bagi nasabah.
3. Meningkatkan kinerja layanan perbankan.
4. Membantu komunikasi nasabah dengan baik.
5. Berguna dalam melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan

Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai pendapat responden bahwa menggunakan *internet banking* akan memudahkan seluruh aktifitasnya. Responden tidak akan mengalami kesulitan dalam menggunakan *internet banking*. Item-item kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari.
2. Mudah dimengerti.
3. Mudah digunakan.
4. Memudahkan dalam bertransaksi.

Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai pendapat responden dengan percaya bahwa menggunakan *internet banking* akan aman dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepercayaan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Yakin akan aman
2. Yakin pembayaran akan aman.
3. Yakin informasi pribadi akan dijaga kerahasiaannya

Minat Menggunakan

Minat menggunakan merupakan keinginan responden tentang sejauh mana responden menggunakan layanan *internet banking*. Minat menggunakan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Berniat menggunakan
2. Menyukai
3. Akan mencoba

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS dengan bantuan program SPSS versi 16.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas sampel besar sebanyak 110 kuesioner dapat diketahui bahwa semua indikator dalam semua kuesioner tersebut mempunyai nilai signifikan $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan data tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas sampel besar yang disajikan kepada 110 responden diketahui nilai Cronbach's Alpha $> 0,06$. Maka dapat dijelaskan bahwa variabel kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, kepercayaan dan minat menggunakan internet banking Bank BCA dikatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 2
HASIL UJI F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221.027	3	73.676	52.538	.000 ^a
	Residual	148.646	106	1.402		
	Total	369.673	109			

Sumber: data diolah.

Pada Tabel 2 diketahui bahwa pengujian hipotesis yang digunakan adalah pengujian secara simultan dan diperoleh nilai F hitung sebesar 52,538 dengan signifikan (0.000) $<$ taraf signifikan 0.05. Maka, H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga berdasarkan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa variabel kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas yaitu kegunaan yang dirasakan (KYD), kemudahan penggunaan yang dirasakan (KPYD) dan kepercayaan (KP) secara parsial atau individu yang terdapat dalam model regresi linier berganda secara signifikan dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu minat menggunakan (MM).

Tabel 3
HASIL UJI t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.782	.974		.803	.424
TOT_KYD	.378	.039	.642	9.685	.000
TOT_KPYD	.099	.045	.143	2.190	.031
TOT_KP	.160	.061	.181	2.610	.010

Sumber: data diolah.

Berdasarkan Tabel 3 diatas, terdapat tiga variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model regresi dan terdapat nilai signifikan masing-masing variabel. Batas signifikan merupakan nilai batas suatu variabel bebas dinyatakan berpengaruh signifikan atau berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikan variabel bebas diatas 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan apabila nilai signifikan variabel bebas dibawah 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan perhitungan program SPSS 16.0 for windows, maka peneliti dapat merangkum hasil perhitungan uji t sebagai berikut:

1. Uji t untuk Variabel Kegunaan yang Dirasakan (KYD)
Variabel kegunaan yang dirasakan memiliki signifikan 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.
2. Uji t untuk Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (KPYD)
Variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki signifikan 0,031, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan

berpengaruh signifikan positif terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

3. Uji t untuk Variabel Kepercayaan (KP)
Variabel kepercayaan memiliki signifikan 0,010, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan *internet banking* Bank BCA. Berikut hasil pengujian analisis linier berganda pada penelitian ini:

Analisis Regresi Linier Berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,782 + 0,378X_1 + 0,099X_2 + 0,160X_3 + 0,974$$

Tabel 4
UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.782	.974		.803	.424
	TOT_KYD	.378	.039	.642	9.685	.000
	TOT_KPYD	.099	.045	.143	2.190	.031
	TOT_KP	.160	.061	.181	2.610	.010

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 4 persamaan regresi linier berganda di atas menjelaskan bahwa:

1. $\alpha = 0,782$

Konstanta sebesar 0,782 menunjukkan bahwa jika kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan sama dengan nol, maka minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,782

2. $\beta_1 = 0,378$

Artinya apabila variabel kegunaan yang dirasakan (KYD) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,378 satuan dan sebaliknya apabila variabel kegunaan yang dirasakan (KYD) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,378 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.

3. $\beta_2 = 0,099$

Artinya apabila variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan (KPYD) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,099 satuan dan sebaliknya apabila variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan (KPYD) mengalami penurunan,

maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,099 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.

4. $\beta_3 = 0,160$

Artinya apabila variabel kepercayaan (KP) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,160 satuan dan sebaliknya apabila variabel kepercayaan (KP) mengalami penurunan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,160 satuan. Dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain dalam keadaan konstan.

5. $\text{error} = 0,974$

Artinya jika error meningkat sebesar satu-satuan maka mengalami peningkatan pada variabel lain di luar variabel bebas sebesar 0,974.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan hasil analisis pada uji t di dapatkan bahwa variabel kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet baking*. Hal ini

dapat dilihat dari nilai signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya. Dengan kata lain, jika semakin besar kegunaan yang dirasakan dalam menggunakan internet banking, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA juga akan semakin meningkat.

Pada pertanyaan terbuka di kuesioner sebagian besar responden menyampaikan bahwa *internet banking* sesuai dengan kebutuhan dan berguna dalam melakukan transaksi perbankan. Karena sebagian besar dari responden menganggap bahwa menggunakan *internet banking* dapat mempermudah pekerjaan, memudahkan pembayaran, mengecek saldo dan mutasi rekening, meningkatkan kecepatan dalam bertransaksi, lebih menghemat waktu dan biaya. Hal tersebut di dukung oleh hasil tanggapan responden yang rata-rata berada dalam kategori setuju. Responden setuju bahwa kegunaan yang dirasakan mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mansour Naser Alraja, et al (2016) yang menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*, karena kegunaan yang dirasakan dapat membantu nasabah dalam bertransaksi. Dari pertanyaan terbuka pada penelitian ini sebagian besar responden juga setuju dengan adanya *internet banking* memudahkan transaksi *online* perbankan. Penelitian terdahulu oleh Perkins dan Annan (2013) juga menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah yang menggunakan *internet banking*, karena kegunaan yang dirasakan oleh nasabah tidak perlu keluar rumah atau keluar

kantor untuk melakukan transaksi perbankan.

Pengaruh Variabel Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan hasil analisis pada uji t di dapatkan bahwa variabel kegunaan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya sebesar $0,031 < 0,05$ yang berarti kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking Bank BCA di Surabaya. Dengan kata lain, semakin besar kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam menggunakan *internet banking* maka semakin meningkat minat nasabah menggunakan *internet banking*. Pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan minat menggunakan *internet banking* disebabkan karena sebagian besar responden setuju bahwa *internet banking* Bank BCA memudahkan dalam bertransaksi, mudah dipahami dan mudah dimengerti.

Penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dari penelitian terdahulu oleh Perkins dan Annan (2013) yang berpendapat bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*, karena kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan tingkat dimana nasabah percaya terhadap teknologi atau system yang potensial adalah keutamaan. Selain itu, kegunaan yang dirasakan menjadi tingkat dimana nasabah percaya bahwa menggunakan internet banking akan meningkatkan kinerjanya. Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan dari peneliti terdahulu oleh Mansour Naser, et al (2016) yang berpendapat bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Semakin tinggi kemudahan penggunaan

yang dirasakan semakin tinggi juga minat nasabah menggunakan internet banking.

Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan hasil analisis pada uji t di dapatkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan terhadap minat menggunakan internet banking Bank BCA di Surabaya sebesar $0.010 < 0.05$ yang berarti kepercayaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya. Dengan kata lain, jika semakin besar kepercayaan yang dirasakan dalam menggunakan *internet banking*, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA juga akan semakin meningkat. Dari pernyataan yang ada pada kuesioner dalam variabel kepercayaan responden merasa kepercayaan sangat dibutuhkan untuk meyakinkan dirinya dalam menggunakan *internet banking* Bank BCA karena dengan adanya kepercayaan akan merasa yakin aman dalam bertransaksi, akan aman dalam pembayaran dan dijamin kerahasiaan data pribadinya akan berpikir untuk menggunakan internet banking Bank BCA. Hal ini di dukung oleh tanggapan responden yang rata-rata termasuk dalam kategori setuju. Responden setuju bahwa kepercayaan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Penelitian ini menghasilkan hasil yang sama dari penelitian terdahulu oleh Perkins dan Annan (2013) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Berbeda dengan penelitian oleh Behrooz Gharleghi (2015) yang menyatakan bahwa kepercayaan kurang berpengaruh positif karena adanya ketidakpastian bila melakukan transaksi menggunakan media

online. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kepercayaan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan SPSS 16.0, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Semakin besar kegunaan yang dirasakan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.
2. Semakin besar kemudahan penggunaan yang dirasakan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.
3. Semakin besar kepercayaan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Tidak semua responden bersedia dalam mengisi kuesioner, kebanyakan responden tidak mau mengisi pertanyaan terbuka pada kuesioner dan kebanyakan yang menulisnya dengan singkat.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak sesuai dengan pertanyaan terbukanya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan

saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BCA di Surabaya
 - a. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kegunaan yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *internet banking* dapat membantu komunikasi dengan baik yang menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Maka Bank BCA disarankan untuk memberikan tanggapan dengan cepat bila ada complain dari nasabah Bank BCA.
 - b. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *internet banking* mudah dipelajari menduduki peringkat terbawah dibandingkan pernyataan yang lain, maka sebaiknya customer service memberikan penjelasan cara penggunaan *internet banking* dengan jelas agar nasabah mudah mempelajari cara penggunaan *internet banking* yang benar.
 - c. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa layanan *internet banking* akan dijamin kerahasiaannya menduduki peringkat terbawah dibandingkan item pernyataan yang lain, maka sebaiknya Bank BCA lebih menjaga privasi nasabah agar terhindar dari penyalahgunaan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah variabel bebas seperti harapan kerja, pengaruh sosial yang ada pada jurnal-jurnal lainnya agar penelitian lebih bervariasi.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempelajari terlebih dahulu

teori tentang minat mengingat pada penelitian ini untuk produk perbankan minat tidak sesuai karena respondennya masih berstatus calon nasabah jadi belum pernah menggunakan *internet banking*.

DAFTAR RUJUKAN

- Imam Ghazali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* 20, Edisi 5. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga..
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks.
- Mansour Naser, Badreldin F.Salim, M.Ahmar, M.Yousoof. 2016. "The Adoption of Internet Banking: Clients' Perspective in Oman". *Internasional Review of Management and Marketing*. Vol 6. Issue 4. Pp 926-929.
- Perkins Ed-Zilla dan Annan Jonathan. 2013. "Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers". *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*. Vol 6. No. 3. Pp 94-108.
- Radomir, L., dan Nistor,V.C 2013. "An application of technology acceptance model to internet banking service". *International Conference "Marketing – from information to decision"*

- Rosady Ruslan. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suprpto,Fitria Magdalena. 2014, "Pengaruh Persepsi Keamanan Web dan Kesesuaian Lifestyle terhadap Minat Penggunaan Internet Banking: Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi 1. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Top Brand Index Produk Internet Banking Indonesia Periode 2015-2016 (<http://www.topbrand-award.com>, diakses 20 Maret 2017).
- Van Voorhis R. Wilson, Betsy L. Morgan. 2007. Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size. *Psy Chi Journal of Undergraduate Research* Vol. 3 (2). P. 43-50.
- Zahir, Mihna, dan Gharleggi, Behrooz. 2015. "Adoption of Internet Banking in Maldives, the Most Important Determinants". *Asian Social Science*. Vol. 11, No. 2. Pp 181-189.