

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* DI YOGYAKARTA**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2011**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
MENGUNAKAN *INTERNET* BANKING DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi  
pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Hapsari  
No.Mahasiswa : 08.312.454  
Program Studi : Akuntansi

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2011**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, Desember 2011  
Penyusun,

(Hapsari)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* DI YOGYAKARTA**

**Hasil Penelitian**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Hapsari**

**No.Mahasiswa : 08.312.454**

**Program Studi : Akuntansi**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Abriyani Puspaningsih,Dra.,M.Si., Ak.)



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Di Yogyakarta**

Disusun Oleh: Hapsari  
Nomor Mahasiswa : 08 312 454

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan .....  
Pada tanggal : .....

Pembimbing Skripsi/Penguji : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak.  
Penguji : .....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

## MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum (golongan) kecuali kaum (golongan) itu sendiri yang mengubahnya.”  
(Qs. Ar-Ra’du: 11)

“Jika kamu berusaha menghitung-hitung nikmat Allah, pasti tidak akan dapat menghitungnya. Allah sungguh maha pengampun lagi maha penyayang.”  
(Q.S. An Nahl: 18)

“ Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.”  
(Mario Teguh)

“Kebanyakan orang mengatakan bahwa kecerdasanlah yang melahirkan seorang ilmuwan besar. Mereka salah, karakterlah yang melahirkannya.”  
(Albert Einstein)

“Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan.”  
(Thomas A. Edison)

“Hal-hal paling baik dan paling indah di dunia ini tidak bisa dilihat dengan mata, atau disentuh, tetapi dirasakan di hati.”  
(Helen Keller)

“Lakukanlah apapun yang kamu mau selagi itu tidak merugikan dirimu dan orang lain. Jangan hiraukan komentar buruk dari mereka, karena mereka belum tentu lebih baik dari kamu.”



## Halaman Persembahan



**Kupersembahkan goresan pemikiran ini  
Kepada :**

Bapakku Uus Sulaeman, Mamaku Erni Iriani  
kedua adikku Nadia Fatimah dan Muhammad Ghifar R.  
serta keluarga besar dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan motivasi  
dan telah membuat hari-hariku berwarna selama ini,  
Special untuk diriku, sebagai penghargaan atas hasil dari  
proses yang telah kulewati selama ini.

**KATA PENGANTAR**



Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Di Yogyakarta”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari apa yang telah disajikan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu bimbingan, saran serta pengarahan dari semua pihak sangat penulis harapkan demi tercapainya penulisan yang terbaik.

Dalam kesempatan ini, penulis tak luput menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terimakasih tersebut ditujukan kepada :

1. Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Tuhan semesta Alam yang selalu memberikan petunjuk, ridho, dan kasih sayang yang tiada terkira kepada setiap hamba-Nya, dan tidak terkecuali kepada penulis.

2. Muhammad *Shalallahu alaihi wa sallam*, shalawat dan salam semoga tetap terlantun bagi kekasih-Nya.
3. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Uus Sulaeman dan Ibunda Erni Iriani, selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga, kepercayaan, motivasi, untaian doa yang tidak pernah ada habisnya, rela berkorban baik materiil maupun imateriil sehingga penulis tetap berada pada koridor yang sesuai untuk maju dan mencapai keberhasilan. Akan selalu menjadi inspirasi terbaik bagi penulis untuk melangkah maju dan mewujudkan impian. *They are the best parents in the world.*
4. Kedua adikku tersayang Nadia Fatimah dan Muhammad Ghifar Ramdhani, yang selalu mengisi hari-hariku, saling berbagi dan memberikan motivasi. *They are the best sister and brother in the world.*
5. Ibu Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan kesabaran dan keceriaannya telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan banyak ilmu, bimbingan, nasehat, motivasi, dan semangat kepada penulis hingga selesainya tugas akhir ini. Menjadi dosen sekaligus ibu yang selalu sabar dan dapat memahami berbagai macam sifat anak-anaknya serta menuntun anak-anaknya mencapai keberhasilan.
6. Nenek Kakek dan semua saudara-saudara yang selalu memberikan nasihat dan doa, sehingga penulis bisa seperti sekarang, terima kasih.

7. Seluruh Dosen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studinya.
8. Amalia Dewi Saraswati, sahabat baik yang selalu mendukung, memberikan semangat dan motivasi, mendengarkan keluh kesah, membuat kekonyolan, mengisi hari-hari dengan canda tawa kejengkelan, dan selalu mendorong untuk selalu maju, terima kasih.
9. Para sahabat (Ade, Enggar, Ica, Marta, Adit, Anggi) sahabat baik yang bertemu di dunia kuliah ini, yang selalu bersama-sama kurang lebih 3,5 tahun, memberikan keceriaan, kebahagiaan, motivasi, dukungan, berbagi keluh kesah, suka duka, tangis haru, saran dan kritik dari awal hingga saat ini, terima kasih untuk semuanya.
10. Foni Wijayanti, sahabat baik SD, SMP sampai saat ini dan selamanya meskipun tidak satu tempat namun kita selalu bersama, sahabat yang juga memberikan dukungan penuh, motivasi, dan bertukar pikiran, terima kasih.
11. Keluarga Besar LARE, teman-teman yang telah menjadi keluarga, yang membuat hidup lebih berwarna dengan canda gurau, lelucon-lelucon bodoh yang selalu membuat tawa, saling membantu, bertukar pikiran. Terima kasih atas masukan dan nasehat yang diberikan.

12. NDB (Ambar, Lia, Nia, Leyla, Iza, Elva, Mala), sahabat-sahabat baik yang telah banyak memberikan kenangan dari masa-masa SMA hingga sekarang, selalu memberikan dukungan, motivasi, canda tawa, cerita, terima kasih.
13. Keluarga Besar EKONOMIKA, keluarga baru disinilah tempat belajar bagaimana cara beradaptasi, berkomunikasi dan berorganisasi yang baik, dan didisnilah mendapatkan ilmu gratis, menemukan keluarga baru, canda tawa, susah senang, akan selalu terkenang dan tak akan terlupakan, terima kasih.
14. Arzu Dewi, sahabat sekaligus yang selalu memberikan motivasi, dukungan, cerita-cerita konyol, bertukar pikiran, dan salah satu sosok yang memberikan inspirasi karena kemandiriannya, terima kasih.
15. Teman-teman sepermainan dan seperjuangan (Ade Raja, Anis, Aryo, Ocha, Danan, Deni, Adi, Said, Mete, Siwi, Weni, Fery, Intan ) terima kasih atas bantuannya, dukungannya, sarannya, senang mengenal kalian semua.
16. Teman-teman KKN Unit 74, yang telah memberikan kesenangan, arti sebuah kebersamaan, kekompakkan, dukungan, terima kasih teman-teman, senang sekali bisa bertemu dan mengenal kalian semua.
17. Seluruh Karyawan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
18. Seluruh responden, mahasiswa pengguna internet dan *internet banking* yang turut serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
19. Seluruh staf parkir Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, yang baik hati dan tidak sombong.



20. Seluruh karyawan Kopma Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
21. Teman-teman akuntansi yang juga sudah memberikan tahun-tahun menyenangkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia ini.
22. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan penelitian ini.

Semoga penelitian ini memberikan manfaat dan pembelajaran yang baik di kemudian hari. Dengan mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga, semoga semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan memperoleh imbalan yang setimpal dari Allah SWT, amin ya rabbal alamin.

Wassalamualakum.Wr.Wb.

Penulis,

(Hapsari)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Judul ke 2 .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Berita Acara Skripsi .....	v
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Lampiran .....	xix
Abstrak .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA .....	8
2.1 Pengertian Teknologi Informasi.....	8
2.2 Konsep Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan .....	8
2.3 Teori yang Menjelaskan Penerimaan Teknologi.....	13
2.3.1 <i>Theory of Reason Action (TRA)</i> .....	13
2.3.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	13
2.3.3 <i>Social Cognitive Theory</i> .....	13
2.3.4 <i>Task-Technology Fit Theory</i> .....	14
2.3.5 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	14
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.4.1 Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived ease of use</i> ) .....	17
2.4.2 Manfaat ( <i>Usefulness</i> ) .....	18
2.4.3 Keamanan ( <i>Security</i> ) .....	19
2.4.4 Privasi ( <i>Privacy</i> ) .....	20
2.4.5 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	21
2.4.6 Kualitas Informasi ( <i>Quality of Information</i> ) .....	23
2.5 Model Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Populasi dan Sampel.....	26
3.2 Jenis Data.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	27

3.4 Variabel Penelitian .....	27
3.4.1 Kemudahan Penggunaan.....	28
3.4.2 Manfaat .....	29
3.4.3 Keamanan .....	29
3.4.4 Privasi .....	30
3.4.5 Kepercayaan .....	30
3.4.6 Kualitas Informasi .....	31
3.4.7 Minat Menggunakan Internet Banking .....	31
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	31
3.5.1 Uji Validitas .....	32
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.6 Pengujian Hipotesis.....	33
3.7 Hipotesis Operasional.....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	37
4.2 Deskripsi Responden.....	40
4.2.1 Berdasarkan Usia.....	40
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.3 Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	42
4.2.4 Bank Yang digunakan Responden.....	43
4.3 Statistik Deskriptif .....	43

4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.4.1 Uji Validitas .....	47
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	49
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	51
4.5.1 Pengujian Hipotesa 1 .....	53
4.5.2 Pengujian Hipotesa 2.....	54
4.5.3 Pengujian Hipotesa 3.....	55
4.5.4 Pengujian Hipotesa 4.....	56
4.5.5 Pengujian Hipotesa 5.....	57
4.5.6 Pengujian Hipotesa 6.....	58
 BAB V PENUTUP.....	 60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran.....	62
5.4 Implikasi Penelitian .....	63
 REFERENSI.....	 65
 LAMPIRAN.....	 69

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data Menggunakan Kuisisioner Langsung.....	38
Tabel 4.2 Hasil Pengumpulan Data Menggunakan Kuisisioner On-line.....	39
Tabel 4.3 Hasil Pengumpulan Data Secara Keseluruhan.....	39
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	42
Tabel 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Bank Yang digunakan.....	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrument Pertanyaan.....	47
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
Tabel 4.11 Nilai Probabilitas.....	51
Tabel 4.12 Parameter Koefisien Jalur.....	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	16
Gambar 2.2 Model Hasil Penelitian.....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	70
Lampiran 2 Data Kuisisioner.....	75
Lampiran 3 Hasil Pengumpulan Data.....	102
Lampiran 4 Klasifikasi Responden.....	102
Lampiran 5 Hasil Statistik Deskriptif.....	104
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	104
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	115





## ABSTRAK

*Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta” yang bertujuan untuk menguji apakah faktor kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, privasi, kepercayaan, dan kualitas informasi dapat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai dasar penelitian dan fokus pada variabel internal model TAM yang dipakai untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan akan sistem informasi selain itu juga didukung oleh teori lainnya.*

*Penelitian ini mengambil sampel para nasabah yang pernah menggunakan internet banking. Sampel diambil dengan menggunakan teknik sampling aksidental, dari seluruh kuisioer yang tersebar sejumlah 175 dapat kembali dan diolah sebanyak 140 sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20.0.*

*Dari enam hipotesis yang diujikan pada peneitian ini, semua hipotesis terbukti. Hipotesis ini terbukti dan mendukung teori technology acceptance model (TAM) karena adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh manfaat dan kemudahan penggunaan sistem.*

**Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Keamanan, Privasi, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Internet Banking.**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah disajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Penyusun,  
Yogyakarta, Desember 2011



98692AAE86853390A  
50  
KEMENTERIAN RI  
KEMENTERIAN RI  
DJP  
9000

(Habsari)

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi  
dengan judul:**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* DI YOGYAKARTA**

**Hasil Penelitian**

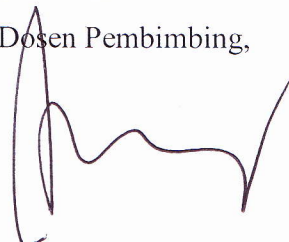
**Diajukan Oleh:**

**Nama : Hapsari**  
**No.Mahasiswa : 08.312.454**  
**Program Studi : Akuntansi**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal..... *14 Desember 2011* .....

Dosen Pembimbing,



(Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak.)



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan  
Internet Banking di Yogyakarta**

**Disusun Oleh: HAPSARI  
Nomor Mahasiswa: 08312454**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 16 Januari 2011

Penguji/Pemb. Skripsi : Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si, Ak .....

Penguji : Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA .....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global. Teknologi mengalami perubahan signifikan dari generasi ke generasi. Gelombang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat dan tidak dapat ditahan lagi. Dampak yang perlu dikaji dari kehadiran teknologi informasi dan komunikasi ini adalah terjadinya perubahan pada beberapa hal antara lain cara bekerja maupun proses bisnis.

Kemajuan teknologi yang semakin canggih di dunia saat ini membuat teknologi informasi, telekomunikasi, dan *internet* yang terus berubah mengikuti keadaan untuk menjadi yang efektif dan efisien. Internet telah menjadi satu aspek yang revolusioner dalam dunia perbankan sebagai metode interaksi industri dengan nasabah. Penggunaan pada teknologi telah membukakesempatan bagi para pembisnis, mulai dari berskala kecil sampai perusahaan yang besar, termasuk institusi *financial*. Kemampuan untuk menjalankan transaksi perbankan secara online telah membuat industri perbankan memberikan pelayanan khusus melalui portal web. Dalam rangka memperluas jaringan pelayanannya disamping membuka kator-kantor cabang di berbagai tempat, saat ini bank mulai melibatkan penggunaan teknologi informasi. Salah satu bentuk penggunaan teknologi informasi adalah *internet banking*.

*Internet banking* pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, dimana lembaga keuangan di Amerika Serikat memperkenalkan dan mempromosikan *internet banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik (Chan and Lu 2004:21). *Internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui *internet* (Tampubolon 2004). Salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing adalah *internet banking*. Semakin meningkatnya jumlah pemakai internet dari tahun ke tahun dipercaya akan mendorong penggunaan *internet banking* sebagai salah satu bentuk pelayanan bank kepada konsumen akan semakin menguntungkan. *Internet banking* merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia dan telah menunjukkan sebagai “jasa *non-stop* dan unit informasi yang menjanjikan kemudahan dan manfaat besar bagi konsumen dan bank”.

Berbagai teori perilaku (*behavioral theory*) banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna akhir (*end user*), diantaranya adalah *Theory of Reason Action*, *Theory of Planned Behavior*, *Task Technology Fit Theory*, dan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi, termasuk *internet banking*. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1986) yang

mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*Perceived Ease of Use*).

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Bagi pihak bank, *internet banking* memberikan beberapa keuntungan. Dahulu sebuah bank harus memiliki beberapa kantor cabang untuk beroperasi di berbagai tempat. Usaha ini memerlukan biaya yang tidak kecil. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM sehingga dengan adanya mesin ATM tersebut dapat hadir di berbagai tempat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, muncul teknologi *internet banking* yang dengan menggunakan teknologi tersebut mulai menghilangkan batas fisik, batas ruang dan waktu. Layanan perbankan dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan dari seluruh dunia. *Internet banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.

Bagi nasabah bank, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. *Internet banking* memberikan keuntungan yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi

perbankan karena dengan menggunakan *internet banking* transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tidak terbatas ruang dan waktu), aman dan lebih cepat bila dibandingkan mengantri di Bank ataupun di mesin ATM. Meskipun berbagai keuntungan ditawarkan melalui *internet banking*, namun sistem ini kurang diminati dan sangat jarang digunakan oleh nasabah yang memiliki fasilitas untuk mengakses *internet banking*. Sebagian besar nasabah tersebut lebih memilih mengantri di bank atau menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi perbankan padahal mereka dimungkinkan untuk menggunakan *internet banking*. Tetapi *internet banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan menggunakan *internet banking*. Masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *internet banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. Dengan adanya masalah keamanan (*security*) tersebut mendorong untuk diadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dari perspektif personal konsumen atau nasabah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Aditya Bondan W. (2009) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Dipengaruhi Minat Nasabah dalam Penggunaan Internet Banking di Magelang”, penelitian tersebut meneliti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan dan privasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking, dan semua variabel hasilnya mempengaruhi seseorang untuk menggunakan internet banking. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada



lokasi penelitian, tahun penelitian dan penambahan variabel. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta pada tahun 2011 dan menambah dua variabel yaitu kepercayaan dan kualitas informasi.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking di Yogyakarta. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan kepada nasabah nyaman dengan fasilitas yang telah diberikan oleh bank yaitu internet banking dan untuk yang belum menggunakan diharapkan nasabah mau menggunakan internet banking.

Berdasarkan uraian di atas, judul yang diambil dalam penelitian ini adalah:  
**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI YOGYAKARTA”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?
2. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?

4. Apakah privasi berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?
6. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan internet banking?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat untuk menggunakan internet banking.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh manfaat terhadap minat untuk menggunakan internet banking.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh keamanan terhadap minat untuk menggunakan internet banking.
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh privasi terhadap minat untuk menggunakan internet banking.
5. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepercayaan terhadap minat untuk menggunakan internet banking.
6. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kualitas informasi terhadap minat untuk menggunakan internet banking.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan dan privasi, kepercayaan (*trust*), dan kualitas informasi terhadap minat untuk menggunakan internet banking. Dalam bidang pemasaran, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah *hasanah* teori mengenai dimensi kualitas jasa *online (e-service quality)*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai minat untuk menggunakan *internet banking*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna mempertahankan keunggulan kompetitif dan mengembangkan inovasi baru dari sistem internet banking di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah bank dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas internet banking.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

#### **2.1 Pengertian Teknologi Informasi**

Teknologi informasi adalah hardware, software, telekomunikasi, manajemen database, dan teknologi pemrosesan informasi lainnya yang digunakan dalam sistem informasi berbasis komputer (O'Brien, 2003). Sedangkan Wardiana (2002) mendefinisikan teknologi informasi sebagai suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global. Pendapat yang lain tentang teknologi informasi dikemukakan oleh William dan Sawyer dalam Narastuti (2005) adalah teknologi yang menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.

#### **2.2 Konsep Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan**

Penggunaan teknologi informasi untuk kepentingan bisnis, terutama untuk peningkatan kualitas layanan dan memberikan keuntungan atau jasa yang

ditawarkan telah meluas termasuk di dalamnya di lingkungan perbankan. Kehadiran sistem online yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada di mana saja (Narastuti, 2005). Pada perkembangan selanjutnya, sistem seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan proses desintermediasi dalam konteks “debirokratisasi” sistem dan prosedur serta pendelegasian karyawan akan membantu pelayanan yang tepat dan cepat yang selama ini sering dikeluhkan oleh nasabah (Indrajit, 1999). Dengan kata lain, ATM memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa harus tergantung oleh jam kerja bank. Ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang di bank ATM lain.

Pada tahap selanjutnya, pihak bank juga mengembangkan layanan dengan telepon, yang memerkenankan nasabah memeriksa saldo tabungan dan berinteraksi dengan mesin yang siap melayani setiap waktu selama 24 jam (Narastuti, 2005). Tentu saja langkah bank tak berhenti sampai disini, dengan semakin banyaknya orang yang mengakses internet, nasabah mulai dimanjakan dengan kemudahan untuk melakukan transaksi, misalnya melakukan transfer uang, memeriksa saldo tabungan, membayar tagihan kartu kredit, dll. Internet banking mulai muncul sebagai salah satu layanan dari bank. Layanan ini mulai menjadi tuntutan dari sebagian nasabah bank.

Di Indonesia, internet banking telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank besar baik BUMN atau

swasta Indonesia yang menyediakan layanan tersebut antara lain BCA, Bank Mandiri, BII, Lippo Bank, Permata Bank, BNI, BRI, dan sebagainya.

Menurut surat edaran Bank Indonesia, internet banking dapat berupa *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking*, dan *Transactional Internet Banking*. *Informational Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*). *Communicative Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Transactional Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi dan transaksi.

Dari beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa, internet banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan.

Layanan internet banking diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada nasabah. Kemudahan-kemudahan yang didapat dari layanan internet banking antara lain, dapat digunakan untuk (Suryani et al., 2005) :

1. Membayar tagihan telepon atau membayar angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apa pun setiap bulan atau asuransi jiwa dan asuransi mobil.
2. Melaksanakan transfer ke bank lain.
3. Membayar tagihan telepon seluler.
4. Melayani pengisian voucher isi ulang, begitu pula kalau mau isi ulang berkala.

### ***Keuntungan internet banking***

Selain memberikan keuntungan bagi nasabah, internet banking juga memberikan beberapa keuntungan bagi pihak bank. Berikut ini dijelaskan beberapa keuntungan internet banking bagi nasabah dan bank.

- a) Bagi Nasabah (Suryani et al., 2005) :
  1. Dapat mengakses kapan saja (7 x 24 jam).
  2. Dapat mengakses dimana saja selama ada akses internet, walau sedang berpergian.
  3. Menghemat waktu, tidak perlu macet di perjalanan dan antre.
  4. Bisa membayar tagihan tepat waktu.
  5. Dapat me-manage bank account sendiri dari meja sendiri, tidak perlu menyuruh orang lain.
  6. Dari segi *physical security* lebih aman.
  7. Transaksi di internet, kalau dikelola dengan baik akan sangat aman.

b) Bagi Bank :

1. *Business expansion*. Dahulu sebuah bank harus memiliki sebuah kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM sehingga dia dapat hadir di tempat tersebut. Kemudian ada phone banking yang mulai menghilangkan batas fisik dimana nasabah dapat menggunakan telepon untuk melakukan aktivitas perbankannya. Sekarang ada internet banking yang lebih mempermudah lagi karena menghilangkan batas ruang dan waktu.
2. *Customer loyalty*. Khususnya nasabah yang sering bergerak (mobile), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat. Nasabah dapat menggunakan satu bank saja.
3. *Revenue and cost improvement*. Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui Internet Banking dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang atau membuat mesin ATM.
4. *Competitive advantage*. Bank yang memiliki internet banking akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki internet banking. Dalam waktu dekat, orang tidak ingin membuka account di bank yang tidak memiliki fasilitas Internet Banking
5. *New business model*. Internet Banking memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.



## **2.3 Teori yang Menjelaskan Penerimaan Teknologi**

### **2.3.1 *Theory of Reason Action (TRA)***

Kings dan Gribbins (2002) menyebutkan bahwa pada akhir tahun 1960-an dan awal tahun 1970-an, Fishbein and Ajzen telah mulai mengembangkan suatu teori yang membantu para peneliti untuk memahami dan memprediksi sikap dan perilaku individu. TRA telah berhasil memprediksi dan menjelaskan perilaku pada berbagai wilayah kajian. Teori tersebut paling sering digunakan sebagai model teoritis dalam sistem informasi. (Davis, Bagozzi, dan Warshaw, 1989) menyatakan bahwa kinerja seseorang mengenai perilaku tertentu ditentukan oleh tujuan untuk menjalankan perilaku, dan tujuan tersebut ditentukan oleh sikap.

### **2.3.2 *Theory of Planned Behavior (TPB)***

TPB merupakan perluasan dari TRA, yaitu dengan penambahan variable perceived behavioral control-selain perilaku, untuk menerangkan situasi dimana individu tidak memiliki pengendalian terhadap perilaku yang diinginkannya (Ajzen, 1991) di dalam Chau dan Hu (2001). Menurut King (2003), penelitian mengenai adopsi teknologi sudah menggunakan TRA dan TPB sebagai model teoritisnya, tetapi TRA lebih umum digunakan. Chau dan Hu (2001) menggabungkan TPB dengan TAM. Variabel pengendaliannya diukur kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya yang dimiliki.

### **2.3.3 *Social Cognitive Theory***

Compeau dan Higgins (1999) dalam Hermana (2005) sudah menggunakan model yang didasarkan pada teori kognitif yang dikembangkan oleh Bandura untuk menguji pengaruh computer *self-efficacy*, ekspektasi hasil, minat atau perhatian,

serta kecemasan terhadap penggunaan computer. Dalam teori ini *self-efficacy* merupakan antecedent terhadap penggunaan teknologi. Tanggapan emosional seperti perhatian dan kecermatan dipengaruhi oleh *self-efficacy*.

#### **2.3.4 Task-Technology Fit Theory**

Inti dari model ini adalah konstruk yang disebut kecocokan tugas dengan teknologi atau *Task-Technology Fit* (TTF), yaitu kesesuaian antara kemampuan teknologi dengan tuntutan pekerjaan, atau kemampuan teknologi untuk mendukung pekerjaan (Goodhue and Thompson, 1995) di dalam Dishaw, Strong, dan Bandy (2002). Beberapa penelitian yang menggunakan teori tersebut, sebagai pembanding atau dikombinasikan dengan TAM, diantaranya adalah Thompson, Higgins, dan Howell (1991) dengan model utilisasi personnel computer (PC), serta Venkantesh dan Davis (2000) dan Klopping dan McKinney (2004) dalam Yunanda (2008) yang menggunakan variable kesesuaian tersebut sebagai variabel eksternal terhadap TAM.

#### **2.3.5 Technology Acceptance Model (TAM)**

Diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. Model TAM sebenarnya diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishbe dan Ajzon (1975), dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku. Tujuan perilaku ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut (Sarana, 2000 dalam Aditya, 2009). Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis menjelaskan perilaku

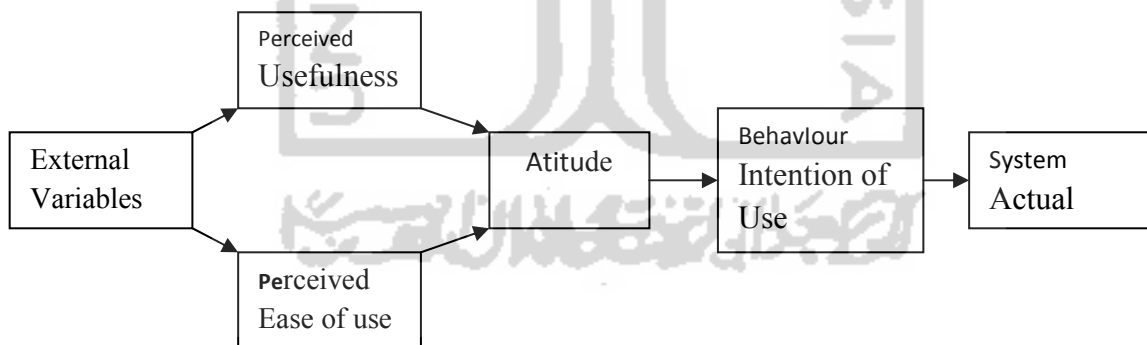
penggunaan computer, yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*trust*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Model TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya TI oleh si pengguna (*user*). Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Secara empiris model ini telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna PC, dimana banyak pengguna PC dapat dengan mudah menerima TI karena sesuai dengan apa yang diinginkannya (Iqbaria, et.al, 1977).

Kedua variabel model TAM yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) dapat menjelaskan aspek berperilaku. Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan TI. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang sudah teruji secara empiris (Chau, 1996; davis, 1989; dalam jantan, 2001). Model TAM yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) juga mendapat perluasan dari para peneliti seperti Iqbaria (1994;1997); Ferguson (1991) dan Chin and Todd (1995/. Chin and Todd (1995) membagi dua faktor pada variabel kemanfaatan yaitu; (1) kemanfaatan dan (2)

efektifitas dengan masing-masing dimensinya sendiri. Ferguson (1991) menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat indikasi variabel hasil kerja dipengaruhi oleh penggunaan computer mikro dan sikap pengguna computer tersebut dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of user*).

Berdasarkan hal di atas penggunaan perluasan TAM sebagai suatu kerangka kerja teoritis diadopsi untuk menguji efek dari variabel eksternal pada minat untuk menggunakan internet banking. Disamping TAM telah menjadi model yang telah dipercaya dan banyak digunakan alasan lain untuk mengadopsi model ini karena TAM lebih sederhana dan internet banking adalah suatu sistem informasi dan suatu aplikasi yang digunakan oleh banyak pengguna internet.

**GAMBAR 2.1 Model TAM (*Technology Acceptance Model*)**



## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

Seperti diuraikan pada bagian sebelumnya, penelitian ini memodifikasi dan mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM).

### **2.4.1 Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)**

*Perceived ease of use* didefinisikan Davis et al., (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria, 2000). Sedangkan menurut Davis (1989) pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang

untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Dengan demikian, bila jasa pelayanan internet banking dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah, jasa pelayanan tersebut juga akan dipersepsikan bermanfaat bagi para nasabah juga akan mendorong mereka mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan :

*H1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

#### **2.4.2 Manfaat (Usefulness)**

Davis (1986, 1989) dan Adam et al (1992) mendefinisikan kemanfaatan (usefulness) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas aplikasi yang dijalankan. Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proporsi pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan teknologi berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan teknologi berlangsung dalam situasi sukarela.

Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi : menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefull*), menambah produktifitas (*increase productivity*).
2. Efektifitas meliputi dimensi : mempertinggi efektifitas (*enchance my effectiveness*), mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job perfomance*).

Dengan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan internet banking dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam internet banking merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Tingkat kemanfaatan internet banking mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan:

*H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

#### **2.4.3 Keamanan (*Security*)**

*Security* (keamanan) diartikan sebagai perlindungan informasi atau sistem dari gangguan atau aliran yang tidak diperkenankan (Kassim et al., 2006). Sedangkan Udo (2001) mendefinisikan *security* sebagai perlindungan data terhadap penyingkapan secara tidak disengaja maupun yang disengaja oleh pihak yang tidak berwenang, atau modifikasi-modifikasi yang tidak diotorisasi dalam bentuk-bentuk pengrusakan lainnya. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *security* dalam konteks internet banking sebagai kemampuan

nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet dari gangguan pihak-pihak yang tidak berwenang.

Keamanan dalam bertransaksi menjadi perhatian utama bagi semua pihak (Benamati dan Serva, 2007). Menurut Amin (2007) security adalah jantung dari sebuah sistem, tanpa keamanan yang baik mungkin internet banking terlihat sebagai ancaman bagi nasabah ketimbang telah sebagai saluran alternatif perbankan. Menurut Jones dan Vijayasarathy (1998), konsumen percaya bahwa saluran pembayaran di *internet* tidak aman. Hal ini mengurangi kepercayaan konsumen, sehingga mereka malas melakukan transaksi *online Banking* (Mukherjee dan Nath, 2003). Jika masalah keamanan tidak diatasi, maka kepercayaan masyarakat akan amannya transaksi *internet banking* menjadi luntur dan menyebabkan layanan ini dihindari (Rahardjo, 2002). Dengan adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi melalui *internet banking* akan memberikan rasa aman bagi nasabah dalam bertransaksi menggunakan *internet banking*. Rasa aman ini mendorong timbulnya kepercayaan pengguna terhadap *internet banking*. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan :

*H3 :Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

#### **2.4.4 Privasi (*Privacy*)**

Menurut Martin (1973) dalam Fock dan Koh (2006) privacy adalah hak-hak individu dan organisasi untuk menentukan bagi mereka sendiri kapan, bagaimana, dan untuk apa lingkup informal tentang mereka disampaikan kepada



pihak lain. Dalam konteks internet, banking privacy didefinisikan sebagai persepsi nasabah tentang kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap penggunaan atau pengumuman yang tidak berwenang (Mukherjee dan Nath, 2003). Privacy merujuk kepada perlindungan terhadap berbagai macam tipe data yang dikumpulkan selama interaksi pengguna (user) dengan sistem internet banking yang mungkin juga berpengaruh terhadap penggunaan sistem (Kassim et al., 2006). Singkatnya privacy adalah kerahasiaan data pribadi pengguna internet banking (Maharsi dan Fenny, 2006).

Pada keseluruhan jaminan keamanan dan privasi individu mengenai kepercayaan pribadi bahwa seorang pengguna memiliki sistem untuk menyimpulkan suatu transaksi terjamin dan untuk menjaga privasi informasi pribadi. Dengan adanya jaminan privasi yang dilakukan oleh pihak-pihak bank maka akan timbul rasa percaya yang dapat menarik nasabah atau pengguna dalam minat menggunakan internet banking. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan:

*H4 : Privasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internetbanking*

#### **2.4.5 Kepercayaan (Trust)**

Kepercayaan (*trust*) adalah gagasan katalisator yang penting dalam banyak hubungan transaksional (Kassim et al., 2006). *Trust* merupakan suatu harapan bahwa pihak yang telah dipercaya tidak akan berlaku curang dengan mengambil keuntungan pribadi dalam situasi tertentu (Gefen et al., 2003). *Trust* telah

digambarkan dalam berbagai cara di berbagai literature. Menurut Morgan dan Hunt (1994), *trust* hadir saat satu pihak mempunyai keyakinan diri kepada reliabilitas dan integritas dari partner. Mayer et al., (1995) yang dikutip oleh Kim dan Prabhakar (2004) mengartikan *trust* sebagai kemauan suatu pihak untuk menjadi rentan terhadap tindakan dari pihak lain yang didasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan menunjukkan tindakan penting tertentu kepada si pemberi kepercayaan, tanpa tergantung dengan kemampuan untuk mengawasi dan mengontrol pihak lain tersebut. Dalam penelitian selanjutnya Mayer et al. (2007) mendefinisikan *trust* sebagai kemauan untuk mengambil risiko (yaitu menjadi rentan) dalam sebuah hubungan.

Seiring maraknya kejahatan internet—seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking* dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan (*security*) dan kerahasiaan (*privacy*) akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan SI itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Menurut Gerrad dan Cunningham (2003), pihak nasabah meragukan aspek *trustability* pada kebijakan keamanan dan kerahasiaan (*security and privacy policy*) bank. Kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan nasabah untuk terlibat dalam transaksi finansial secara online dan

pemberian informasi yang bersifat rahasia (seperti kerahasiaan *user id* dan password, akun pribadi, dll).

Dalam hal penggunaan *internet banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari *internet banking*. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan SI dari *internet banking*. Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan :

*H5 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

#### **2.4.6 Kualitas Informasi (*Quality of Information*)**

Quality of Information adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka (Shergill dan Li, 2005). Menurut (Maharsi dan Fenny, 2006) kualitas informasi adalah kemampuan *internet banking* untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan. Saat ini mahalnnya nilai informasi disebabkan harus cepatnya informasi tersebut didapat, sehingga diperlukan teknologi mutakhir untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkannya.

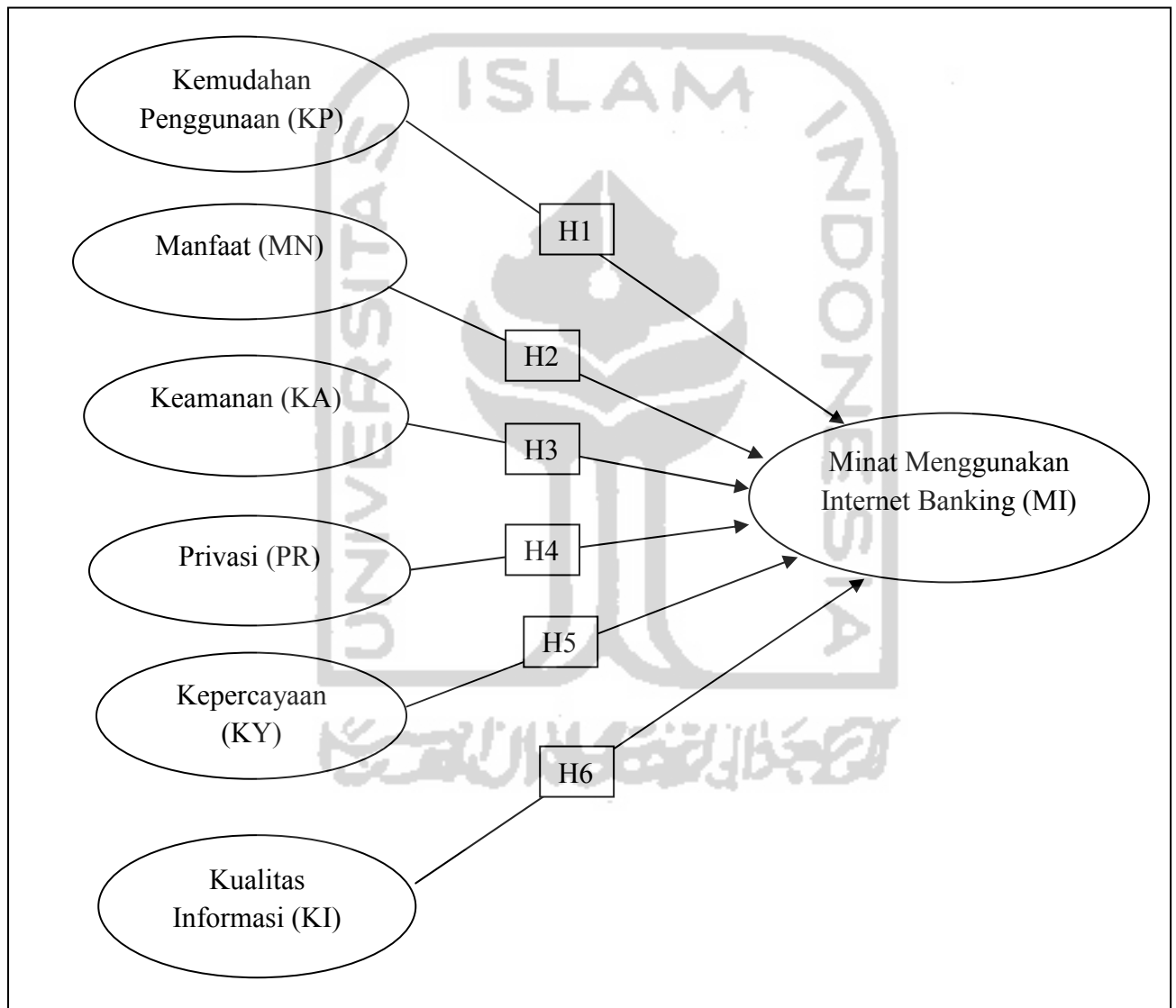
Dengan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kualitas informasi dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Kualitas informasi dalam *internet banking* merupakan harapan para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Industri *internet banking* juga harus terbuka dan menyediakan informasi yang berkualitas tinggi untuk nasabahnya. Dengan demikian, bila jasa pelayanan internet banking dipersepsikan memiliki kualitas informasi, maka akan mendorong mereka untuk mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang diujikan:

*H6 : Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

## 2.5 Model Penelitian

Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :

**GAMBAR 2.2 Model Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Sekaran, 2009). Berdasarkan definisi tersebut, maka target populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah pengguna internet banking pada bank-bank yang mengaplikasikan internet banking di Yogyakarta. Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih efektif, maka penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebagai unit analisis. Oleh karenanya sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sebelumnya pernah dan selalu menggunakan internet banking pada bank-bank yang sudah mengaplikasikan internet banking. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Metode sampling aksidental merupakan metode pemilihan sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti.

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara. Data yang diambil tersebut dilakukan melalui kuisisioner yang merupakan penggabungan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuisisioner. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi, 2005). Kuisisioner yang telah diisi oleh responden tersebut akan diseleksi terlebih dahulu agar kuisisioner yang tidak lengkap tidak diikuti sertakan dalam analisis penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua cara penyebaran kuisisioner, yaitu dengan memberikan secara langsung kepada responden dan mengirimkan melalui *internet* dengan link <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dG4tdDktWGISdWdsUHVNcnVKX3pXRVE6MQ>. Peneliti menggunakan kuisisioner dalam metode pengumpulan data karena dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden maka peneliti akan memperoleh informasi dari obyek penelitian yaitu para nasabah yang menggunakan atau nasabah yang mau menggunakan fasilitas *internet banking* di Yogyakarta. Kuisisioner dapat dilihat pada lampiran 1.

### 3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai variasi dalam nilai (variabel laten), oleh karena itu variabel-variabel yang akan diukur melalui dimensi dan indikator-indikator yang relevan (Supardi, 2005). Variabel yang diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel dependen terdiri dari: minat menggunakan internet banking
2. Variabel independen yang terdiri dari kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, privasi, kepercayaan, dan kualitas informasi.

Variabel-variabel tersebut didapatkan dari beberapa penelitian yang dilakukan di berbagai daerah. Meskipun demikian, item-item pertanyaan untuk masing-masing variabel sudah terbukti kehandalan dan validitasnya. Setiap item pertanyaan dalam penelitian ini akan diukur dengan skala 1-6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

#### **3.4.1 Kemudahan Penggunaan**

*Perceived ease of use* didefinisikan Davis et al., (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Sedangkan menurut Davis (1989) pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Variabel ini diukur dengan tujuh item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Bondan, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan tinggi.



### **3.4.2 Manfaat**

Davis (1986, 1989) dan Adam et al (1992) mendefinisikan kemanfaatan (usefulness) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Variabel ini diukur dengan tiga item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Bondan, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat manfaat rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat manfaat tinggi.

### **3.4.3 Keamanan (*Security*)**

*Security* (keamanan) diartikan sebagai perlindungan informasi atau sistem dari gangguan atau aliran yang tidak diperkenankan (Kassim et al., 2006). Sedangkan Udo (2001) mendefinisikan security sebagai perlindungan data terhadap penyingkapan secara tidak disengaja maupun yang disengaja oleh pihak yang tidak berwenang, atau modifikasi-modifikasi yang tidak diotorisasi dalam bentuk-bentuk pengrusakan lainnya. Variabel ini diukur dengan tiga item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Bondan, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat keamanan rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat keamanan tinggi.

#### **3.4.4 Privasi**

Menurut Martin (1973) dalam Fock dan Koh (2006) privacy adalah hak-hak individu dan organisasi untuk menentukan bagi mereka sendiri kapan, bagaimana, dan untuk apa lingkup informal tentang mereka disampaikan kepada pihak lain. Variabel ini diukur dengan tiga item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Bondan, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat privasi rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat privasi tinggi.

#### **3.4.5 Kepercayaan**

Kepercayaan (*trust*) adalah gagasan katalisator yang penting dalam banyak hubungan transaksional (Kassim et al., 2006). *Trust* merupakan suatu harapan bahwa pihak yang telah dipercaya tidak akan berlaku curang dengan mengambil keuntungan pribadi dalam situasi tertentu (Gefen et al., 2003). Mayer et al., (1995) yang dikutip oleh Kim dan Prabhakar (2004) mengartikan *trust* sebagai kemauan suatu pihak untuk menjadi rentan terhadap tindakan dari pihak lain yang didasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan menunjukkan tindakan penting tertentu kepada si pemberi kepercayaan, tanpa tergantung dengan kemampuan untuk mengawasi dan mengontrol pihak lain tersebut. Variabel ini diukur dengan enam item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Fuad Muhammad, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat kepercayaan rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat kepercayaan tinggi.

### **3.4.6 Kualitas Informasi**

*Quality of Information* adalah kemampuan internet banking untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan (Maharsi dan Fenny, 2006). Variabel ini diukur dengan tiga item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Fuad Muhammad, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat kualitas informasi rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat kualitas informasi tinggi.

### **3.4.7 Minat Menggunakan Internet Banking**

Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif pengguna (user) dapat dijadikan indikator keberhasilan sistem tersebut. Begitu pula dengan penggunaan internet banking yang dilakukan oleh suatu bank. Respon nasabah sebagai pengguna akhir (end user) merupakan indikator berjalan tidaknya sistem tersebut. Variabel ini diukur dengan tiga item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Bondan, (2009). Pengukuran variabel menggunakan skala interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat minat menggunakan internet banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat minat menggunakan internet banking tinggi.

## **3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data**

Sebelum data diolah dan dianalisis, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian terhadap kualitas data untuk mengetahui kesungguhan para responden

dalam menjawab pertanyaan, yakni uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

### 3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur (Supardi, 2005). (Suharsimin, 1998) berpendapat bahwa sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pada Uji validitas, menunjukkan seluruh butir pertanyaan adalah valid dengan koefisien validitas diatas nilai r-tabel 5% dengan tingkat signifikansi  $<5\%$  ( $p < 0,05$ ).

Uji validitas dilakukan terhadap seluruh pernyataan yang ada dalam setiap variabel, yaitu untuk mengetahui tingkat kevalidan (kesahan) setiap pernyataan terhadap variabel penelitian. Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan pendekatan *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) versi 17.0.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Supardi, 2005). Dalam setiap penelitian, sering terjadi adanya kesalahan pengukuran yang cukup besar. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila

dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Setelah data dikumpulkan, penilaian struktur-strukturnya menggunakan Cronbach's Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Teknik ini dipilih karena merupakan teknik pengujian konsistensi reabilitas antar item yang paling populer dan menunjukkan indeks konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna. Instrument yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik (Sekaran, 1992).

### **3.6 Pengujian Hipotesis**

Berikut ini persamaan-persamaan yang merefleksikan pengujian hipotesis yang ditunjukkan untuk menguji hubungan minat penggunaan internet banking dengan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, privasi, kepercayaan, dan kualitas informasi. Model penelitian ini memprediksi bahwa variable independen memiliki pengaruh pada variable dependen, hal ini dijelaskan pada model analisis regresi berikut ini :

$$MI = \beta_0 + \beta_1 KP + \beta_2 MN + \beta_3 KA + \beta_4 PR + \beta_5 KY + \beta_6 KI + \varepsilon \dots (3.1)$$

MI = Minat menggunakan internet banking

KP = Kemudahan penggunaan

- MN = Manfaat  
KA = Keamanan  
PR = Privasi  
KY = Kepercayaan  
KI = Kualitas informasi

Semua hipotesis penelitian dilakukan uji satu sisi sebelah kanan, karena semua hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 5\%$ . Apabila Standardized Koefisien parameter bernilai positif, maka terdapat hubungan positif dan jika nilai probabilitas kurang dari  $\alpha = 5\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti berpengaruh secara signifikan).

### **3.7 Hipotesis Operasional**

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta mengacu pada hipotesis teori, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan Hipotesis Nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_A$ ) yang kemudian akan dilakukan pengujian atas Hipotesis Nol ( $H_0$ ) tersebut untuk membuktikan apakah Hipotesis Nol ( $H_0$ ) tersebut ditolak atau gagal ditolak. Hipotesis tersebut dapat dinotasikan sebagai berikut :

*H1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

H01 : Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_1 \leq 0$ ).

HA1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_1 > 0$ ).

*H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

H02 : Manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_2 \leq 0$ )

HA2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_2 > 0$ )

*H3 : Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

H03 :Keamanan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_3 \leq 0$ ).

HA3 : Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_3 > 0$ ).

*H4 : Privasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

H04 :Privasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_3 \leq 0$ ).

HA4: Privasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_3 > 0$ ).

*H5 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

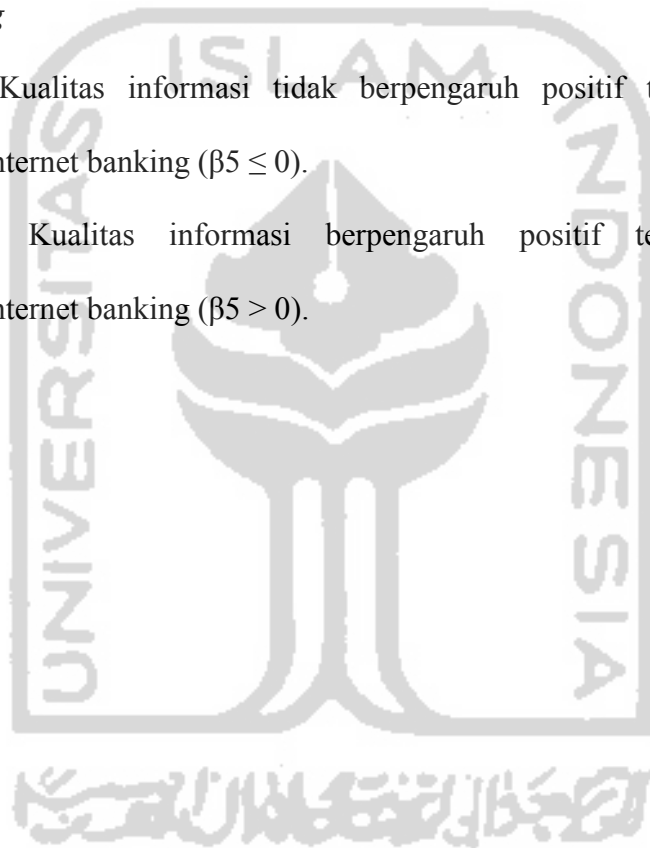
H05 :Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_4 \leq 0$ ).

HA5 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_4 > 0$ ).

*H6 : Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

H06 : Kualitas informasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_5 \leq 0$ ).

HA6 : Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking ( $\beta_5 > 0$ ).





## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisis data dan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking di Yogyakarta. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan pada bab dua. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang digunakan untuk menggunakan apakah hipotesis ditolak atau gagal ditolak.

Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu : Bagian Pertama, hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang siap dianalisis. Kedua, deskripsi responden yang menjadi target penelitian, berdasarkan usia dan jenis kelamin. Ketiga, statistik deskriptif variabel penelitian. Keempat, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan reliabilitas. Kelima, pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, dengan menggunakan kuisioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua cara penyebaran kuisioner, yaitu dengan memberikan secara langsung kepada responden dan mengirimkan melalui internet kepada responden untuk mengunjungi situs dan menjawab kuisioner yang ada pada halaman situs tersebut. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara

*sampling aksidental*. Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah para nasabah yang belum, mau dan sudah menggunakan *internet banking*. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

**Hasil Pengumpulan Data Menggunakan Kuisisioner Langsung**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuisisioner yang disebar	100
Kuisisioner yang tidak kembali	13
Kuisisioner yang kembali	87
Kuisisioner yang pengisiannya tidak lengkap	5
Kuisisioner yang memenuhi syarat	82

Jumlah kuisisioner yang disebar ke responden secara langsung sebanyak 100. Dari 100 kuisisioner yang disebar tersebut, 87 kuisisioner diantaranya telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti, sedangkan sebanyak 13 kuisisioner tidak dikembalikan pada peneliti. Dari 87 kuisisioner yang kembali, pengisiannya yang tidak lengkap sebanyak 5 kuisisioner sehingga kuisisioner yang disebar ke responden secara langsung yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 82 kuisisioner.

**Tabel 4.2**

**Hasil Pengumpulan Data Menggunakan Kuisiener On-line**

Keterangan	Jumlah
Kuisiener yang dikirim	75
Kuisiener yang tidak kembali	7
Kuisiener yang kembali	68
Kuisiener yang pengisiannya tidak lengkap	10
Kuisiener yang memenuhi syarat	58

Jumlah kuisiener yang dikirim melalui internet sebanyak 75 dan kuisiener yang tidak kembali berjumlah 7. Kuisiener yang kembali sebanyak 68 kuisiener dan 10 kuisiener tidak lengkap, sehingga tidak dapat digunakan untuk analisis data, sehingga hanya 58 kuisiener on-line yang memenuhi syarat penelitian ini.

**Tabel 4.3**

**Hasil Pengumpulan Data Secara Keseluruhan**

Keterangan	Jumlah	%
Kuisiener langsung yang memenuhi syarat	82	58,57%
Kuisiener on-line yang memenuhi syarat	58	41,43%
Total kuisiener yang memenuhi syarat	140	100%

Berdasarkan data di atas maka kuisisioner yang disebarakan ke responden secara langsung yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 82 (58,57%) kuisisioner. Sebanyak 58 (41,43%) kuisisioner yang disebarakan ke responden melalui internet yang memenuhi syarat penelitian ini, sehingga jumlah kuisisioner secara keseluruhan yang dapat dianalisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 (100%) kuisisioner.

## 4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan terakhir dan bank yang digunakan responden.

### 4.2.1 Berdasarkan Usia

Data klasifikasi responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.4**

#### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

USIA	Jumlah	%
<20	4	2,86%
21-25	32	22,86%
26-30	54	38,57%
31-35	19	13,57%

36-40	17	12,14%
>40	14	10%
TOTAL	140	100%

Dari tabel 4.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi internet banking paling banyak adalah interval usia 26 tahun sampai 30 tahun yaitu sebanyak 54 responden atau 38,57%.

#### 4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri atas 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Data klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.5**

#### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	Jumlah	%
LAKI-LAKI	87	62.14%
PEREMPUAN	53	37.86%
TOTAL	140	100%

Dari tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna internet banking mayoritas adalah laki-laki yaitu 87 responden atau 62,14%.

### 4.2.3 Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Berdasarkan pendidikan terakhir responden terdiri atas 5 kategori, yaitu SLTA atau lebih rendah, Diploma (D3), Strata (S-1), Strata2 (S-2) dan Strata3 (S-3). Data klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.6**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

PENDIDIKAN	Jumlah	%
SLTA/Lebih Rendah	19	13,57%
Diploma (D3)	36	25,71%
Strata 1 (S1)	76	54,29%
Strata 2 (S2)	9	6,43%
Strata 3 (S3)	-	-
TOTAL	140	100%

Dari tabel 4.6 diatas, dapat disimpulkan bahwa pengguna internetbanking kebanyakan berlatar belakang pendidikan Strata 1 (S1) dengan jumlah responden 76 responden atau 54,29%.

#### 4.2.4 Bank Yang digunakan Responden

Berdasarkan bank-bank yang digunakan responden, terdiri atas 5 bank, yaitu Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BCA, Bank BRI, dan Bank CIMB Niaga. Data klasifikasi responden berdasarkan bank yang digunakan dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.7**

#### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Bank yang digunakan**

NAMA BANK	Jumlah	%
MANDIRI	57	40,71
BNI	31	22,14
BCA	23	16,43
BRI	19	13,57
CIMB NIAGA	10	7,14
TOTAL	140	100%

Dari tabel 4.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna internet banking mayoritas adalah pengguna bank MANDIRI yaitu 57 responden atau 40,71%

#### 4.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 17.0. Statistik deskriptif digunakan untuk peringkasan data dan penyajian hasil peringkasan data tersebut. Adapun manfaat dari statistik deskriptif adalah untuk

menyajikan data dan untuk meringkas dan menjelaskan data. Untuk mengukur gejala pusat dan variasi kelompok serta varians data dapat digunakan *mean*, *median*, *mode*, *variance*, dan *standar deviation*.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan skala 1-6. Adapun tata cara penskoran dalam kuisisioner adalah sebagai berikut :



Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Adapun nilai range dalam penilaian kuisisioner adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	0 – 1.17
Tidak Setuju	1.18 – 2.35
Agak Tidak Setuju	2.36 – 3.52
Agak Setuju	3.53 – 4.70
Setuju	4.71 – 5.88



Sangat Setuju

> 5.88

**Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

No.	Variabel	Jumlah Data yang diolah	Skala Likert	Kisaran Observasi min - max	Rata- rata / Means	Standar Deviasi
1.	Kemudahan Penggunaan	140	1-6	1.71-6,00	4,5142	0,87749
2.	Manfaat	140	1-6	2-6	4,78840	0,88811
3.	Keamanan	140	1-6	1.67-6,00	4,2096	0,91273
4.	Privasi	140	1-6	2-6	4,3241	0,89724
5.	Kepercayaan	140	1-6	1.67-6,00	4,4159	0,81940
6.	Kualitas Informasi	140	1-6	1.67-6,00	4,3575	0,91494
7	Minat Menggunakan Internet Banking	140	1-6	1.33-6,00	4,3049	0,84878

1. Kemudahan Penggunaan, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa kemudahan

penggunaan dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.

2. Manfaat, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa manfaat dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.
3. Keamanan, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa keamanan dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.
4. Privasi, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa privasi dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.
5. Kepercayaan, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.

6. Kualitas informasi, berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menjawab setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan responden yang bervariasi dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju bahwa kualitas informasi dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan internet banking.

#### 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau kesahihan suatu instrumen. Pada penelitian ini alat uji menggunakan SPSS 17.0. Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan rumus *Product Moment Pearson*, yaitu mengkorelasikan skor butir pernyataan dalam angket dengan skor komposit atau faktor butir-butirnya. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid jika probabilitas (sig-1 tailed)  $< 0,05$ . Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut.

**Tabel 4.9**

#### Rangkuman hasil uji validitas instrument pertanyaan

Variabel	No. Item	Koef. Korelasi	Nilai Probabilitas	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (KP)	1	0,813	0,000	Valid
	2	0,858	0,000	Valid

	3	0,844	0,000	Valid
	4	0,851	0,000	Valid
	5	0,704	0,000	Valid
	6	0,828	0,000	Valid
	7	0,620	0,000	Valid
Manfaat (MN)	1	0,898	0,000	Valid
	2	0,905	0,000	Valid
	3	0,906	0,000	Valid
Keamanan (KA)	1	0,863	0,000	Valid
	2	0,816	0,000	Valid
	3	0,865	0,000	Valid
Privasi (PR)	1	0,816	0,000	Valid
	2	0,808	0,000	Valid
	3	0,852	0,000	Valid
Kepercayaan (KY)	1	0,826	0,000	Valid
	2	0,838	0,000	Valid
	3	0,749	0,000	Valid
	4	0,703	0,000	Valid
	5	0,833	0,000	Valid
	6	0,812	0,000	Valid
Kualitas Informasi (KI)	1	0,880	0,000	Valid
	2	0,882	0,000	Valid

	3	0,864	0,000	Valid
Minat Menggunakan Internet Banking (MI)	1	0,824	0,000	Valid
	2	0,836	0,000	Valid
	3	0,837	0,000	Valid

Seperti telah dikemukakan diatas ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total memiliki nilai probabilitas (sig-1 tailed)  $<0,05$ , sehingga semua butir instrumen pertanyaan baik pada variabel kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, privasi, kepercayaan, kualitas informasi, minat menggunakan internet banking yang tertuang dalam angket penelitian dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih besar atau sama dengan 0,60 (Nunnaly, 1960 dalam Ghazali, 2006).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Adapun kriteria yang digunakan untuk mengetahui

tingkat reliabilitas adalah besarnya nilai Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik, (Sekaran, 1992). Hasil pengujian reliabilitas variabel penelitian disajikan dalam tabel 4.10. Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan software SPSS versi 16.0, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Status
Kemudahan Penggunaan (KP)	0,895	0,6	Reliable
Manfaat (MN).	0,886	0,6	Reliable
Keamanan (KA).	0,799	0,6	Reliable
Privasi (PR).	0,760	0,6	Reliable
Kepercayaan (KY).	0,878	0,6	Reliable
Kualitas Informasi (KI).	0,848	0,6	Reliable
Minat Menggunakan Internet Banking (MI).	0,777	0,6	Reliable

Berdasarkan pada tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau *reliable*, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha yang disyaratkan yaitu atas nilai kritis ( $>0,60$ ).

#### 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Seperti dijelaskan pada bab II, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 6 hipotesis. Semua hipotesis penelitian dilakukan uji satu sisi sebelah kanan, karena semua hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 5\%$ . Apabila *Standardized Koefisien* parameter bernilai positif, maka terdapat hubungan positif dan jika nilai probabilitas kurang dari  $\alpha = 5\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti berpengaruh secara signifikan).

Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel dibawah ini

**Tabel 4.11**

#### **Nilai Probabilitas**

	Pengaruh antar Variabel		Nilai Probabilitas	Label
MI	<---	KP	0,048	H1

MI	<---	MN	0,023	H2
MI	<---	KA	0,048	H3
MI	<---	PR	0,010	H4
MI	<---	KY	0,036	H5
MI	<---	KI	0,037	H6

**Tabel 4.12**

**Parameter Koefisien Regresi**

	Pengaruh antar Variabel		Koefisien Regresi	Label
MI	<---	KP	0,152	H1
MI	<---	MN	0,156	H2
MI	<---	KA	0,150	H3
MI	<---	PR	0,206	H4
MI	<---	KY	0,179	H5
MI	<---	KI	0,164	H6

**Keterangan Tabel 4.11 dan 4.12 :**

KP : Kemudahan Penggunaan

MN : Manfaat



KA : Keamanan

PR : Privasi

KY : Kepercayaan

KI : Kualitas Infomasi

MI : Minat Menggunakan Internet Bankig

#### 4.5.1 Pengujian H1

*H1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 1 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,048 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi kemudahan penggunaan dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisiensi regresi (standardized regression weight estimate) = 0,152. Artinya bahwa hubungan antara variabel kemudahan penggunaan dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang merepresentasikan hubungan positif kemudahan penggunaan dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya terdapat hubungan kemudahan penggunaan dengan minat dalam menggunakan internet banking. Dengan logika yang sama, apabila internet banking tidak mempunyai kemudahan penggunaan yang baik maka hal tersebut, secara tidak langsung akan menjatuhkan

minat dalam menggunakan internet banking. Jadi bagi pengguna, kemudahan penggunaan internet banking itu seperti, akan mengurangi usaha (baik waktu atau tenaga) sehingga pengguna tidak perlu membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk mempelajari seluk beluk dari bertransaksi internet banking sehingga, dari kemudahan itu akan meningkatkan minat menggunakan internet banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Aditya, Bondan (2009).

#### **4.5.2 Pengujian H2**

*H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 2 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,023 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi pengaruh manfaat dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien regresi (standardized regression weight estimate) = 0,156. Artinya bahwa hubungan antara variabel manfaat dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang merepresentasikan hubungan positif manfaat dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya apabila nasabah memiliki manfaat dari kegunaan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking. Dengan logika yang sama, apabila internet banking tidak mempunyai manfaat yang baik maka hal tersebut, secara tidak langsung akan menjatuhkan minat dalam menggunakan internet banking. Jadi bagi pengguna,

manfaat yang diberikan dari internet banking itu seperti, menjadikan pekerjaan mereka lebih mudah, meningkatkan prestasi kerja mereka, maka akan meningkatkan minat penggunaan internet banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Aditya, Bondan (2009).

### 4.5.3 Pengujian H3

*H3 :Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 3 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,048 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi pengaruh keamanan dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien regresi (standardized regression weight estimate) = 0,150. Artinya bahwa hubungan antara variabel keamanan dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang merepresentasikan hubungan positif keamanan dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya apabila nasabah memiliki keamanan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking. Dengan logika yang sama, apabila internet banking tidak mempunyai keamanan yang baik maka hal tersebut, secara tidak langsung akan menjatuhkan minat dalam menggunakan internet banking. Jadi bagi pengguna, keamanan yang diberikan dari internet banking itu seperti, kemampuan bank untuk proteksi dari

gangguan keamanan dan transaksi internet banking yang terjamin, maka akan meningkatkan minat penggunaan internet banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Aditya, Bondan (2009).

#### **4.5.4 Pengujian H4**

*H4 :Privasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 4 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,010 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi privasi dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisiensi regresi (standardized regression weight estimate) = 0,206. Artinya bahwa hubungan antara variabel privasi dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang merepresentasikan hubungan positif privasi dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya apabila nasabah memiliki privasi dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking. Dengan logika yang sama, apabila internet banking tidak mempunyai privasi yang baik maka hal tersebut, secara tidak langsung akan menjatuhkan minat dalam menggunakan internet banking. Jadi bagi pengguna, privasi yang diberikan dari internet banking itu seperti, kemampuan bank untuk melindungi data pribadi mereka, maka akan meningkatkan minat penggunaan internet

banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Aditya, Bondan (2009).

#### **4.5.5 Pengujian H5**

*H5 :Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 5 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,036 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi kepercayaan dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien regresi (standardized regression weight estimate) = 0,179. Artinya bahwa hubungan antara variabel kepercayaan dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yang merepresentasikan hubungan positif kepercayaan dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya apabila nasabah memiliki kepercayaan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking. Dengan logika yang sama, apabila internet banking tidak mempunyai kepercayaan yang baik maka hal tersebut, secara tidak langsung akan menjatuhkan minat dalam menggunakan internet banking. Jadi bagi pengguna, kepercayaan yang diberikan dari internet banking itu seperti, kemampuan bank untuk melindungi data pribadi mereka, dari gangguan keamanan, dan transaksi internet banking yang terjamin, maka akan meningkatkan minat penggunaan

internet banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Fuad, Muhammad (2009).

#### 4.5.6 Pengujian H6

*H6 : Kualitas Infomasiberpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking*

Uji signifikansi terhadap hipotesis 6 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,037 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ( $H_0$  ditolak). Hasil estimasi pengaruh kualitas informasi dengan minat dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien regresi (standardized regression weight estimate) = 0,164. Artinya bahwa hubungan antara variabel kualitas informasi dengan minat dalam menggunakan internet banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 yang merepresentasikan hubungan positif kualitas informasi dengan minat dalam menggunakan internet banking, terdukung. Artinya semakin tinggi kemampuan internet banking dalam menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan, maka mendorong timbulnya kepercayaan pengguna terhadap internet banking, begitu juga sebaliknya. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Fuad, Muhammad (2009) yang membuktikan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.

Tabel hasil kesimpulan pengujian hipotesis sebagai berikut

**Table 4.13**

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Keterangan
H1 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti
H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti
H3 : Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti
H4 : Privasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti
H5 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti
H6 : Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.	Terbukti

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan atas dasar hasil pengolahan data penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan terhadap 140 responden yang merupakan pihak nasabah yang menggunakan fasilitas internet banking di Yogyakarta. Dalam penelitian ini terdapat 6 hipotesis yang diujikan menggunakan SPSS versi 17.0. Dari ke enam hipotesis tersebut, semua hipotesis terbukti dan terdukung oleh data.
2. Variabel kemudahan penggunaan, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya terdapat hubungan kemudahan penggunaan dengan minat dalam menggunakan internet banking.
3. Variabel manfaat, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya apabila nasabah memiliki manfaat dari kegunaan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking.
4. Variabel keamanan, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya apabila nasabah memiliki keamanan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung



akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking.

5. Variabel privasi, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya apabila nasabah memiliki privasi dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking.
6. Variabel kepercayaan, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya apabila nasabah memiliki kepercayaan dalam menggunakan internet banking maka hal tersebut, secara tidak langsung akan membangun minat dari nasabah untuk menggunakan internet banking.
7. Variabel kualitas informasi, berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking. Artinya semakin tinggi kemampuan internet banking dalam menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan, maka mendorong nasabah untuk menggunakan internet banking.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, antara lain :

1. Data penelitian ini dihasilkan dari instrument berdasarkan persepsi jawaban responden. Hal ini akan menimbulkan masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya. Penelitian ini hanya menerapkan metode survei melalui kuisisioner, peneliti tidak

melakukan wawancara karena keterbatasan waktu responden sehingga kesimpulan yang dikemukakan hanya berdasarkan data yang terkumpul melalui penggunaan instrument secara tertulis yang umumnya mengandung kelemahan mengenai internal validity.

2. Penelitian ini memiliki jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian hanya terbatas di kota Yogyakarta, sehingga belum dapat mewakili populasi yang ada. Dengan berdasarkan waktu penyebaran kuisisioner selama 2 minggu, jumlah sampel yang didapat berjumlah 140 yang mungkin tidak cukup mewakili dari populasi yang ada.

### **5.3 Saran**

1. Bagi Pihak Bank

Supaya bank dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya agar nasabah tetap mempunyai minat menggunakan internet banking. Selain itu bank juga harus bisa membuat sistem internet banking itu mudah digunakan, agar nasabah yang belum berpengalaman menggunakan internet banking tidak mengalami kesulitan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mewawancarai terlebih dahulu responden pada saat pembagian kuisisioner agar terhindar dari timbulnya masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya.
- Penelitian berikutnya diharapkan agar meneliti lebih lanjut dengan menggunakan sampel yang lebih banyak, karena jumlah sampel

dalam penelitian ini mungkin tidak cukup mewakili dari populasi yang ada.

## **5.4 Implikasi Penelitian**

### **Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan variabel manfaat, nasabah sebenarnya mempunyai minat menggunakan internet banking. Hal ini dapat dilakukan apabila pihak bank dapat meningkatkan, mengevaluasi dan memberikan pelayanan kepada nasabah yang lebih baik. Adapun cara yang dapat dilakukan pihak bank adalah sebagai berikut: Menjaga kerhasiaan data dan keuangan nasabah dalam bertransaksi dan menjamin pengendalian data yang cukup, kegunaan dapat mempermudah dalam bertransaksi seperti pembayaran, transfer keuangan, pembayaran pajak, pembayaran listrik, dan pembayaran telepon, kemudahan dalam bertransaksi bank menyediakan fitur-fitur atau fasilitas tentang produk bank dalam internet banking, bank dalam cabang tertentu menyediakan box untuk bertransaksi dengan internet banking seperti halnya dengan ATM sehingga akan semakin mempermudah dalam bertransaksi dan agar lebih mudah menggunakan tampilan dengan bahas indonesia. Dalam menjaga keamanan dan privasi pihak bank melindungi password nasabah dengan sistem pengendalian yang dimiliki oleh pihak bank, memperbaharui anti virus yang terbaru secara periodik, dan tetap menjaga privasi data-data nasabah. Adanya kualitas informasi yang baik dalam menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan dalam internet banking membuat minat nasabah dalam menggunakan internet

banking semakin tinggi. Sementara itu, bagi pihak bank yang telah mengimplementasikan internet banking menjadi bahan pendukung agar nasabah semakin berminat dalam menggunakan internet banking sehingga bank juga dapat memberikan pelayanannya kepada nasabah dengan baik agar bisnis tersebut dapat berjalan lancar.



### 5.3 Referensi

- Amin, Hanudin, 2007, *Internet Banking Adoption Among Young Intellectuals*, Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 12, No. 3, Desember 2007, pp. 1-13.
- Aditya, Bondan W. 2009. Faktor-Faktor yang Dipengaruhi Minat Nasabah dalam Penggunaan Internet Banking di Magelang”, Skripsi FE UII.
- Benamati, John S. dan Serva, Mark A., 2007, *Trust and Distrust in Online Banking: Their Role in Developing Countries*, Information Technology for Development, Vol.13 (2), pp. 161-175
- Chau, P.Y.K Dan P.J-H. Hu, “Information Technology Acceptance By Individual Professionals. A Model Comparison Approach,” Decision Sciences, 32 (4), 699-719, 2001.
- Chin W Wynne, Dan Todd Peter, “On The Use Usefulness, Ease Of Use Of Structural Equation Modeling In Mis Reasearch: A Note Of Caution“, *Management Information System Quarterly*, 21(3), 1991.
- Davis, F.D., (1986). A technology acceptance model for empirically testing new and user information system. Phd. Dissertation, Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management.
- Davis, F.D, R.P. Bagozzi, dan PR. Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models”, *Management Science*, 35 (8), pp. 982-1003, 1989.
- Fock, S. T. dan Koh, H. C., 2006, *Conceptualization of Trust and Commitment: Understanding the Relationships Between Trust and Commitment and the Willingness To Try Internet Banking Service*, International Journal of Business and Informational, Vol. 1, No. 2, Desember 2006.

- Fuad, Muhammad. 2009. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust Penggunaan Internet Banking di Indonesia", Skripsi FE UII.
- Gefen, David, Karahanna, Elena dan Straub, Detmar W., 2003, *Trust in TAM in Online Shopping: An Integrated Model*, MIS Quarterly.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrajit, Richardus Eko, 1999, *Dampak Kepemilikan Perbankan oleh Asing terhadap Perkembangan Teknologi dan Sistem Informasi memasuki Dasawarsa Ketiga Milenium Pertama*, Renaissance Research Center.
- Kassim, Norzan Mohd dan Abdulla, Abdel Kader Mohammad Ahmed. 2006, The Influence of Attraction on Internet Banking: An extension to The Trust-Relationship Commitment Model, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 24, No. 6, 2006, pp.424-442.
- Maharsi, Sri Dan Fenny, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*", *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.9, No.1, Mei 2007, Hal. 1-28.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 2007, *An Integrative Model Organizational Trust: Past, Present and Future*, *Academy of Management Review*.
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 21 (1), 5 March 10, 2005.
- Narastuti, Wiji, 2005, *Analisis Teknologi Internet Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Yogyakarta*, Tesis S-2, Magister Teknologi Informasi, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

O' Brien, James A., 2003, *Introduction to Information System, 11 th edition*, New York: Mc Graw-Hill.

Rahardjo, Budi. 2002. *Arsitektur Internet Banking yang Terpercaya* (online). August 20, 2005.

Sekaran, Uma., 1992, *Research Method For Business*, Third Edition, New York: John Wiley and Sons Inc.

Sekaran, Uma., 2000, *Research Method For Business*, Third Edition, New York: John Wiley and Sons Inc.

Shergill, G.S, dan Li, B., 2005, *Internet Banking-An Empirical Investigation Of Customer's Behaviour for online Banking in New Zealand*, journal of E-Business, Vol. 5, Issue 1, June 2005.

Supardi, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Ekonimia, Yogyakarta. 2005.

Suryani, Tatik, Ilfitriah A. M. dan Santosa, A., 2005, *Sikap dan Penerimaan Terhadap Layanan Internet Banking*, Ventura, Vol. 8, No. 2, Desember 2005, hal. 33-47.

Tampubolon, Nelson, 2004, *Surat Edaran: Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking)*, Bank Indonesia.

Udo, Godwin J., 2001, *Privacy and Security Concerns as Major Barriers for e-commerce: A Survey Study*, Information Management & Computer Security, pp. 165-174

Wardianan, Wawan, 2002, *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*,  
Pusat Penelitian Informatika.





# LAMPIRAN



**Lampiran 1. Kuisisioner**

**LAMPIRAN**

**KUISISIONER**



Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara. ....

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI YOGYAKARTA” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuisisioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, September 2009

Pembimbing

Peneliti

Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak.

Hapsari

## Kuisisioner Penelitian

Pernyataan–pernyataan berikut adalah item-tem mengenai faktor-faktor pengadopsian layanan Internet Banking. Untuk itu mohon Bapak / Ibu / Saudara memberi tanda tick mark (√) atau silang (X) pada angka 1 sampai 6 dari setiap pertanyaan berikut sesuai dengan pengalaman setelah Bapak / Ibu / Saudara menggunakan layanan Internet Banking.

### Karakteristik Responden

Nasabah Bank : ..... (sebutkan)

Usia : .....Tahun

Jenis Kelamin\* : ( ) Laki-laki  
( ) Perempuan

Jenjang Pendidikan\*: ( ) SLTA atau lebih rendah  
( ) Diploma (D3)  
( ) Strata1 (S1)  
( ) Strata2 (S2)  
( ) Strata3 (S3)

## Variabel Penelitian

<b>Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived ease of use</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i> <span style="float: right;"><i>Sangat Setuju</i></span>					
Interaksi saya dengan sistem internet banking jelas dan dapat dipahami.	1	2	3	4	5	6
Belajar menggunakan sistem internet banking mudah bagi saya.	1	2	3	4	5	6
Mudah bagi saya untuk menjadi lebih berkemampuan pada saat menggunakan sistem internet banking.	1	2	3	4	5	6
Saya menemukan sistem internet banking mudah digunakan.	1	2	3	4	5	6
Saya percaya internet banking membuat saya lebih praktis.	1	2	3	4	5	6
Saya menemukan bahwa sistem internet banking sangat fleksibel untuk berinteraksi.	1	2	3	4	5	6
Internet banking dengan bahasa Indonesia lebih mudah untuk berinteraksi.	1	2	3	4	5	6
<b>Manfaat (<i>Usefulness</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i> <span style="float: right;"><i>Sangat Setuju</i></span>					
Menggunakan sistem internet banking mempermudah saya untuk menyelesaikan transaksi perbankan.	1	2	3	4	5	6
Saya menemukan sistem internet banking berguna dalam menyelesaikan transaksi perbankan saya.	1	2	3	4	5	6
Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa internet banking berguna.	1	2	3	4	5	6

<b>Keamanan (<i>Security</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i> <span style="float: right;"><i>Sangat Setuju</i></span>					
Saya merasakan bahwa internet banking aman digunakan.	1	2	3	4	5	6
Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan internet banking.	1	2	3	4	5	6
Internet banking menyediakan keamanan terhadap data transaksi.	1	2	3	4	5	6
<b>Privasi (<i>Privacy</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i> <span style="float: right;"><i>Sangat Setuju</i></span>					
Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi dan keuangan.	1	2	3	4	5	6
Saya merasa tidak khawatir memberikan informasi personal saat menggunakan internet banking.	1	2	3	4	5	6
Saya yakin bahwa pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui internet banking.	1	2	3	4	5	6
<b>Kepercayaan (<i>Trust</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i> <span style="float: right;"><i>Sangat Setuju</i></span>					
Bank penyedia internet banking yang saya gunakan dapat dipercaya.	1	2	3	4	5	6
Saya yakin bahwa bank penyedia internet banking yang saya gunakan menjaga kepentingan saya.	1	2	3	4	5	6
Bank penyedia internet banking yang saya gunakan menginginkan dikenal sebagai salah satu bank yang memegang teguh janji dan komitmen.	1	2	3	4	5	6
Bank penyedia internet banking yang saya gunakan selalu jujur kepada saya.	1	2	3	4	5	6

Saya percaya terhadap informasi yang disediakan internet banking.	1	2	3	4	5	6
Bank penyedia internet banking yang saya gunakan benar-benar memperhatikan kepentingan saya.	1	2	3	4	5	6
<b>Kualitas Informasi (<i>Quality of Information</i>)</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i>			<i>Sangat Setuju</i>		
Internet banking menyediakan informasi yang cukup dan jelas.	1	2	3	4	5	6
Internet banking menyediakan informasi persis yang saya perlukan secara lengkap.	1	2	3	4	5	6
Internet banking menyediakan informasi yang saya percaya	1	2	3	4	5	6
<b>Minat Penggunaan</b>	<i>Sangat Tidak Setuju</i>			<i>Sangat Setuju</i>		
Dimasa yang akan datang saya bermaksud untuk menjaga hubungan saya dengan bank penyedia internet banking.	1	2	3	4	5	6
Saya akan sering menggunakan internet banking di masa yang akan datang.	1	2	3	4	5	6
Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan internet banking.	1	2	3	4	5	6

-Terima Kasih-

## LAMPIRAN 2 : Data Kuisisioner

### Klasifikasi Responden

Responden	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Nama Bank
Responden 1	20	L	S1	Mandiri
Responden 2	27	P	S2	BNI
Responden 3	22	L	S1	BRI
Responden 4	19	L	D3	BRI
Responden 5	19	P	S1	Mandiri
Responden 6	21	P	S1	BCA
Responden 7	26	P	S1	BNI
Responden 8	22	L	D3	BCA
Responden 9	22	L	S2	Mandiri
Responden 10	20	L	SLTA	Mandiri
Responden 11	27	L	S1	BCA
Responden 12	27	P	S1	Mandiri
Responden 13	23	P	S2	BNI
Responden 14	21	L	SLTA	Mandiri
Responden 15	21	L	D3	Mandiri
Responden 16	21	P	S1	BNI
Responden 17	33	L	S1	BCA
Responden 18	23	P	S1	Mandiri
Responden 19	26	L	S1	Mandiri
Responden 20	23	L	D3	BNI
Responden 21	22	L	SLTA	Mandiri
Responden 22	23	P	S1	Mandiri
Responden 23	22	P	S1	BRI
Responden 24	28	L	S1	BCA
Responden 25	25	L	D3	BNI
Responden 26	29	P	SLTA	Mandiri
Responden 27	27	L	D3	Mandiri
Responden 28	23	L	S1	BRI
Responden 29	23	P	S1	Mandiri
Responden 30	22	L	D3	BCA
Responden 31	23	L	SLTA	Mandiri
Responden 32	21	L	SLTA	BCA
Responden 33	21	L	D3	Mandiri
Responden 34	23	P	S1	BNI
Responden 35	21	L	S1	Mandiri

Responden 36	21	P	S1	BCA
Responden 37	22	P	D3	Mandiri
Responden 38	27	L	D3	Mandiri
Responden 39	23	L	S1	BNI
Responden 40	26	L	S1	Mandiri
Responden 41	21	P	S1	Mandiri
Responden 42	24	L	D3	BRI
Responden 43	23	L	D3	Mandiri
Responden 44	25	L	D3	Mandiri
Responden 45	27	P	S1	Mandiri
Responden 46	21	L	SLTA	BRI
Responden 47	41	L	D3	BCA
Responden 48	26	L	SLTA	Mandiri
Responden 49	41	L	D3	Mandiri
Responden 50	23	L	S1	BCA
Responden 51	43	L	D3	BRI
Responden 52	27	L	SLTA	Mandiri
Responden 53	21	P	D3	BNI
Responden 54	27	P	S1	Mandiri
Responden 55	23	L	S1	BRI
Responden 56	29	L	SLTA	BNI
Responden 57	23	L	D3	BRI
Responden 58	43	L	S1	BNI
Responden 59	27	P	SLTA	BNI
Responden 60	30	P	S1	Mandiri
Responden 61	30	P	S1	Mandiri
Responden 62	42	P	D3	BRI
Responden 63	41	P	D3	Mandiri
Responden 64	28	L	S1	CIMB NIAGA
Responden 65	29	L	SLTA	Mandiri
Responden 66	45	L	D3	CIMB NIAGA
Responden 67	27	L	S1	BNI
Responden 68	26	L	S1	BRI
Responden 69	28	L	SLTA	BCA
Responden 70	29	L	D3	Mandiri
Responden 71	30	L	S1	Mandiri
Responden 72	43	P	S1	BCA
Responden 73	42	P	D3	BNI



Responden 74	44	L	SLTA	Mandiri
Responden 75	28	L	S1	CIMB NIAGA
Responden 76	42	L	S1	BRI
Responden 77	27	P	S1	Mandiri
Responden 78	29	P	SLTA	Mandiri
Responden 79	30	L	D3	BNI
Responden 80	30	L	S1	Mandiri
Responden 81	44	P	S1	Mandiri
Responden 82	41	P	SLTA	CIMB NIAGA
Responden 83	26	P	D3	BNI
Responden 84	27	L	S1	Mandiri
Responden 85	53	L	SLTA	BRI
Responden 86	40	L	S1	Mandiri
Responden 87	28	L	S1	CIMB NIAGA
Responden 88	27	L	SLTA	BNI
Responden 89	38	L	D3	Mandiri
Responden 90	39	L	D3	Mandiri
Responden 91	29	L	SLTA	BRI
Responden 92	30	L	S1	BNI
Responden 93	26	L	S1	Mandiri
Responden 94	37	P	S1	Mandiri
Responden 95	36	P	D3	Mandiri
Responden 96	27	P	S1	Mandiri
Responden 97	26	P	S2	BNI
Responden 98	27	L	S1	BRI
Responden 99	40	L	S1	BNI
Responden 100	28	L	S1	BNI
Responden 101	26	L	S1	Mandiri
Responden 102	27	L	S1	Mandiri
Responden 103	39	L	S1	Mandiri
Responden 104	26	P	S1	Mandiri
Responden 105	27	P	S1	BCA
Responden 106	38	L	D3	Mandiri
Responden 107	28	P	S1	BRI
Responden 108	38	L	S1	BCA
Responden 109	27	P	S1	Mandiri
Responden 110	27	P	S2	Mandiri
Responden 111	37	L	S1	Mandiri

Responden 112	36	L	S1	BRI
Responden 113	28	L	S1	CIMB NIAGA
Responden 114	27	L	S1	BCA
Responden 115	27	P	S2	BCA
Responden 116	38	L	D3	Mandiri
Responden 117	39	L	S1	BRI
Responden 118	31	P	S2	Mandiri
Responden 119	36	P	S2	BCA
Responden 120	32	L	D3	BNI
Responden 121	37	L	S1	BNI
Responden 122	33	L	S1	BNI
Responden 123	31	L	S1	BNI
Responden 124	33	L	S1	Mandiri
Responden 125	32	P	S1	BRI
Responden 126	33	P	S2	CIMB NIAGA
Responden 127	32	L	S1	BNI
Responden 128	31	L	D3	BCA
Responden 129	31	P	S1	BCA
Responden 130	33	P	S1	Mandiri
Responden 131	34	P	D3	CIMB NIAGA
Responden 132	36	L	S1	BNI
Responden 133	35	L	D3	BNI
Responden 134	35	L	S1	CIMB NIAGA
Responden 135	31	P	D3	BNI
Responden 136	40	P	S1	CIMB NIAGA
Responden 137	31	P	D3	BCA
Responden 138	34	P	S1	BNI
Responden 139	33	P	S1	BNI
Responden 140	32	P	S1	BCA

## Variabel Kemudahan Penggunaan

RESPONDEN	Kemudahan Penggunaan							X1
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	
Responden 1	4	3	4	4	4	4	5	4.00
Responden 2	5	5	5	4	4	5	5	4.71
Responden 3	4	4	4	4	5	4	5	4.29
Responden 4	4	4	4	4	6	5	4	4.43
Responden 5	5	5	4	4	4	5	6	4.71
Responden 6	4	4	5	6	3	4	4	4.29
Responden 7	6	6	6	6	5	6	4	5.57
Responden 8	5	5	5	5	4	4	5	4.71
Responden 9	2	3	4	3	3	3	4	3.14
Responden 10	5	6	6	6	4	6	5	5.43
Responden 11	4	4	5	5	5	4	5	4.57
Responden 12	5	5	4	6	5	5	6	5.14
Responden 13	4	4	5	5	3	5	3	4.14
Responden 14	6	6	6	6	4	4	6	5.43
Responden 15	5	4	4	5	5	4	4	4.43
Responden 16	5	6	5	5	5	5	6	5.29
Responden 17	5	5	6	5	5	5	5	5.14
Responden 18	4	4	5	5	4	5	6	4.71
Responden 19	4	4	4	4	3	4	5	4.00
Responden 20	5	4	5	5	5	4	5	4.71
Responden 21	4	5	5	4	3	6	6	4.71
Responden 22	5	4	4	5	4	4	5	4.43
Responden 23	5	4	5	5	5	5	5	4.86
Responden 24	5	4	4	4	5	5	5	4.57
Responden 25	5	5	5	5	3	5	6	4.86
Responden 26	4	4	4	5	3	4	5	4.14
Responden 27	5	5	4	5	2	5	5	4.43
Responden 28	4	5	5	4	4	5	6	4.71
Responden 29	5	5	5	5	3	4	6	4.71
Responden 30	5	5	6	5	3	5	5	4.86
Responden 31	4	5	4	4	4	4	5	4.29
Responden 32	4	5	4	5	5	5	5	4.71
Responden 33	4	4	5	4	4	5	5	4.43
Responden 34	5	5	5	5	3	5	6	4.86
Responden 35	6	6	6	6	3	6	6	5.57
Responden 36	5	5	6	6	6	5	5	5.43
Responden 37	5	6	5	5	5	5	5	5.14
Responden 38	3	3	2	4	2	3	2	2.71
Responden 39	5	5	4	5	4	6	5	4.86
Responden 40	4	5	5	5	4	6	6	5.00
Responden 41	4	5	4	4	3	4	5	4.14

Responden 42	4	4	4	4	3	5	5	4.14
Responden 43	6	5	5	5	5	5	5	5.14
Responden 44	4	5	5	5	2	5	4	4.29
Responden 45	6	6	4	6	5	5	4	5.14
Responden 46	4	4	4	4	5	6	5	4.57
Responden 47	3	3	3	3	4	2	5	3.29
Responden 48	4	5	5	5	4	4	5	4.57
Responden 49	5	4	5	5	4	3	4	4.29
Responden 50	4	5	4	4	5	6	6	4.86
Responden 51	6	6	6	4	5	6	6	5.57
Responden 52	4	6	5	6	4	6	6	5.29
Responden 53	5	6	5	6	6	6	6	5.71
Responden 54	5	5	5	5	6	5	6	5.29
Responden 55	2	2	3	2	2	2	2	2.14
Responden 56	3	4	5	5	5	6	3	4.43
Responden 57	4	4	5	6	5	5	4	4.71
Responden 58	5	4	4	4	3	4	5	4.14
Responden 59	6	4	4	4	5	4	6	4.71
Responden 60	3	3	3	4	5	5	4	3.86
Responden 61	4	4	3	4	3	5	3	3.71
Responden 62	3	3	3	3	4	4	4	3.43
Responden 63	5	5	5	4	5	5	5	4.86
Responden 64	4	4	4	4	5	5	5	4.43
Responden 65	4	5	4	5	5	5	4	4.57
Responden 66	2	2	3	3	5	5	5	3.57
Responden 67	5	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 68	5	5	5	5	5	5	3	4.71
Responden 69	4	5	5	5	5	5	5	4.86
Responden 70	4	4	4	4	5	5	5	4.43
Responden 71	3	5	6	6	6	6	6	5.43
Responden 72	4	4	6	6	6	6	6	5.43
Responden 73	4	3	4	4	4	4	6	4.14
Responden 74	5	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 75	2	3	2	3	3	4	5	3.14
Responden 76	3	4	4	4	4	3	2	3.43
Responden 77	4	5	4	4	6	5	6	4.86
Responden 78	5	4	5	5	6	5	4	4.86
Responden 79	3	4	4	3	5	4	5	4.00
Responden 80	3	5	5	5	5	5	4	4.57
Responden 81	5	5	5	5	6	5	4	5.00
Responden 82	5	5	4	4	6	6	3	4.71
Responden 83	5	5	5	5	6	5	1	4.57
Responden 84	2	3	2	1	3	2	4	2.43
Responden 85	3	3	3	3	4	4	4	3.43
Responden 86	6	3	4	4	6	6	3	4.57

Responden 87	4	5	5	5	4	4	5	4.57
Responden 88	5	5	6	4	6	5	6	5.29
Responden 89	2	3	3	4	4	4	3	3.29
Responden 90	3	5	2	4	3	3	6	3.71
Responden 91	6	6	6	6	6	6	5	5.86
Responden 92	5	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 93	6	6	3	5	6	5	6	5.29
Responden 94	4	4	5	4	5	5	5	4.57
Responden 95	2	1	2	2	2	2	2	1.86
Responden 96	3	3	3	3	5	5	5	3.86
Responden 97	4	4	4	4	5	5	4	4.29
Responden 98	5	6	6	6	6	5	5	5.57
Responden 99	4	5	6	5	5	5	5	5.00
Responden 100	4	4	4	4	5	4	4	4.14
Responden 101	3	4	3	3	2	4	2	3.00
Responden 102	5	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 103	2	2	3	2	2	2	2	2.14
Responden 104	5	4	5	5	3	5	5	4.57
Responden 105	3	3	3	3	4	4	4	3.43
Responden 106	5	5	6	6	6	6	6	5.71
Responden 107	2	2	2	1	1	2	2	1.71
Responden 108	2	2	2	2	3	2	2	2.14
Responden 109	5	5	5	5	6	5	5	5.14
Responden 110	3	5	4	5	4	4	6	4.43
Responden 111	5	4	6	4	6	6	6	5.29
Responden 112	3	5	4	3	6	5	4	4.29
Responden 113	5	5	5	5	6	6	6	5.43
Responden 114	3	3	3	2	3	3	3	2.86
Responden 115	5	5	5	5	4	5	5	4.86
Responden 116	6	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 117	5	5	5	6	4	4	6	5.00
Responden 118	5	5	5	6	6	5	5	5.29
Responden 119	5	6	6	5	6	6	6	5.71
Responden 120	2	2	2	2	4	3	6	3.00
Responden 121	6	6	6	6	6	5	3	5.43
Responden 122	5	6	5	5	6	4	6	5.29
Responden 123	6	6	4	6	5	5	5	5.29
Responden 124	3	3	3	3	2	2	2	2.57
Responden 125	3	4	3	3	3	3	4	3.29
Responden 126	3	3	3	3	3	3	3	3.00
Responden 127	6	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 128	4	5	3	4	6	5	6	4.71
Responden 129	4	6	5	5	6	6	2	4.86
Responden 130	4	4	5	5	6	5	6	5.00
Responden 131	5	6	5	5	6	5	6	5.43

Responden 132	4	5	5	5	5	5	5	4.86
Responden 133	5	5	4	4	5	5	4	4.57
Responden 134	5	5	5	5	5	5	4	4.86
Responden 135	5	6	6	6	6	6	4	5.57
Responden 136	5	4	4	4	5	5	5	4.57
Responden 137	6	4	4	5	5	5	4	4.71
Responden 138	6	6	6	4	5	5	4	5.14
Responden 139	6	4	4	4	4	5	6	4.71
Responden 140	4	5	5	5	6	6	6	5.29

### Variabel Manfaat

RESPONDEN	Manfaat			
	MN1	MN2	MN3	X2
Responden 1	5	5	5	5.00
Responden 2	5	5	5	5.00
Responden 3	4	4	4	4.00
Responden 4	4	4	4	4.00
Responden 5	4	4	4	4.00
Responden 6	4	4	4	4.00
Responden 7	6	6	6	6.00
Responden 8	6	5	6	5.67
Responden 9	3	3	3	3.00
Responden 10	5	5	5	5.00
Responden 11	5	4	3	4.00
Responden 12	4	4	5	4.33
Responden 13	5	5	5	5.00
Responden 14	5	5	5	5.00
Responden 15	4	5	4	4.33
Responden 16	3	5	3	3.67
Responden 17	5	4	4	4.33
Responden 18	4	5	6	5.00
Responden 19	5	5	5	5.00
Responden 20	6	5	5	5.33
Responden 21	5	4	5	4.67
Responden 22	4	4	5	4.33
Responden 23	5	5	6	5.33
Responden 24	5	5	4	4.67
Responden 25	4	5	5	4.67
Responden 26	4	4	4	4.00
Responden 27	6	5	6	5.67
Responden 28	6	6	6	6.00
Responden 29	4	4	4	4.00
Responden 30	5	6	5	5.33

Responden 31	4	3	4	3.67
Responden 32	4	5	4	4.33
Responden 33	5	5	5	5.00
Responden 34	4	4	5	4.33
Responden 35	4	5	6	5.00
Responden 36	5	5	6	5.33
Responden 37	5	6	5	5.33
Responden 38	3	4	3	3.33
Responden 39	6	5	5	5.33
Responden 40	6	5	5	5.33
Responden 41	4	5	3	4.00
Responden 42	4	4	4	4.00
Responden 43	5	5	5	5.00
Responden 44	5	5	5	5.00
Responden 45	6	6	6	6.00
Responden 46	6	6	6	6.00
Responden 47	5	5	5	5.00
Responden 48	5	6	6	5.67
Responden 49	6	6	6	6.00
Responden 50	4	4	4	4.00
Responden 51	6	6	6	6.00
Responden 52	4	3	2	3.00
Responden 53	4	5	5	4.67
Responden 54	6	6	6	6.00
Responden 55	4	4	4	4.00
Responden 56	5	5	5	5.00
Responden 57	3	4	4	3.67
Responden 58	4	4	6	4.67
Responden 59	5	5	5	5.00
Responden 60	4	3	4	3.67
Responden 61	5	5	4	4.67
Responden 62	4	4	4	4.00
Responden 63	3	3	4	3.33
Responden 64	5	5	5	5.00
Responden 65	6	6	6	6.00
Responden 66	6	6	5	5.67
Responden 67	5	5	5	5.00
Responden 68	5	5	5	5.00
Responden 69	5	5	5	5.00
Responden 70	5	5	4	4.67
Responden 71	5	5	5	5.00
Responden 72	5	6	6	5.67
Responden 73	4	4	5	4.33
Responden 74	5	5	5	5.00
Responden 75	5	5	4	4.67

Responden 76	5	4	5	4.67
Responden 77	6	6	6	6.00
Responden 78	5	6	6	5.67
Responden 79	5	4	5	4.67
Responden 80	6	5	6	5.67
Responden 81	5	5	5	5.00
Responden 82	4	5	5	4.67
Responden 83	6	5	6	5.67
Responden 84	3	3	3	3.00
Responden 85	4	4	4	4.00
Responden 86	4	4	6	4.67
Responden 87	5	5	4	4.67
Responden 88	6	6	6	6.00
Responden 89	4	4	4	4.00
Responden 90	2	2	3	2.33
Responden 91	6	6	6	6.00
Responden 92	5	5	5	5.00
Responden 93	6	6	6	6.00
Responden 94	5	5	4	4.67
Responden 95	4	3	3	3.33
Responden 96	5	5	5	5.00
Responden 97	4	5	5	4.67
Responden 98	6	6	6	6.00
Responden 99	5	6	6	5.67
Responden 100	4	4	4	4.00
Responden 101	5	3	3	3.67
Responden 102	4	4	4	4.00
Responden 103	2	2	2	2.00
Responden 104	5	5	5	5.00
Responden 105	5	4	4	4.33
Responden 106	6	6	6	6.00
Responden 107	4	4	4	4.00
Responden 108	2	3	3	2.67
Responden 109	5	4	5	4.67
Responden 110	4	4	5	4.33
Responden 111	6	6	6	6.00
Responden 112	6	4	6	5.33
Responden 113	5	5	5	5.00
Responden 114	2	2	2	2.00
Responden 115	6	5	5	5.33
Responden 116	6	6	6	6.00
Responden 117	5	5	5	5.00
Responden 118	6	6	6	6.00
Responden 119	6	6	6	6.00
Responden 120	3	3	3	3.00



Responden 121	6	6	6	6.00
Responden 122	4	5	6	5.00
Responden 123	6	6	6	6.00
Responden 124	5	4	4	4.33
Responden 125	4	4	4	4.00
Responden 126	5	5	5	5.00
Responden 127	5	4	5	4.67
Responden 128	6	5	6	5.67
Responden 129	6	6	6	6.00
Responden 130	6	6	6	6.00
Responden 131	5	5	5	5.00
Responden 132	5	5	5	5.00
Responden 133	5	5	5	5.00
Responden 134	4	6	4	4.67
Responden 135	4	6	5	5.00
Responden 136	4	5	6	5.00
Responden 137	6	5	4	5.00
Responden 138	6	4	6	5.33
Responden 139	5	4	6	5.00
Responden 140	6	4	4	4.67

### Variabel Keamanan

RESPONDEN	Keamanan			
	KA1	KA2	KA3	X3
Responden 1	4	3	4	3.67
Responden 2	4	4	5	4.33
Responden 3	5	5	5	5.00
Responden 4	3	5	4	4.00
Responden 5	5	5	4	4.67
Responden 6	4	5	3	4.00
Responden 7	6	3	6	5.00
Responden 8	4	3	4	3.67
Responden 9	4	5	4	4.33
Responden 10	4	5	5	4.67
Responden 11	4	6	5	5.00
Responden 12	3	6	5	4.67
Responden 13	5	6	5	5.33
Responden 14	3	3	3	3.00
Responden 15	5	4	4	4.33
Responden 16	5	5	4	4.67
Responden 17	5	3	5	4.33
Responden 18	5	2	4	3.67
Responden 19	5	3	5	4.33

Responden 20	5	3	5	4.33
Responden 21	5	4	4	4.33
Responden 22	4	5	5	4.67
Responden 23	4	5	5	4.67
Responden 24	3	5	4	4.00
Responden 25	5	3	4	4.00
Responden 26	4	4	5	4.33
Responden 27	5	4	4	4.33
Responden 28	4	4	4	4.00
Responden 29	4	6	3	4.33
Responden 30	5	6	5	5.33
Responden 31	3	6	4	4.33
Responden 32	5	5	5	5.00
Responden 33	4	5	4	4.33
Responden 34	5	4	5	4.67
Responden 35	6	4	4	4.67
Responden 36	5	5	5	5.00
Responden 37	5	5	6	5.33
Responden 38	2	2	3	2.33
Responden 39	6	4	5	5.00
Responden 40	5	4	4	4.33
Responden 41	4	4	5	4.33
Responden 42	4	4	3	3.67
Responden 43	3	3	4	3.33
Responden 44	4	4	5	4.33
Responden 45	4	3	4	3.67
Responden 46	5	3	4	4.00
Responden 47	3	3	3	3.00
Responden 48	4	3	4	3.67
Responden 49	4	2	3	3.00
Responden 50	4	3	5	4.00
Responden 51	4	4	3	3.67
Responden 52	4	3	5	4.00
Responden 53	6	6	4	5.33
Responden 54	5	1	5	3.67
Responden 55	5	2	5	4.00
Responden 56	4	2	3	3.00
Responden 57	5	6	5	5.33
Responden 58	4	3	4	3.67
Responden 59	4	3	4	3.67
Responden 60	5	4	4	4.33
Responden 61	5	5	5	5.00
Responden 62	3	5	4	4.00
Responden 63	3	4	4	3.67
Responden 64	6	6	6	6.00

Responden 65	4	4	4	4.00
Responden 66	2	5	2	3.00
Responden 67	5	5	5	5.00
Responden 68	5	5	5	5.00
Responden 69	5	5	5	5.00
Responden 70	4	4	4	4.00
Responden 71	4	4	4	4.00
Responden 72	4	6	4	4.67
Responden 73	4	5	5	4.67
Responden 74	3	3	3	3.00
Responden 75	4	4	4	4.00
Responden 76	3	3	3	3.00
Responden 77	6	6	6	6.00
Responden 78	4	4	4	4.00
Responden 79	4	5	4	4.33
Responden 80	4	4	3	3.67
Responden 81	4	4	5	4.33
Responden 82	2	2	2	2.00
Responden 83	5	5	6	5.33
Responden 84	3	3	3	3.00
Responden 85	4	4	4	4.00
Responden 86	6	6	6	6.00
Responden 87	5	5	4	4.67
Responden 88	4	4	4	4.00
Responden 89	4	4	4	4.00
Responden 90	3	3	3	3.00
Responden 91	6	6	6	6.00
Responden 92	6	4	4	4.67
Responden 93	3	3	3	3.00
Responden 94	4	3	4	3.67
Responden 95	2	2	2	2.00
Responden 96	3	3	3	3.00
Responden 97	4	4	4	4.00
Responden 98	6	6	6	6.00
Responden 99	4	4	4	4.00
Responden 100	3	3	3	3.00
Responden 101	3	3	4	3.33
Responden 102	5	5	5	5.00
Responden 103	2	2	2	2.00
Responden 104	5	3	5	4.33
Responden 105	4	4	4	4.00
Responden 106	6	6	6	6.00
Responden 107	3	3	3	3.00
Responden 108	1	2	2	1.67
Responden 109	5	5	4	4.67

Responden 110	4	4	4	4.00
Responden 111	3	3	4	3.33
Responden 112	3	3	6	4.00
Responden 113	5	4	4	4.33
Responden 114	2	2	4	2.67
Responden 115	4	4	4	4.00
Responden 116	6	6	6	6.00
Responden 117	5	5	4	4.67
Responden 118	6	6	6	6.00
Responden 119	5	5	5	5.00
Responden 120	3	3	3	3.00
Responden 121	5	5	5	5.00
Responden 122	5	5	4	4.67
Responden 123	4	4	4	4.00
Responden 124	2	2	2	2.00
Responden 125	3	3	3	3.00
Responden 126	5	5	5	5.00
Responden 127	4	4	4	4.00
Responden 128	5	4	4	4.33
Responden 129	4	4	4	4.00
Responden 130	5	5	5	5.00
Responden 131	4	4	4	4.00
Responden 132	5	5	5	5.00
Responden 133	5	4	5	4.67
Responden 134	5	5	4	4.67
Responden 135	5	4	3	4.00
Responden 136	6	4	5	5.00
Responden 137	4	4	3	3.67
Responden 138	6	4	6	5.33
Responden 139	6	6	6	6.00
Responden 140	5	6	6	5.67

### Variabel Privasi

RESPONDEN	Privasi			
	PR1	PR2	PR3	X4
Responden 1	5	3	5	4.33
Responden 2	6	4	5	5.00
Responden 3	5	4	5	4.67
Responden 4	5	3	5	4.33
Responden 5	4	5	5	4.67
Responden 6	3	4	3	3.33
Responden 7	6	2	6	4.67
Responden 8	4	4	5	4.33

Responden 9	6	3	5	4.67
Responden 10	5	4	5	4.67
Responden 11	5	4	4	4.33
Responden 12	5	2	5	4.00
Responden 13	5	5	4	4.67
Responden 14	2	3	3	2.67
Responden 15	4	3	4	3.67
Responden 16	4	5	2	3.67
Responden 17	4	3	5	4.00
Responden 18	4	4	5	4.33
Responden 19	5	4	5	4.67
Responden 20	5	3	5	4.33
Responden 21	5	2	4	3.67
Responden 22	5	4	4	4.33
Responden 23	5	5	4	4.67
Responden 24	5	5	3	4.33
Responden 25	5	5	5	5.00
Responden 26	4	3	4	3.67
Responden 27	5	6	6	5.67
Responden 28	5	6	4	5.00
Responden 29	5	3	4	4.00
Responden 30	6	4	5	5.00
Responden 31	4	3	4	3.67
Responden 32	5	4	5	4.67
Responden 33	5	3	4	4.00
Responden 34	4	4	5	4.33
Responden 35	5	4	5	4.67
Responden 36	4	2	5	3.67
Responden 37	5	3	6	4.67
Responden 38	3	2	1	2.00
Responden 39	5	4	4	4.33
Responden 40	5	4	5	4.67
Responden 41	4	2	4	3.33
Responden 42	6	3	5	4.67
Responden 43	5	3	4	4.00
Responden 44	5	2	5	4.00
Responden 45	5	3	4	4.00
Responden 46	5	3	5	4.33
Responden 47	2	2	3	2.33
Responden 48	5	4	4	4.33
Responden 49	4	4	4	4.00
Responden 50	4	5	5	4.67
Responden 51	3	5	4	4.00
Responden 52	6	5	6	5.67
Responden 53	5	4	4	4.33

Responden 54	6	4	6	5.33
Responden 55	4	5	4	4.33
Responden 56	5	5	6	5.33
Responden 57	6	3	5	4.67
Responden 58	4	6	4	4.67
Responden 59	5	6	5	5.33
Responden 60	4	6	4	4.67
Responden 61	4	5	5	4.67
Responden 62	3	5	3	3.67
Responden 63	4	3	5	4.00
Responden 64	6	6	6	6.00
Responden 65	4	4	4	4.00
Responden 66	3	3	3	3.00
Responden 67	4	4	5	4.33
Responden 68	4	5	5	4.67
Responden 69	6	5	5	5.33
Responden 70	4	4	4	4.00
Responden 71	4	3	4	3.67
Responden 72	6	6	6	6.00
Responden 73	5	4	5	4.67
Responden 74	3	4	4	3.67
Responden 75	5	3	4	4.00
Responden 76	4	3	4	3.67
Responden 77	4	5	5	4.67
Responden 78	4	4	5	4.33
Responden 79	5	5	5	5.00
Responden 80	4	3	3	3.33
Responden 81	4	4	5	4.33
Responden 82	3	3	3	3.00
Responden 83	6	6	6	6.00
Responden 84	5	3	3	3.67
Responden 85	4	4	4	4.00
Responden 86	6	6	6	6.00
Responden 87	2	2	2	2.00
Responden 88	5	4	5	4.67
Responden 89	4	3	4	3.67
Responden 90	4	4	5	4.33
Responden 91	4	6	6	5.33
Responden 92	3	5	5	4.33
Responden 93	3	3	3	3.00
Responden 94	4	5	4	4.33
Responden 95	3	3	4	3.33
Responden 96	3	2	2	2.33
Responden 97	4	4	4	4.00
Responden 98	6	6	5	5.67

Responden 99	5	4	4	4.33
Responden 100	3	3	3	3.00
Responden 101	4	4	5	4.33
Responden 102	5	5	5	5.00
Responden 103	2	2	3	2.33
Responden 104	5	4	5	4.67
Responden 105	5	4	5	4.67
Responden 106	6	5	6	5.67
Responden 107	2	3	3	2.67
Responden 108	3	2	2	2.33
Responden 109	5	4	4	4.33
Responden 110	5	5	5	5.00
Responden 111	6	3	4	4.33
Responden 112	4	3	3	3.33
Responden 113	3	4	5	4.00
Responden 114	5	2	2	3.00
Responden 115	5	6	6	5.67
Responden 116	6	6	6	6.00
Responden 117	6	5	6	5.67
Responden 118	4	5	5	4.67
Responden 119	5	5	5	5.00
Responden 120	4	3	4	3.67
Responden 121	6	6	5	5.67
Responden 122	6	6	5	5.67
Responden 123	4	4	4	4.00
Responden 124	2	2	3	2.33
Responden 125	4	3	3	3.33
Responden 126	3	3	3	3.00
Responden 127	6	6	6	6.00
Responden 128	5	4	4	4.33
Responden 129	4	3	4	3.67
Responden 130	6	6	6	6.00
Responden 131	4	4	4	4.00
Responden 132	4	4	5	4.33
Responden 133	5	5	5	5.00
Responden 134	6	6	4	5.33
Responden 135	5	3	4	4.00
Responden 136	5	5	4	4.67
Responden 137	4	5	5	4.67
Responden 138	6	6	5	5.67
Responden 139	6	6	5	5.67
Responden 140	5	4	5	4.67

## Variabel Kepercayaan

RESPONDEN	Kepercayaan						
	KY1	KY2	KY3	KY4	KY5	KY6	X5
Responden 1	5	5	4	3	5	4	4.33
Responden 2	5	4	6	3	5	5	4.67
Responden 3	5	5	5	4	4	4	4.50
Responden 4	5	5	5	4	4	4	4.50
Responden 5	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 6	4	3	5	5	4	5	4.33
Responden 7	6	6	4	4	6	5	5.17
Responden 8	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 9	4	5	5	5	4	4	4.50
Responden 10	5	5	6	6	5	5	5.33
Responden 11	5	4	5	6	5	5	5.00
Responden 12	5	5	5	4	5	4	4.67
Responden 13	5	5	4	4	5	5	4.67
Responden 14	4	3	3	3	3	4	3.33
Responden 15	4	4	5	5	5	5	4.67
Responden 16	4	3	4	5	3	5	4.00
Responden 17	5	5	5	4	4	4	4.50
Responden 18	5	5	5	4	4	4	4.50
Responden 19	5	5	5	4	4	5	4.67
Responden 20	4	4	4	4	5	4	4.17
Responden 21	5	4	4	4	4	4	4.17
Responden 22	6	6	3	3	4	4	4.33
Responden 23	5	3	5	3	5	4	4.17
Responden 24	4	4	4	5	4	4	4.17
Responden 25	4	3	4	5	4	5	4.17
Responden 26	5	5	4	3	5	5	4.50
Responden 27	6	6	6	6	5	5	5.67
Responden 28	5	5	6	4	5	4	4.83
Responden 29	4	3	5	5	3	4	4.00
Responden 30	5	5	6	5	5	5	5.17
Responden 31	4	4	4	6	4	4	4.33
Responden 32	5	5	5	2	5	5	4.50
Responden 33	5	5	4	3	5	5	4.50
Responden 34	5	5	5	2	5	4	4.33
Responden 35	4	3	3	2	3	4	3.17
Responden 36	5	5	6	4	5	5	5.00
Responden 37	5	5	6	3	6	5	5.00
Responden 38	3	3	2	2	3	2	2.50
Responden 39	4	5	6	5	5	6	5.17
Responden 40	4	6	5	5	5	5	5.00
Responden 41	4	3	3	1	4	3	3.00



Responden 42	4	5	5	5	4	5	4.67
Responden 43	6	5	5	3	5	5	4.83
Responden 44	6	4	4	2	3	5	4.00
Responden 45	4	5	4	6	5	6	5.00
Responden 46	6	5	5	2	4	4	4.33
Responden 47	1	2	3	3	2	3	2.33
Responden 48	4	5	5	3	4	5	4.33
Responden 49	6	6	5	4	5	4	5.00
Responden 50	3	2	2	3	4	4	3.00
Responden 51	5	5	5	3	5	4	4.50
Responden 52	5	5	5	5	4	5	4.83
Responden 53	5	6	5	5	5	5	5.17
Responden 54	5	6	5	3	4	4	4.50
Responden 55	4	3	4	4	4	5	4.00
Responden 56	6	5	6	3	4	3	4.50
Responden 57	6	6	6	2	4	4	4.67
Responden 58	4	4	4	5	4	4	4.17
Responden 59	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 60	5	4	4	5	4	4	4.33
Responden 61	5	5	4	5	5	5	4.83
Responden 62	4	5	4	3	4	3	3.83
Responden 63	4	4	4	4	5	4	4.17
Responden 64	5	5	5	3	4	5	4.50
Responden 65	5	5	5	5	4	4	4.67
Responden 66	6	4	4	4	4	4	4.33
Responden 67	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 68	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 69	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 70	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 71	3	3	5	2	3	3	3.17
Responden 72	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 73	4	5	5	4	5	4	4.50
Responden 74	4	4	3	3	5	4	3.83
Responden 75	5	5	5	4	5	4	4.67
Responden 76	4	4	5	4	4	4	4.17
Responden 77	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 78	5	6	5	5	5	5	5.17
Responden 79	5	5	4	4	5	5	4.67
Responden 80	4	5	5	4	4	4	4.33
Responden 81	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 82	4	4	6	3	3	3	3.83
Responden 83	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 84	3	3	5	1	2	1	2.50
Responden 85	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 86	6	6	4	6	6	4	5.33

Responden 87	3	2	3	2	2	3	2.50
Responden 88	6	5	5	5	5	5	5.17
Responden 89	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 90	4	4	4	4	3	4	3.83
Responden 91	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 92	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 93	6	6	6	3	4	4	4.83
Responden 94	5	4	4	5	4	5	4.50
Responden 95	3	3	3	2	2	2	2.50
Responden 96	3	3	3	3	3	3	3.00
Responden 97	4	5	5	4	4	5	4.50
Responden 98	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 99	4	5	5	5	5	5	4.83
Responden 100	4	4	4	3	3	3	3.50
Responden 101	5	5	5	4	4	4	4.50
Responden 102	4	4	4	4	4	4	4.00
Responden 103	1	2	2	2	2	1	1.67
Responden 104	5	5	5	3	5	5	4.67
Responden 105	4	3	4	3	3	3	3.33
Responden 106	6	6	6	6	6	6	6.00
Responden 107	2	3	3	3	3	2	2.67
Responden 108	2	2	2	5	2	5	3.00
Responden 109	5	4	5	6	4	4	4.67
Responden 110	5	5	5	5	4	4	4.67
Responden 111	4	5	4	4	4	4	4.17
Responden 112	4	6	6	3	4	5	4.67
Responden 113	5	6	3	4	5	5	4.67
Responden 114	5	5	6	6	3	3	4.67
Responden 115	6	6	6	5	6	5	5.67
Responden 116	5	6	4	6	6	6	5.50
Responden 117	6	6	5	4	4	5	5.00
Responden 118	5	6	6	5	6	5	5.50
Responden 119	5	4	4	5	5	5	4.67
Responden 120	3	3	3	3	4	3	3.17
Responden 121	6	6	6	6	6	5	5.83
Responden 122	5	6	4	5	6	5	5.17
Responden 123	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 124	3	3	3	3	3	3	3.00
Responden 125	4	4	4	3	3	3	3.50
Responden 126	3	3	3	3	3	3	3.00
Responden 127	6	6	6	6	5	6	5.83
Responden 128	6	5	5	5	4	6	5.17
Responden 129	3	3	3	3	3	4	3.17
Responden 130	6	6	5	6	5	6	5.67
Responden 131	6	4	4	5	5	4	4.67

Responden 132	5	5	5	5	5	5	5.00
Responden 133	5	5	5	4	5	3	4.50
Responden 134	4	4	3	4	3	3	3.50
Responden 135	4	5	4	5	4	4	4.33
Responden 136	4	5	4	5	4	3	4.17
Responden 137	5	5	5	5	3	5	4.67
Responden 138	6	4	5	5	3	5	4.67
Responden 139	6	4	5	6	5	5	5.17
Responden 140	6	4	5	6	5	6	5.33

### Variabel Kualitas Informasi

RESPONDEN	Kualitas Informasi			
	KI1	KI2	KI3	X6
Responden 1	5	4	5	4.67
Responden 2	5	5	5	5.00
Responden 3	4	3	5	4.00
Responden 4	4	3	5	4.00
Responden 5	4	5	4	4.33
Responden 6	4	4	5	4.33
Responden 7	6	6	6	6.00
Responden 8	5	4	5	4.67
Responden 9	4	3	5	4.00
Responden 10	5	5	5	5.00
Responden 11	5	5	5	5.00
Responden 12	5	6	4	5.00
Responden 13	5	5	4	4.67
Responden 14	5	5	5	5.00
Responden 15	4	4	5	4.33
Responden 16	3	4	5	4.00
Responden 17	5	4	4	4.33
Responden 18	4	2	4	3.33
Responden 19	5	4	5	4.67
Responden 20	5	4	5	4.67
Responden 21	5	4	5	4.67
Responden 22	5	5	5	5.00
Responden 23	4	2	5	3.67
Responden 24	3	4	5	4.00
Responden 25	3	4	4	3.67
Responden 26	5	4	3	4.00
Responden 27	6	6	6	6.00
Responden 28	5	4	5	4.67
Responden 29	5	4	5	4.67
Responden 30	5	4	5	4.67

Responden 31	4	3	4	3.67
Responden 32	3	4	5	4.00
Responden 33	5	5	4	4.67
Responden 34	4	4	4	4.00
Responden 35	4	4	3	3.67
Responden 36	5	4	5	4.67
Responden 37	6	6	5	5.67
Responden 38	2	3	2	2.33
Responden 39	5	5	5	5.00
Responden 40	6	5	5	5.33
Responden 41	5	2	3	3.33
Responden 42	5	3	4	4.00
Responden 43	4	5	6	5.00
Responden 44	4	4	4	4.00
Responden 45	3	4	4	3.67
Responden 46	5	5	6	5.33
Responden 47	2	2	2	2.00
Responden 48	5	4	4	4.33
Responden 49	3	4	6	4.33
Responden 50	3	3	3	3.00
Responden 51	4	4	5	4.33
Responden 52	3	2	3	2.67
Responden 53	5	5	4	4.67
Responden 54	5	6	5	5.33
Responden 55	4	4	3	3.67
Responden 56	4	3	4	3.67
Responden 57	4	4	5	4.33
Responden 58	5	4	6	5.00
Responden 59	5	5	5	5.00
Responden 60	6	6	5	5.67
Responden 61	4	3	3	3.33
Responden 62	4	4	4	4.00
Responden 63	4	4	4	4.00
Responden 64	6	6	6	6.00
Responden 65	4	4	4	4.00
Responden 66	4	4	4	4.00
Responden 67	5	5	5	5.00
Responden 68	5	5	5	5.00
Responden 69	5	5	5	5.00
Responden 70	4	4	4	4.00
Responden 71	3	3	3	3.00
Responden 72	6	6	6	6.00
Responden 73	5	5	5	5.00
Responden 74	3	4	3	3.33
Responden 75	4	4	5	4.33

Responden 76	3	3	4	3.33
Responden 77	5	5	5	5.00
Responden 78	6	5	4	5.00
Responden 79	5	4	4	4.33
Responden 80	4	5	5	4.67
Responden 81	5	5	5	5.00
Responden 82	4	3	4	3.67
Responden 83	5	6	5	5.33
Responden 84	3	3	3	3.00
Responden 85	4	3	4	3.67
Responden 86	6	6	6	6.00
Responden 87	5	5	5	5.00
Responden 88	5	5	4	4.67
Responden 89	4	4	4	4.00
Responden 90	4	4	4	4.00
Responden 91	6	6	6	6.00
Responden 92	6	5	6	5.67
Responden 93	4	4	4	4.00
Responden 94	4	5	5	4.67
Responden 95	1	2	2	1.67
Responden 96	2	2	2	2.00
Responden 97	5	4	4	4.33
Responden 98	6	6	6	6.00
Responden 99	4	4	4	4.00
Responden 100	3	3	3	3.00
Responden 101	4	4	3	3.67
Responden 102	5	5	5	5.00
Responden 103	2	2	1	1.67
Responden 104	5	5	5	5.00
Responden 105	4	3	4	3.67
Responden 106	5	4	5	4.67
Responden 107	3	3	3	3.00
Responden 108	1	3	4	2.67
Responden 109	5	4	4	4.33
Responden 110	4	4	5	4.33
Responden 111	5	4	4	4.33
Responden 112	6	2	5	4.33
Responden 113	3	4	4	3.67
Responden 114	4	5	3	4.00
Responden 115	5	5	5	5.00
Responden 116	5	6	6	5.67
Responden 117	5	5	5	5.00
Responden 118	4	5	5	4.67
Responden 119	4	4	4	4.00
Responden 120	3	3	3	3.00

Responden 121	5	5	6	5.33
Responden 122	4	5	3	4.00
Responden 123	6	6	6	6.00
Responden 124	3	3	3	3.00
Responden 125	3	3	3	3.00
Responden 126	3	3	3	3.00
Responden 127	5	6	6	5.67
Responden 128	4	5	3	4.00
Responden 129	5	4	5	4.67
Responden 130	4	4	4	4.00
Responden 131	5	4	4	4.33
Responden 132	5	5	5	5.00
Responden 133	5	5	5	5.00
Responden 134	5	5	6	5.33
Responden 135	5	5	5	5.00
Responden 136	6	6	5	5.67
Responden 137	6	4	4	4.67
Responden 138	6	4	4	4.67
Responden 139	6	5	4	5.00
Responden 140	4	5	5	4.67

### Minat Menggunakan Internet Banking

RESPONDEN	Minat			
	MI1	MI2	MI3	Y
Responden 1	4	4	4	4.00
Responden 2	5	4	3	4.00
Responden 3	5	5	4	4.67
Responden 4	5	5	3	4.33
Responden 5	4	5	4	4.33
Responden 6	4	4	3	3.67
Responden 7	5	6	4	5.00
Responden 8	5	5	4	4.67
Responden 9	3	3	4	3.33
Responden 10	5	6	4	5.00
Responden 11	5	4	4	4.33
Responden 12	4	5	5	4.67
Responden 13	5	5	4	4.67
Responden 14	4	2	3	3.00
Responden 15	4	5	4	4.33
Responden 16	6	5	4	5.00
Responden 17	5	4	5	4.67
Responden 18	4	5	2	3.67
Responden 19	4	5	4	4.33

Responden 20	4	4	5	4.33
Responden 21	4	4	4	4.00
Responden 22	4	4	2	3.33
Responden 23	3	5	4	4.00
Responden 24	5	4	3	4.00
Responden 25	3	4	4	3.67
Responden 26	3	4	4	3.67
Responden 27	5	6	6	5.67
Responden 28	5	5	6	5.33
Responden 29	6	3	4	4.33
Responden 30	5	5	6	5.33
Responden 31	4	5	6	5.00
Responden 32	3	6	4	4.33
Responden 33	5	4	5	4.67
Responden 34	5	3	4	4.00
Responden 35	4	5	4	4.33
Responden 36	6	5	4	5.00
Responden 37	6	5	5	5.33
Responden 38	3	3	2	2.67
Responden 39	5	6	4	5.00
Responden 40	4	5	5	4.67
Responden 41	4	4	5	4.33
Responden 42	4	5	5	4.67
Responden 43	3	4	6	4.33
Responden 44	3	5	4	4.00
Responden 45	3	4	4	3.67
Responden 46	3	5	4	4.00
Responden 47	3	3	3	3.00
Responden 48	5	5	4	4.67
Responden 49	5	6	2	4.33
Responden 50	3	4	3	3.33
Responden 51	4	5	4	4.33
Responden 52	4	3	4	3.67
Responden 53	5	6	4	5.00
Responden 54	5	4	5	4.67
Responden 55	3	4	4	3.67
Responden 56	5	4	4	4.33
Responden 57	4	5	4	4.33
Responden 58	4	4	6	4.67
Responden 59	4	4	3	3.67
Responden 60	5	5	5	5.00
Responden 61	5	5	5	5.00
Responden 62	3	5	3	3.67
Responden 63	3	4	4	3.67
Responden 64	6	6	6	6.00

Responden 65	5	5	5	5.00
Responden 66	4	4	4	4.00
Responden 67	4	4	4	4.00
Responden 68	5	5	5	5.00
Responden 69	4	4	4	4.00
Responden 70	4	4	4	4.00
Responden 71	5	5	5	5.00
Responden 72	6	6	6	6.00
Responden 73	5	5	5	5.00
Responden 74	3	5	1	3.00
Responden 75	3	4	3	3.33
Responden 76	3	5	4	4.00
Responden 77	5	5	5	5.00
Responden 78	4	5	4	4.33
Responden 79	5	4	5	4.67
Responden 80	5	5	4	4.67
Responden 81	4	5	4	4.33
Responden 82	4	4	5	4.33
Responden 83	6	6	6	6.00
Responden 84	3	3	3	3.00
Responden 85	3	3	4	3.33
Responden 86	6	6	6	6.00
Responden 87	3	3	3	3.00
Responden 88	5	6	5	5.33
Responden 89	4	4	4	4.00
Responden 90	4	4	3	3.67
Responden 91	6	6	6	6.00
Responden 92	5	4	4	4.33
Responden 93	6	5	3	4.67
Responden 94	5	4	5	4.67
Responden 95	2	2	3	2.33
Responden 96	4	4	3	3.67
Responden 97	5	5	4	4.67
Responden 98	6	6	6	6.00
Responden 99	4	5	5	4.67
Responden 100	4	4	4	4.00
Responden 101	5	3	3	3.67
Responden 102	5	5	5	5.00
Responden 103	3	3	3	3.00
Responden 104	4	4	4	4.00
Responden 105	5	4	5	4.67
Responden 106	5	5	5	5.00
Responden 107	3	2	2	2.33
Responden 108	2	1	1	1.33
Responden 109	4	4	4	4.00



Responden 110	4	3	4	3.67
Responden 111	4	4	4	4.00
Responden 112	5	3	3	3.67
Responden 113	4	4	5	4.33
Responden 114	3	3	2	2.67
Responden 115	5	5	6	5.33
Responden 116	6	5	6	5.67
Responden 117	5	5	5	5.00
Responden 118	5	5	4	4.67
Responden 119	5	5	5	5.00
Responden 120	3	2	2	2.33
Responden 121	6	6	6	6.00
Responden 122	4	5	4	4.33
Responden 123	5	5	5	5.00
Responden 124	3	3	3	3.00
Responden 125	3	3	3	3.00
Responden 126	3	3	3	3.00
Responden 127	6	6	6	6.00
Responden 128	6	6	4	5.33
Responden 129	4	3	4	3.67
Responden 130	4	5	5	4.67
Responden 131	5	5	4	4.67
Responden 132	5	5	5	5.00
Responden 133	4	5	5	4.67
Responden 134	4	4	4	4.00
Responden 135	4	4	4	4.00
Responden 136	5	4	5	4.67
Responden 137	5	4	4	4.33
Responden 138	5	4	4	4.33
Responden 139	3	5	4	4.00
Responden 140	3	5	5	4.33

### LAMPIRAN 3 : Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisisioner langsung yang memenuhi syarat	82	58.57%
Kuisisioner on-line yang memenuhi syarat	58	41,43%
Total kuisisioner yang memenuhi syarat	140	100%

### LAMPIRAN 4 : Klasifikasi Responden

#### Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

USIA	Jumlah	%
<20	4	2,86%
21-25	32	22,86%
26-30	54	38,57%
31-35	19	13,57%
36-40	17	12,14%
>40	14	10%
TOTAL	140	100%

### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	Jumlah	%
LAKI-LAKI	87	62.14%
PEREMPUAN	53	37.86%
TOTAL	140	100%

### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Bank yang digunakan Responden**

NAMA BANK	Jumlah	%
MANDIRI	57	40,71
BNI	31	22,14
BCA	23	16,43
BRI	19	13,57
CIMB NIAGA	10	7,14
TOTAL	140	100%

## LAMPIRAN 5 : Hasil Statistik Deskriptif

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	140	1.71	6.00	4.5142	.87749
X2	140	2.00	6.00	4.7884	.88811
X3	140	1.67	6.00	4.2096	.91273
X4	140	2.00	6.00	4.3241	.89724
X5	140	1.67	6.00	4.4159	.81940
X6	140	1.67	6.00	4.3575	.91494
Y	140	1.33	6.00	4.3049	.84878
Valid N (listwise)	140				

## LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas

### Variabel Kemudahan Penggunaan

#### Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	X1
KP1 Pearson Correlation	1	.716**	.662**	.691**	.461**	.586**	.388**	.813**
Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP2 Pearson Correlation	.716**	1	.712**	.753**	.479**	.651**	.447**	.858**
Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP3 Pearson Correlation	.662**	.712**	1	.766**	.491**	.658**	.394**	.844**
Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP4 Pearson Correlation	.691**	.753**	.766**	1	.471**	.645**	.396**	.851**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP5 Pearson Correlation	.461**	.479**	.491**	.471**	1	.621**	.316**	.704**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP6 Pearson Correlation	.586**	.651**	.658**	.645**	.621**	1	.431**	.828**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
KP7 Pearson Correlation	.388**	.447**	.394**	.396**	.316**	.431**	1	.620**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X1 Pearson Correlation	.813**	.858**	.844**	.851**	.704**	.828**	.620**	1
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	140	140	140	140	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Variabel Manfaat

### Correlations

		MN1	MN2	MN3	X2
MN1	Pearson Correlation	1	.725**	.709**	.898**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
MN2	Pearson Correlation	.725**	1	.735**	.905**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
MN3	Pearson Correlation	.709**	.735**	1	.906**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
X2	Pearson Correlation	.898**	.905**	.906**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Variabel Keamanan

### Correlations

		KA1	KA2	KA3	X3
KA1	Pearson Correlation	1	.504**	.713**	.863**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
KA2	Pearson Correlation	.504**	1	.525**	.816**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
KA3	Pearson Correlation	.713**	.525**	1	.865**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
X3	Pearson Correlation	.863**	.816**	.865**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Variabel Privasi

### Correlations

		PR1	PR2	PR3	X4
PR1	Pearson Correlation	1	.427**	.628**	.816**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
PR2	Pearson Correlation	.427**	1	.515**	.808**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
PR3	Pearson Correlation	.628**	.515**	1	.852**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
X4	Pearson Correlation	.816**	.808**	.852**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Variabel Kepercayaan

### Correlations

		KY1	KY2	KY3	KY4	KY5	KY6	X5
KY1	Pearson Correlation	1	.729**	.617**	.385**	.644**	.586**	.826**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
KY2	Pearson Correlation	.729**	1	.642**	.397**	.701**	.542**	.838**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
KY3	Pearson Correlation	.617**	.642**	1	.371**	.503**	.468**	.749**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
KY4	Pearson Correlation	.385**	.397**	.371**	1	.484**	.614**	.703**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
KY5	Pearson Correlation	.644**	.701**	.503**	.484**	1	.662**	.833**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
KY6	Pearson Correlation	.586**	.542**	.468**	.614**	.662**	1	.812**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X5	Pearson Correlation	.826**	.838**	.749**	.703**	.833**	.812**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Variabel Kualitas Informasi

### Correlations

		KI1	KI2	KI3	X6
KI1	Pearson Correlation	1	.671**	.637**	.880**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
KI2	Pearson Correlation	.671**	1	.642**	.882**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
KI3	Pearson Correlation	.637**	.642**	1	.864**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
X6	Pearson Correlation	.880**	.882**	.864**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Minat Menggunakan Internet Banking

### Correlations

		MI1	MI2	MI3	Y
MI1	Pearson Correlation	1	.555**	.524**	.824**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
MI2	Pearson Correlation	.555**	1	.540**	.836**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
MI3	Pearson Correlation	.524**	.540**	1	.837**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
Y	Pearson Correlation	.824**	.836**	.837**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Kemudahan Penggunaan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	7

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	27.2929	27.892	.736	.875
KP2	27.1143	27.469	.799	.867
KP3	27.1571	27.673	.779	.870
KP4	27.1143	27.397	.788	.868
KP5	27.1000	28.652	.579	.894
KP6	26.9286	28.254	.762	.872
KP7	26.8929	29.996	.476	.906



## Reliability Manfaat

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MN1	9.5786	3.368	.769	.847
MN2	9.6214	3.402	.790	.829
MN3	9.5286	3.229	.778	.840

## Reliability Keamanan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KA1	8.3571	3.598	.685	.682
KA2	8.5214	3.618	.555	.831
KA3	8.3786	3.791	.708	.667

## Reliability Privasi

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PR1	8.4500	3.746	.596	.674
PR2	8.9500	3.458	.522	.772
PR3	8.5429	3.602	.671	.595

## Reliability Kepercayaan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KY1	21.8714	16.919	.739	.848
KY2	21.9429	16.587	.753	.845
KY3	21.9429	17.882	.639	.864
KY4	22.3571	17.253	.540	.887
KY5	22.1929	17.150	.754	.846
KY6	22.1571	17.356	.724	.851

## Reliability Kualitas Informasi

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KI1	8.6571	3.536	.722	.782
KI2	8.8357	3.534	.726	.778
KI3	8.6500	3.740	.700	.803

## Reliability Minat Menggunakan Internet Banking

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	140	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MI1	8.5929	3.337	.614	.700
MI2	8.4857	3.216	.626	.686
MI3	8.7500	3.052	.603	.714

## LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Hipotesis

**Variables Entered/Removed** <sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X6, X2, X4, X3, X1, X5 <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 <sup>a</sup>	.647	.631	.51583

a. Predictors: (Constant), X6, X2, X4, X3, X1, X5

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.749	6	10.792	40.557	.000 <sup>a</sup>
	Residual	35.389	133	.266		
	Total	100.138	139			

a. Predictors: (Constant), X6, X2, X4, X3, X1, X5

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.016	.287		.057	.955
	X1	.147	.074	.152	1.998	.048
	X2	.149	.065	.156	2.292	.023
	X3	.139	.070	.150	1.995	.048
	X4	.195	.075	.206	2.600	.010
	X5	.186	.087	.179	2.123	.036
	X6	.152	.072	.164	2.103	.037

a. Dependent Variable: Y