

**MINAT PENGGUNA INTERNET BANKING PADA BANK
BCA SURABAYA DILIHAT DARI ASPEK
MANFAAT, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN**

ARTIKEL ILMIAH

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

GABRILLIA ANINDITA
NIM : 2011210305

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

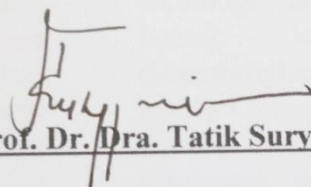
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Gabrillia Anindita
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 29 Juni 1993
N.I.M : 2011210305
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Minat Pengguna Internet Banking Pada Bank BCA
Surabaya Dilihat Dari Aspek Manfaat, Kemudahan,
Dan Keamanan.

Disetujui dan diterima baik oleh :

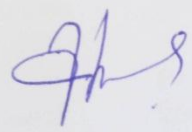
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 27/3-15


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M)

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal : 27/3-15


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

**MINAT PENGGUNA INTERNET BANKING PADA BANK
BCA SURABAYA DILIHAT DARI ASPEK
MANFAAT, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN**

Gabrillia Anindita
STIE Perbanas Surabaya
Email : gabrilliabie29@gmail.com

ABSTRACT

This study seeks to examine empirically the users' interest of Internet Banking KlikBCA Surabaya based on benefit, accessibility and security perspectives. Research is designed by survey and used questionnaires. Research involved 100 respondents of BCA customers in Surabaya that using internet banking KlikBCA service. The result of this study consists of 4 variables that obtained by researcher and analyzed using Warp PLS 3.00 indicates that correlation among benefit and security have significant effect toward internet banking interest use. But difference in variables that are security and benefit, in accessibility variable show that the result is insignificant then user accessibility have insignificant effect toward internet banking interest uses, therefore customers still face difficulty using application internet banking application/facilities.

Keywords : Internet Banking, Security, Accessibility, KlikBCA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, seperti website melalui internet atau teknologi lain yang terkait, telah mampu merubah cara serta arah proses transaksi finansial. Pengguna internet telah memberikan kontribusi besar dalam berbagai aspek kehidupan bagi masyarakat, perusahaan industri maupun pemerintah. Kontribusi ini dapat dilihat melalui konsumen yang melakukan order dan bertransaksi melalui situs internet, dapat dengan mudah memproses layanan jasa secara otomatis tanpa membutuhkan adanya kontak personal langsung saat melakukan transaksi. Teknologi seperti ini yang sekarang banyak diadopsi oleh sebagian besar masyarakat di dunia dalam meningkatkan mobilitas dan kinerja.

Dunia perbankan mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya

dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan internet yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *internet banking*. *Internet banking* juga dapat diartikan sebagai penyedia informasi atau jasa oleh bank kepada nasabah melalui internet dimana hal itu menjadi salah satu perkembangan utama di berbagai sektor jasa dalam beberapa tahun terakhir.

Menurut Bank Indonesia (www.bi.go.id diakses pada 22 September 2014) layanan *internet banking* merupakan layanan perbankan yang termasuk dalam layanan *electronic banking*. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, saat ini telah banyak bank yang menyediakan

jasa *internet banking* sebagai bentuk pelayanannya kepada nasabah. Manfaat *internet banking* dapat dirasakan baik oleh pihak nasabah dan juga pihak bank itu sendiri. Bagi nasabah, *internet banking* dapat memberikan suatu kemudahan untuk melakukan beberapa aktivitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Beberapa aktivitas perbankan seperti melihat saldo, melakukan transfer antar rekening, dan melakukan pembayaran sejumlah tagihan dimana saja dan kapan saja.

Selama ini, sistem transaksi nasabah yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara manual, yang tidak jarang menyebabkan kesalahan atau *human error* baik dari pihak bank ataupun nasabah itu sendiri. Dengan adanya layanan jasa berupa *internet banking* yang secara cepat dapat dinikmati oleh nasabah maupun perusahaan sendiri maka segala layanan yang diinginkan oleh para nasabah dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para nasabah serta kontrol perusahaan terhadap masalah keuangan semakin cepat dan akurat.

Saat ini beberapa bank, baik bank swasta maupun pemerintah telah menyelenggarakan *internet banking* antara lain BCA, BII, Bank Universal, Bank CIMB Niaga, Bank Mandiri dan Citibank. *Internet banking* pada bank-bank tersebut sudah pada tahapan transaksional, bukan lagi informasional (atau sekedar *website*) sebagaimana dimiliki oleh hampir seluruh bank. Di masa mendatang, sejalan dengan semakin banyaknya pengguna *internet banking* dan semakin ketatnya persaingan antar bank, diperkirakan akan semakin banyak bank yang akan menyelenggarakan jasa pelayanan *internet banking* di Indonesia.

Survey Top Brand adalah salah satu tolak ukur untuk mengukur kinerja merk-merk yang beredar di Indonesia. Brand Index dihitung menggunakan tiga parameter, yaitu merk yang paling mudah

diingat, merk yang terakhir dibeli, dan merk yang akan dipilih pada masa depan. Pada kategori E-Channel di negara Indonesia, terdapat 4 bank konvensional yang berhasil masuk dalam nominasi Top Index 2014.

Tabel 1
Top Brand Award Kategori E-Channel

Internet Banking	
Merek	TBI
Klik BCA	53,7 %
<i>Internet Banking</i> Mandiri	20,2 %
<i>Internet Banking</i> BRI	10,6 %
BNI <i>Internet Banking</i>	9,6 %

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_result/top_brand_index_2014

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan pengguna sistem *internet banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi *market leader* pada pasar *internet banking*. Berdasarkan data dalam tabel 1.1, Klik-BCA menduduki peringkat pertama dengan total persentase sebesar 53,7%, diikuti *Internet Banking* Mandiri sebesar 20,2%, *internet banking* BRI sebesar 10,6% dan BNI sebesar 9,6%. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari nasabah bank BCA telah menggunakan dan menjadi konsumen yang loyal untuk produk jasa Klik-BCA.

Banyak faktor yang menyebabkan nasabah tertarik menggunakan *internet banking*. Mulai dari layanan memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor fasilitas kemudahan bertransaksi. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi di antar bank cukup tinggi. Ketika layanan, tingkat

keamanan, dan kedekatan lokasi (cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyak fasilitas yang memberikan kemudahan bertransaksi (Sauca Pranidana, 2010).

Nasabah telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *internet banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik oleh penggunanya. Semakin nasabah merasa *internet banking* bermanfaat maka *internet banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *internet banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *internet banking*.

Sebuah sistem yang dianggap bermanfaat biasanya tidak akan sering digunakan apabila dianggap rumit oleh penggunanya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut bermanfaat dan lebih mudah dioperasikan selain itu aspek keamanan juga berpengaruh penting dalam penggunaan suatu sistem termasuk pada *internet banking*. Nasabah harus memastikan bahwa data rahasia mereka benar-benar terjamin dan tidak akan menyebar luas sehingga mengakibatkan kerugian terhadap nasabah pengguna *internet banking* (Irmadhani dan Nugroho, 2012)

Isu fasilitas kemudahan bertransaksi inilah yang tidak disia-siakan oleh bank BCA untuk melakukan investasi dalam menyediakan fasilitas *internet banking* BCA yang dikenal dengan nama Klik-BCA. Dengan Klik-BCA, maka banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan. Karena, tanpa harus ke bank, tetap dapat berinteraksi di mana saja asal dapat terhubung dengan jaringan internet. Karena respon positif terhadap fasilitas Klik-BCA ini maka menciptakan peningkatan jumlah nasabah Bank BCA

menjadi tinggi. Yang menarik adalah, bagaimana strategi bank BCA untuk dapat mempertahankan kompetitif produk Klik-BCA sehingga tidak terpengaruh terhadap usaha duplikasi dan adopsi bank komersial yang lain dan tetap unggul diantara *internet banking* lainnya.

Fitur-fitur Klik-BCA pun sudah termasuk lengkap. Fitur-fitur klik-BCA terdiri dari transfer dana, Informasi saldo, pembayaran (misalkan: kartu kredit, telpon, handphone, listrik), pembelian (misalkan: pulsa isi ulang, tiket pesawat terbang, saham). Keamanan pun terjamin dengan adanya token yang dimiliki oleh setiap pengguna Klik-BCA.

Menurut Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) Adopsi internet banking di Ghana terus meningkat dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi asli TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan serta ekstensi dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan semua signifikan terhadap intensions pelanggan untuk mengadopsi online banking.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berusaha untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan Klik-BCA dilihat dari perspektive manfaat, kemudahan dan keamanan.

RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Internet Banking

Menurut pernyataan Bank Indonesia, *internet banking* adalah suatu sistem perbankan yang memungkinkan nasabah untuk bisa melakukan suatu transaksi perbankan yang luas secara elektronik melalui situs yang dimiliki oleh bank yang bersangkutan.

Pada transaksi internet banking ini nasabah dapat melakukan transaksi dengan menggunakan komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Jenis-jenis

transaksi yang terdapat dalam *internet banking* sesuai dengan pernyataan Bank Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Transfer dana.
2. Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar.
3. Pembayaran tagihan (misalkan : kartu kredit, telpon, handphone, listrik).
4. Pembelian (misalkan : pulsa isi ulang, tiket pesawat, saham).

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan oleh nasabah apabila hendak melakukan transaksi dengan menggunakan *internet banking* antara lain :

1. Jangan pernah memberitahukan user ID dan PIN (personal identification number) kepada siapapun termasuk karyawan dan petugas bank.
2. Jangan meminjamkan *key token* transaksi kepada orang lain.
3. Jangan mencatat user ID ditempat yang mudah diketahui oleh orang lain.
4. Gunakan user ID dan PIN secara hati-hati agar terlihat dan tidak diketahui orang lain.
5. Pastikan telah mengakses alamat situs bank yang dituju dengan benar.
6. Pahami dengan baik situs bank yang akan digunakan untuk bertransaksi.

Minat

Teori Davis dalam Haydan dan Syaefullah (2008) mengatakan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat dapat memprediksikan kegiatan yang beranek ragam, mulai dari pemilihan strategi yang sederhana kegiatan yang mempunyai dampak pribadi dan sosial yang signifikan (Jogiyanto, 2007:26). Haydan dan Syaefullah (2008) juga menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem.

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek selain itu minat juga sebagai pendorong yang menyebabkan seseorang memberi

perhatian terhadap orang, sesuatu dan aktivitas-aktivitas tertentu (Sumadi Suryabrata 1988, dalam Sarjanaku.com Blog Pendidikan Indonesia pada 2 November 2014)

Karakteristik minat menurut Bimo Walgito, 1977 dalam Sarjanaku.com pada 2 November 2014:

1. Menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek.
2. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari suatu objek itu.
3. Mengandung suatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

Minat bertransaksi dapat juga diartikan frekuensi (seberapa sering) nasabah menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh *elektronik banking* (Totok Setyani, 2011) dan menurut Jogiyanto, 2007 dalam Cindhe Puspita (2013) menyebutkan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku (*behavior*) adalah dua hal yang berbeda, minat perilaku (*behavioral intention*) masih merupakan minat (*intention*). Minat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Sedangkan perilaku (*behavior*) adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Sehingga perilaku akan dilakukan jika seseorang mempunyai minat untuk melakukan. Dan minat perilaku akan menentukan perilakunya. Minat dapat berubah sewaktu-waktu. Semakin lebar interval waktu, semakin mungkin terjadi perubahan di minat. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan minat pemanfaatan sistem dalam penelitian ini adalah dorongan seseorang untuk melakukan perilaku penggunaan sistem internet banking (Cindhe Puspita, 2013)

Manfaat

Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu pengguna teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut

(Davis,1989 dalam Irmadhani dan Nugroho, 2012). Manfaat dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karena tingkat manfaat *internet banking* mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem (Fiva dan Vidya, 2013)

Ada dua segi umum tentang kualitas manfaat yaitu, kualitas manfaat pada rancangan dan kualitas manfaat pada kecocokan. Semua barang dan jasa dihasilkan dalam berbagai tingkat kualitas. Variasi dalam tingkat ini memang disengaja. Menurut Perkins dan Annan (2013) definisi kualitas manfaat adalah mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah mereka bayarkan.

Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa pengguna teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

Venkatesh dan Davis,2000 dalam Irmadhani dan Nugroho (2012) membagi dimensi manfaat menjadi berikut:

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increases productivity*).
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is usefull*).

Pada konteks penelitian ini dapat disimpulkan bahwa manfaat dalam *internet banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan internet banking. Ketika nasabah

menggunakan layanan *internet banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *internet banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan internet banking timbul karena nasabah yakin bahwa *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas kinerja serta online banking bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu, aspek manfaat *internet banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap penggunaan *internet banking* itu sendiri (Irmadhani dan Nugroho, 2012)

Keamanan

Konsep keamanan yang dirasakan konsumen telah banyak dibahas dalam e-channel menggunakan perangkat IT dan telah terbukti untuk mempengaruhi perilaku pelanggan dan sikap. Ancaman internet banking dapat dilakukan baik melalui jaringan serangan data transaksi atau melalui akses tidak sah rekening. Nasabah merasa rentan terhadap pencurian identitas saat menggunakan layanan *internet banking*. Pengolahan transaksi keuangan di Internet menyajikan risiko bagi nasabah atas proses transaksi itu sendiri (Yoon dan Occena, 2014).

Keamanan juga didefinisikan sebagai suatu ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan ekonomi berupa kerusakan sumber daya data atau jaringan, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan atau penipuan, pemborosan dan penyalahgunaan (Kalakota dan Winston, 1997 dalam Cindhe Puspita 2013). Cheng,2006 dalam Cindhe Puspita (2013) juga mengatakan bahwa rasa aman dalam melakukan transaksi di web sering dikutip oleh pengguna sebagai faktor utama untuk menghilangkan kekhawatiran mereka tentang menggunakan internet yang efektif untuk melakukan transaksi online.

Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Minat untuk menggunakan (*intention to use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan nasabah untuk menggunakan atau menggunakan kembali *internet banking* di masa depan (Fita dan Vidya, 2013). Minat untuk menggunakan (*intention to use*) dalam penelitian ini adalah keinginan nasabah bank BCA Surabaya untuk menggunakan Klik-BCA.

Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Sebuah sistem yang dianggap bermanfaat biasanya tidak akan sering digunakan apabila dianggap rumit oleh penggunanya. Nasabah harus memastikan bahwa data rahasia mereka benar-benar terjamin dan tidak akan menyebar luas sehingga mengakibatkan kerugian terhadap nasabah pengguna *internet banking* (Irmadhani dan Nugroho, 2012). Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Faktor manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Kemudahan pengguna (*ease to use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat

dengan mudah dipahami. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari TI (Fita dan Vidya, 2013). Dengan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah tersebut akan menimbulkan minat terhadap penggunaan Internet. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

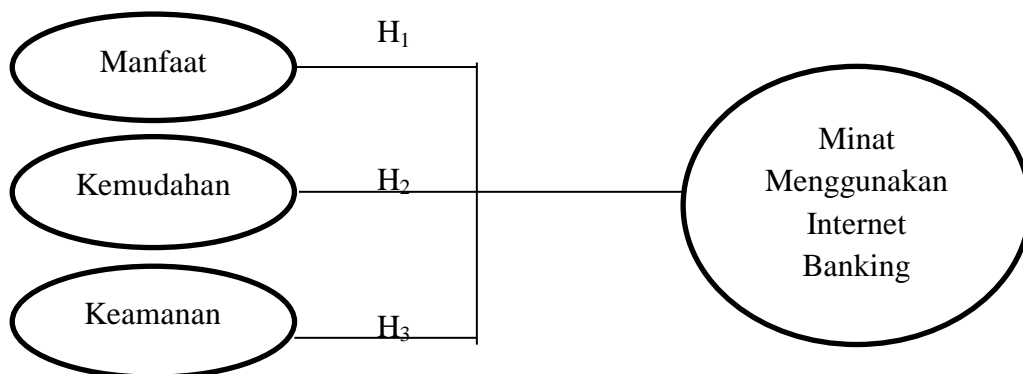
H2 : Faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Keamanan berarti nasabah merasa bahwa *internet banking* itu adalah fleksibel dalam hal waktu dan tempat sehingga dapat memberikan kenyamanan pada nasabah (Yoon dan Occena, 2014). Selain itu nasabah berkeyakinan bahwa pengguna internet banking pada Klik-BCA dapat menyimpan segala kerahasiaan yang dimiliki nasabah dan pihak bank bertanggung jawab dalam mengatasi masalah yang dialami oleh nasabah.

H3 : Faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Sampel yaitu sekelompok subyek yang jumlahnya tergantung pada kebutuhan analisisnya, bisa dikelompokkan menjadi satu atau beberapa kelompok. Data yang dianalisis di dapat dari pengambilan sampel penelitian. Semakin besar jumlah sampel yang diambil dengan desain sampel yang benar, semakin tinggi tingkat representatifnya terhadap yang diwakili (Puguh Suharso, 2009:60). Dengan digunakannya sampel, diharapkan penelitian dapat mendapat kesimpulan dari populasi. Sampel yang digunakan peneliti adalah 100 nasabah pengguna Klik-BCA yang tinggal di Surabaya dan memenuhi kriteria.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu manfaat, kemudahan dan keamanan, sedangkan variabel dependennya yaitu minat menggunakan internet banking.

Definisi Operasional

Manfaat Menggunakan Klik-BCA

Manfaat menggunakan *internet banking* adalah keuntungan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya dalam mengakses internet banking. Adapun indikator manfaat menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan bertransaksi dalam jasa 24 jam.
2. Sesuai kebutuhan sehari-hari.
3. Mendukung aktivitas dalam penggunaan Klik-BCA.
4. Pengalaman transaksi yang menyenangkan.

Kemudahan Menggunakan Klik-BCA

Kemudahan penggunaan adalah suatu tingkat di mana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari teknologi informasi.

Adapun indikator-indikator dari variabel kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan dalam melakukan transaksi.
2. Kemudahan operasional *internet banking*.
3. Efisiensi waktu.
4. Kemudahan bertransaksi.
5. Penggunaan yang fleksibel.

Keamanan Menggunakan Klik-BCA

Keamanan menggunakan Klik-BCA adalah keyakinan nasabah ketika menggunakan produk tersebut tidak menimbulkan banyak resiko dan menjamin rahasia nasabah. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah:

1. Informasi yang disediakan *internet banking* sangat akurat
2. Bank menjamin keamanan dalam memberikan informasi pribadi
3. Pertanggung jawaban pihak bank

Minat Menggunakan Klik-BCA

Minat untuk menggunakan dalam penelitian ini adalah keinginan nasabah Bank BCA Surabaya untuk menggunakan Klik-BCA. Adapun indikatornya dari variabel minat adalah sebagai berikut:

1. Keinginan untuk mempercayai.
2. Kemudahan dalam penggunaan.
3. Berguna untuk kebutuhan sehari-hari.
4. Jaminan keamanan dari pihak bank.

Analisis Data

Analisis Deskriptif

Pada analisis deskriptif ini akan dijelaskan mengenai distribusi masing-masing variabel, yaitu variabel bebas atau independen. Nilai rata-rata tersebut dinilai berdasarkan interval kelas yang dicari melalui rumus sebagai berikut:

$$IK = \frac{STt - STr}{JK}$$

Keterangan: IK = Interval Kelas
STt = Skor Tertinggi

yaitu 5

STr = Skor Terendah

yaitu 1

JK = Jumlah Kelas
 Sehingga berdasarkan rumus di atas menjadi :

$$IK = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian diketahui

interval kelas yaitu 0,8 kemudian disusun kriteria penilaian rata-rata jawaban responden pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Interval Kelas Variabel

Interval	Kategori	Bobot Nilai
$1,00 < a \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju	1
$1,81 < a \leq 2,60$	Tidak Setuju	2
$2,60 < a \leq 3,40$	Netral	3
$3,41 < a \leq 4,20$	Setuju	4
$4,21 < a \leq 5,00$	Sangat Setuju	5

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat

Indikator Variabel	Skor					Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS		
M1	0	0	3	20	77	4,74	Sangat Setuju
M2	0	1	2	25	71	4,66	Sangat Setuju
M3	0	0	3	29	68	4,65	Sangat Setuju
M4	1	0	9	27	63	4,51	Sangat Setuju
M5	0	0	3	21	76	4,73	Sangat Setuju
Means Variabel Manfaat						4,65	Sangat setuju

Sumber: Data diolah, lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui nilai rata-rata indikator tertinggi ada pada pernyataan M1 dengan nilai rata-rata mencapai 4,74 dan masuk dalam interval $4,21 < a \leq 5,00$. Hal ini menunjukkan responden sangat setuju, yang dimana nasabah menganggap bahwa penggunaan internet klikBCA berguna untuk melakukan transaksi perbankan. Sedangkan indikator M4 menduduki posisi terendah diantara indikator lainnya dengan nilai rata-rata sebesar 4,51 (masuk dalam interval $4,21 < a \leq 5,00$) yang

menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa nasabah benar-benar menikmati manfaat dari penggunaan fasilitas *internet banking* KlikBCA.

Secara umum responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang merupakan indikator manfaat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai mean (rata-rata) 4,65.

Tabel 4
Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan

Indikator Variabel	Skor					Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS		
KP1	0	0	5	28	67	4,62	Sangat Setuju
KP2	0	0	4	29	67	4,63	Sangat Setuju
KP3	0	0	1	28	71	4,70	Sangat Setuju
KP4	0	0	3	31	66	4,63	Sangat Setuju
KP5	0	0	3	32	65	4,62	Sangat Setuju
Means Variabel Kemudahan						4,64	Sangat setuju

Sumber: Data diolah, lampiran 5

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap variabel kemudahan bahwa responden umumnya sangat setuju dengan item-item pernyataan yang ada pada kuisioner yang dibagikan, berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui nilai rata-rata indikator tertinggi ada pada pernyataan KP3 dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,70 dan masuk dalam interval $4,21 < a \leq 5,00$. Hal ini menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut dimana responden merasakan kemudahan yang diberikan oleh layanan *internet banking*

KlikBCA. Sedangkan indikator KP1 dan KP5 menduduki posisi terendah dengan nilai rata-rata sebesar 4,62 namun masuk dalam interval kelas $4,21 < a \leq 5,00$ dan tetap menunjukkan respon sangat setuju.

Secara umum responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang merupakan indikator kemudahan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai mean (rata-rata) 4,64. Dengan nilai yang ada menunjukkan bahwa nasabah mendapatkan layanan kemudahan secara keseluruhan terhadap penggunaan layanan internet banking.

Tabel 5
Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan

Indikator Variabel	Skor					Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS		
K1	0	0	9	30	61	4,52	Sangat Setuju
K2	0	0	8	33	59	4,51	Sangat Setuju
K3	0	0	9	26	65	4,56	Sangat Setuju
K4	0	0	7	29	64	4,57	Sangat Setuju
K5	0	0	6	31	63	4,57	Sangat Setuju
Means Variabel Keamanan						4,54	Sangat setuju

Sumber: Data diolah, lampiran 5

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap variabel keamanan bahwa responden pada umumnya sangat setuju dengan item pernyataan yang ada pada kuisioner yang dibagikan, berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui nilai mean (rata-rata) indikator tertinggi ada pada pernyataan K4 dan K5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,57 dan masuk dalam interval $4,21 < a \leq 5,00$. Hal

ini menunjukkan responden sangat setuju akan keamanan yang diberikan oleh layanan *internet banking* KlikBCA sehingga nasabah merasa aman menggunakan klikBCA. Sedangkan indikator K2 menduduki posisi terendah dengan nilai rata-rata sebesar 4,51 dan masuk dalam interval $4,21 < a \leq 5,00$ yang tetap menunjukkan respon sangat setuju,

yang dimana respon cukup menikmati keamanan KlikBCA.

Secara umum responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang merupakan indikator keamanan. Hal ini ditunjukkan

oleh mean (rata-rata) 4,54. Dengan nilai yang ada menunjukkan bahwa responden mendapatkan kepuasan secara keseluruhan sehingga nasabah merasa aman dalam menggunakan *internet banking* KlikBCA.

Tabel 6

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Internet Banking

Indikator Variabel	Skor					Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS		
MIB1	0	0	2	30	68	4,66	Sangat Setuju
MIB2	0	0	3	30	67	4,64	Sangat Setuju
MIB3	0	0	4	30	66	4,62	Sangat Setuju
MIB4	1	6	12	25	56	4,29	Sangat Setuju
MIB5	0	3	5	31	61	4,50	Sangat Setuju
Means Variabel Minat Internet Banking						4,54	Sangat setuju

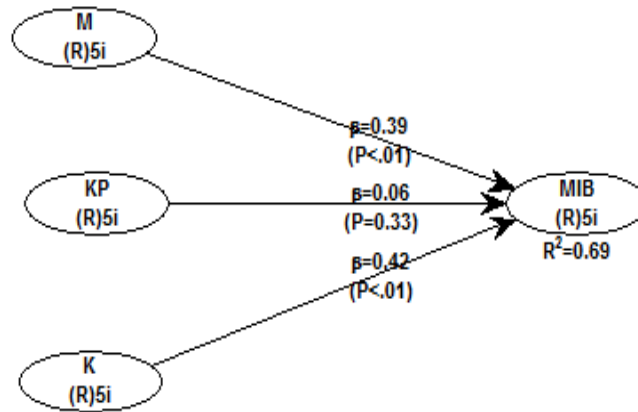
Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada Tabel 6 dapat diketahui hasil tanggapan responden terhadap variabel minat internet banking bahwa responden pada umumnya netral dengan item-item pernyataan yang ada pada kuisioner yang dibagikan, berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui nilai rata-rata indikator tertinggi ada pada pernyataan MIB1 dengan nilai rata-rata sebesar 4,66 dan masuk dalam interval sebesar $4,21 < a \leq 5,00$. Hal ini menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan minat menggunakan *internet banking*. Sedangkan pernyataan MIB4 adalah pernyataan dengan nilai indikator terendah dari yang lainnya yakni sebesar 4,29 namun tetap masuk dalam interval kelas $4,21 < a \leq 5,00$ yang menunjukkan respon sangat setuju atau berminat untuk menggunakan *internet banking* KlikBCA

Secara umum responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang merupakan indikator minat *internet banking*. Hal ini ditunjukkan dengan mean (rata-rata) 4,54. Dengan nilai sangat setuju ini menunjukkan bahwa responden berminat menggunakan *internet banking* KlikBCA.

Hasil Analisis Dengan Menggunakan Warp PLS

PLS (Partial Least Square) merupakan suatu metoda untuk memprediksi konstruk dalam model dengan banyak faktor dan hubungan *collinear*. Berikut ini akan disajikan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program Warp PLS 3.0 untuk penelitian dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*:



Sumber: Warp PLS 3.0

Gambar 2
Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Berdasarkan hasil data yang ditunjukkan pada Gambar 4.7 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel manfaat (M) berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan *Internet Banking* (MIB) dengan nilai $P < 0.01$ dan $\beta = 0.39$
2. Variabel kemudahan penggunaan (KP) berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat menggunakan *Internet Banking* (MIB) dengan nilai $P = 0.33$ dan $\beta = 0.06$
3. Variabel keamanan (K) berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan *Internet Banking* (MIB) dengan nilai $P < 0.01$ dan $\beta = 0.42$
4. Dan minat menggunakan internet banking dengan nilai R-squared sebesar 0.69

Path Coefficient And P Value :

Tabel 7
Path Coefficient And P Values

Variabel	P Coefficient	P Values	Keterangan
M	0,390	0,006	Signifikan
KP	0,063	0,330	Tidak Signifikan
K	0,424	0,002	Signifikan

Sumber: Warp PLS 3.0

Dari data pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa *P Coefficient* dan *P Values* diatas bahwa manfaat (M) dan keamanan (K) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* dengan nilai *P Value* < 0.001 dan nilai *P Coefficient*nya 0,390 pada variabel (M) dan 0,424 pada variabel (K).

Standart Errors For Path Coefficients :

Tabel 8
Standart Errors For Tabel Coefficients

	M	KP	K	MIB
M				
KP				
K				
MIB	0.152	0.144	0.140	

Sumber: Warp PLS 3.0

Berdasarkan hasil *output standart error for path coefficients* di atas didapat *standart error* untuk variabel manfaat (M) terhadap Minat Internet Banking (MIB) adalah sebesar 0.152, Kemudahan (KP) terhadap Minat menggunakan Internet

Banking (MIB) adalah sebesar 0.144, Keamanan (K) terhadap Minat menggunakan Internet Banking (MIB) sebesar 0.140.

Corelations Among Latent Variabel :

Tabel 9
Corelations Among Latent Variable

Latent Variable Correlations

	M	KP	K	MIB
M	(0.825)	0.788	0.824	0.788
KP	0.788	(0.908)	0.766	0.686
K	0.824	0.766	(0.863)	0.786
MIB	0.788	0.686	0.786	(0.851)

P Values for Correlation

	M	KP	K	MIB
M	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
KP	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
K	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
MIB	<0.001	<0.001	<0.001	1.000

Sumber: Warp PLS 3.0

Berdasarkan hasil *output garis diagonal* pada *latent variabel corelations* diatas menunjukkan variabel manfaat (M) terhadap variabel Minat menggunakan Internet Banking sebesar 0,788 dan *P value* < 0,001 yang berarti signifikan. Sedangkan variabel kemudahan (KP) terhadap minat menggunakan internet banking (MIB) mempunyai nominal *latent correlation* sebesar 0,687 dan *P value* <0,001 yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan signifikan namun sangat rendah terhadap minat menggunakan internet banking karena <

0,70. Dan *correlation latent* pada variabel keamanan (K) terhadap minat menggunakan internet banking (MIB) sebesar 0,786 dan nilai *P value* <0,001 sehingga menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking (MIB). Secara garis besar hasil *output diagonal* pada *latent variabel correlations* pada Tabel 4.19 menunjukkan bahwa validitas diskriminan untuk semua variabel sangat baik, dengan nilai > 0,70. Hal ini berarti bahwa responden tidak mengalami

kesulitan dalam menjawab atau memilih pernyataan yang terdapat pada kuisioner.

Variance Inflation Factors

Berdasarkan hasil output diatas diperoleh nilai *variance inflation factors* sebesar $4.110 < 10$ untuk variabel manfaat , $3.000 < 10$ untuk variabel kemudahan pengguna dan $3.551 < 10$ untuk variabel keamanan yang berarti bahwa korelasi antara variabel terikat.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* KlikBCA

Berdasarkan hasil diagram *path* yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ed-Zilla Daniel Perkins dan Annan (2013) yang juga menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Adanya kepuasan maanfaat pada nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* KlikBCA membuat nasabah bertahan dan tetap menggunakan fasilitas KlikBCA tersebut.

Berdasarkan analisis deskriptif yang didapatkan oleh peneliti, nasabah merasa percaya dan sangat setuju dengan manfaat yang diberikan *internet banking* KlikBCA (dengan mean sebesar 4,65 atau berada pada interval kelas $4,21 < a \leq 5,00$) Ini berarti bahwa para nasabah *internet banking* KlikBCA merasakan adanya manfaat *internet banking* KlikBCA yang dipakai. Dalam beberapa studi yang dinyatakan oleh Davis (1989) dalam Irmadhani dan Nugroho (2012) kepercayaan nasabah KlikBCA tidak terlepas dari keyakinan nasabah dalam menggunakan teknologi *internet banking* ini mampu meningkatkan prestasi pengguna. Adanya manfaat yang dirasakan dalam penggunaan *Internet Banking*

KlikBCA mempengaruhi sikap dan minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* KlikBCA. Selain itu manfaat dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karena tingkat manfaat *internet banking* mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem (Fiva dan Vidya, 2013)

Mengingat manfaat yang dirasakan tersebut memuaskan nasabah atas harga yang mereka bayarkan, bank seharusnya memperhatikan manfaat-manfaat yang dibutuhkan oleh nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* KlikBCA

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* klik BCA. Penelitian menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan analisis deskriptif pada penelitian responden terhadap kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada rentang $4,21 < a \leq 5,00$ yang berarti responden merasa sangat setuju dengan kemudahan penggunaan yang diberikan oleh *Internet Banking* KlikBCA.

Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoon dan Occena (2014) yang menyatakan adanya hubungan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*, karena persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang. Pranidana (2009) juga mengatakan bahwa apabila nasabah merasa mudah mengoprasikan dan memahami layanan

internet banking maka nasabah akan lebih sering menggunakan layanan tersebut karena sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh pengguna.

Adanya perbedaan hasil ini disebabkan oleh beberapa hal :

1. Obyek penelitian terdahulu adalah pengguna *mobile banking* pada *smartphone*, sedangkan penelitian sekarang adalah nasabah pengguna *internet banking* pada KlikBCA.
2. Nasabah merasa kesulitan dalam mengakses layanan *internet banking* karena susah memahami dan tidak mengerti cara penggunaan (gagap teknologi).
3. Penggunaan token yang diberikan pihak Bank BCA kepada nasabah KlikBCA kurang mempermudah penggunaan fasilitas KlikBCA karena nasabah harus menyambungkan penggunaan token tersebut pada komputer atau PC terlebih dahulu agar mendapatkan verifikasi nomor pin untuk mengakses fasilitas KlikBCA, hal ini kurang mempermudah nasabah untuk menggunakan fasilitas *internet banking* KlikBCA.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* KlikBCA

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan pada penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Penelitian ini membuktikan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu bahwa keamanan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Adanya rasa aman pada nasabah membuat hubungan antara nasabah dengan bank menjadi semakin mudah sehingga dapat meningkatkan minat nasabah untuk

menggunakan *internet banking* dalam jangka waktu yang lama.

Berdasarkan analisis deskriptif yang didapatkan oleh peneliti dari 100 responden dengan mean (rata-rata) sebesar 4,54 atau berada pada interval $4,21 < a \leq 5,00$. Dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju dengan indikator pernyataan yang diberikan antara lain informasi yang disediakan layanan KlikBCA sangat akurat, nasabah merasa aman saat memberikan informasi pribadi melalui KlikBCA, penggunaan KlikBCA yang selalu aman, kemajuan teknologi mampu menambah tingkat keamanan KlikBCA, dan secara keseluruhan nasabah merasa aman dengan keamanan yang diberikan oleh layanan *internet banking* KlikBCA.

Hasil analisis yang dilakukan peneliti saat ini didukung oleh hasil analisis yang dilakukan oleh Perkinz dan Annan (2013) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positive terhadap minat penggunaan *internet banking*. Menurut Cheng (2006) mengatakan bahwa rasa aman dalam melakukan transaksi di web sering dikutip oleh pengguna sebagai faktor utama menghilangkan kekhawatiran mereka tentang menggunakan *internet* yang efektif untuk melakukan transaksi online. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan betul keamanan pada penggunaan *internet banking* KlikBCA. Keamanan juga didefinisikan sebagai suatu ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan ekonomi berupa kerusakan sumber daya data atau jaringan, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan atau penipuan, pemborosan dan penyalahgunaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* KlikBCA.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* KlikBCA.
3. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* KlikBCA.

Keterbatasan penelitian ini adalah pada teknik pengumpulan data yang melalui kuisisioner sekaligus dapat menimbulkan ambiguitas pada jawaban responden, apalagi jika responden tidak berkenan mengisi pertanyaan terbuka.

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi Bank BCA
Bank BCA sebaiknya:
 - a. Melakukan penambahan aplikasi penambahan pembayaran agar semakin mempermudah nasabah dalam menggunakan internet banking.
 - b. Meningkatkan kualitas layanan agar nasabah yakin bahwa bank BCA memang bank yang tidak hanya memberikan kualitas pada produk tetapi juga kualitas pada layanan juga.
 - c. Perlu adanya penanggulangan peningkatan pada sinyal agar karena terkadang di tempat-tempat tertentu sinyal tidak memungkinkan untuk melakukan transaksi melalui *internet banking*.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang akan datang yang memiliki obyek penelitian serupa, hendaknya lebih mengatur waktu dalam penyebaran kuisisioner dan menggunakan sistem wawancara.

DAFTAR RUJUKAN

- Bimo Walgito. 1997. Pengertian Minat Menurut Para Ahli Artikel Definisi Minat, Faktor, Macam Fungsi, Pengukuran, Proses. *Sarjanaku.com Blog Pendidikan Indonesia*, (online). (<http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>, diakses 2 November 2014)
- Cindhe Puspita Larasati. 2013 . Minat Mahasiswa Universitas Brawijaya Terhadap Internet Banking Dalam Transaksi Pembayaran SPP. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol 2 No 2. Universitas Brawijaya Malang.
- Fita Pertiwi dan Vidya Vitta. 2013. Pengaruh Resiko, Manfaat dan Kemudahan Pengguna terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Yogyakarta. *Study Kasus pada Nasabah Bank mandiri*. Vol. 11
- Freddy Rangkuti. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta.
- Haydan Farizi dan Syaefullah. 2008. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*. Volume 2 nomor 1.
- Hyun Shik Yoon and Luis Occena. 2014. Impact Of Costumer Perception on Internet Banking Use with A Smart Phone. *Economic Sciences Series*. Vol. 1 Issue 42
- Indonesia, T. B. (n.d.). Retrieved September 22, 2014, from http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2014
- Irmadhani dan Nugroho. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap Penggunaan online banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi. *Kajian Pendidikan & Akuntansi*

- Indonesia*. Vol 1, No 3. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lacramiora Radomir and Voicu Cosmin Nistor. 2013. An Application Of Technologi Acceptance model to Internet Banking. *International Conference "Marketing – from information to decision" 6th Edition 2013*.
- Nasution. 2003. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta.
- Perkins, Daniel dan Jonathan Annan. 2013. Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implication for Bank Managers. *Journal Manajem and Banking*.
- Sauca Pranidana. 2009. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank BCA untuk menggunakan klik-BCA. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP
- Sedarmayanti dan Syarifudin. 2002. *Metodologi Penelitian* . Bandung.
- Suharson, P. 2010. *Metode Penelitian Kuantitas untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta.