

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN NASABAH
DALAM PENGGUNAAN ONLINE BANKING**

(Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Farida Hidayati

Nomor Mahasiswa : 09312347

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2013

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN NASABAH
DALAM PENGGUNAAN ONLINE BANKING
(Studi Empiris pada Mahasiswa 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 : Farida Hidayati

No. Mahasiswa : 09312347

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2013

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, 11 Februari 2013

Penyusun,



(Farida Hidayati)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN ONLINE BANKING

(Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal... 14 - 2 - 2013

Dosen Pembimbing,

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Dalam
Penggunaan Online Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di
Yogyakarta)

Disusun Oleh: **FARIDA HIDAYATI**
Nomor Mahasiswa: **09312347**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 11 Maret 2013

Penguji/Pemb. Skripsi : Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si, Ak
Penguji : Rifqi Muhammad, SE, M.Sc, SAS



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

Motto

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Asy Syarh ayat 6-8)

“Allah S.W.T tidak akan memberikan beban kepada orang yang tidak mampu menanggungnya”

(Q.S Al Baqarah 2:86)

“Jika kamu ingin melihat lembah, naiklah ke puncak gunung. Jika kamu ingin melihat puncak gunung, terbanglah ke awan. Tapi, jika kamu ingin mengerti awan, pejamkan mata dan berfikirilah.”

(Kahlil Gibran)

“Manusia yang sempurna bukan manusia yang tidak pernah melakukan kesalahan tetapi yang melakukan dan bisa belajar dari kesalahan tersebut”

Halaman Persembahan

Kupersembahkan karya kecilku untuk:

- *Orang Tuaku tercinta, terima kasih untuk semua yang telah kalian berikan tanpa do'a dari kalian semua ini tidak akan pernah terwujud*
- *Kakakku tersayang Ana dan Arief*
- *Serta keluarga besar dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan motivasi dan membuat hari-hariku berwarna selama ini*

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir tentang **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah dalam Penggunaan Online Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta).**

Penyusunan penulisan tugas akhir ini merupakan syarat bagi salah satu mahasiswa untuk menyelesaikan jenjang studi Strata-1 di Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dengan tersusunnya penulisan tugas akhir ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. **Allah SWT**, segala puji syukur penulis haturkan, atas karunia dan kasih sayang-Nya sehingga penulis masih diberi kekuatan, kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan studi ini dengan baik.
2. **Bapak Prof. DR. Edy Suandi Hamid, M.Ec** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. **Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma MBA**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4. **Ibu Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si., Ak** selaku Dosen Pembimbing yang dengan ikhlas dan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
5. **Segenap Dosen** Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang sudah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah.
6. **Kedua orang tuaku** tercinta yang tidak pernah henti-hentinya berdoa, memberikan dorongan, nasehat, materi dan banyak hal yang aku rasakan tetapi tidak dapat kuungkapkan, semoga ALLAH SWT selalu memberi rahmat dan hidayah bagi kita. Amin.
7. **Kakakku** Ana, Arief, Iwan dan Risa yang dengan sabar menjagaku, membimbingku dan menasehatiku.
8. **Teman-temanku tersayang** Andos, Fanny, Sela, Syara kalian adalah temen curhat sepanjang masa, yang telah memberikan keceriaan, kebahagiaan, motivasi, dukungan, berbagi keluh kesah, suka duka, tangis haru, saran dan kritik hingga saat ini. Terima kasih untuk semuanya, semoga kebersamaan kita akan tetap terjaga.
9. **Teman-teman terbaikku** Lollipop friends, Wirda, Tiko, Hanipo, Sipit, Nena terimakasih atas motivasi dan sarannya selama ini. Semoga silaturahmi yang sudah terjalin dapat tetap terjaga.
10. **Teman-teman KKN Unit 119** Endro, Menur, Linda, Yulita, Anshor, Mas Andi. Terima kasih banyak atas kerja sama dan pengalaman yang luar biasa selama di hutan rimba.

11. **Keluarga besar kos laris** Rizka, Winda, Aida, Mb Yon, Mb Ade, Nufi, Hanif, Ipit, Liandra, Tari kalian adalah keluargaku, teman seataapku selama aku di Jogja. Terima kasih atas kebaikan kalian selama ini. Semoga kekeluargaan kita tak akan pernah putus.
12. **Para responden** yang telah bersedia mengisi kuesioner yang turut serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
13. **Semua pihak** yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala bantuan dan kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tidak ada manusia yang sempurna di dunia ini. Oleh karena itu, apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan maupun kekurangan, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan dalam skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk masyarakat, lembaga atau instansi yang terkait dan mahasiswa pada umumnya serta penulis pada khususnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Februari 2013

Penyusun,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Farida Hidayati', with a stylized flourish at the end.

Farida Hidayati

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Berita Acara ujian Skripsi	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7

1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Pembahasan	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Informasi	10
2.2 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan	12
2.3 Online Banking	14
2.4 Konsep Model Penerimaan Teknologi (TAM)	17
2.5 Variabel-variabel Penelitian	20
2.5.1 Perceived Usefulness	20
2.5.2 Perceived Ease of Use	21
2.5.3 Computer Self Efficacy	22
2.5.4 Security and Privacy	23
2.5.5 Trust	23
2.5.6 Intention to Use (Minat Penggunaan)	25
2.6 Penelitian Terdahulu	25
2.7 Kerangka Pengembangan Hipotesis	28
2.8 Model Penelitian	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel	34
3.2 Sumber Data	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	35

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	39
3.5.1 Uji Validitas	39
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.2.1 Uji Normalitas Data	42
3.6.2.2 Uji Multikolonieritas	43
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.7 Pengujian Hipotesis	44
3.7.1 Uji t	44
3.8 Hipotesis Operasional	45
 BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Pengumpulan Data	48
4.2 Deskripsi Responden	48
4.2.1 Jenis Kelamin	48
4.2.2 Usia	49
4.2.3 Jenjang Pendidikan	50
4.2.4 Keterwakilan Bank	50
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	51

4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.6 Uji Hipotesis	60
4.7 Pembahasan	63
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 implikasi Hasil Penelitian	69
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
5.4 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN - LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Data kuesioner yang disebar	48
4.2 Jenis Kelamin Responden	49
4.3 Usia Responden	49
4.4 Jenjang Pendidikan Responden	50
4.5 Keterwakilan Bank	51
4.6 Hasil Uji Validitas	51
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.8 Hasil Uji Normalitas	55
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	56
4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.12 Hasil Pengujian Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Technology Acceptance Model	17
2. Model Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Kuesioner	75
2. Tabulasi	82
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Per-Variabel	91
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	98
5. Hasil Uji Hipotesis	101

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah dalam Penggunaan Online Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)” yang bertujuan untuk menguji apakah faktor perceived usefulness, perceived ease of use, computer self efficacy, security and privacy, dan trust berpengaruh positif terhadap minat penggunaan online banking. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai dasar penelitian.

Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa di Yogyakarta yang pernah menggunakan online banking yang ditemui oleh peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung. Sampel ini diambil dengan menggunakan teknik insidental sampling, dari seluruh kuesioner yang tersebar sejumlah 120 yang dapat diolah sebanyak 110 Sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.0.

Dari lima hipotesis yang diujikan pada penelitian ini, ada empat 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 : perceived usefulness, perceived ease of use, computer self efficacy, security and privacy, trust, online banking.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Kemajuan pesat di bidang teknologi, terutama teknologi telekomunikasi menyebabkan meningkatnya arus informasi. Teknologi telekomunikasi dan informasi kini menjadi alat yang sangat efektif untuk mengubah efisiensi dan efektivitas interaksi manusia. Dalam perkembangan saat ini, teknologi telekomunikasi dan informasi tidak hanya menjadi instrumen peningkatan efektivitas dan efisiensi bisnis, tetapi juga telah menjadi area bisnis yang menjanjikan, yang banyak diperebutkan pelaku usaha karena potensi yang luar biasa.

Sejalan dengan perkembangan perekonomian dewasa ini, pemanfaatan teknologi merupakan suatu keharusan bagi dunia perbankan, karena dalam banyak hal peranannya sangat potensial dalam pengembangan dan penyediaan berbagai produk baru atau fasilitas pelayanan jasa perbankan. Berbagai macam produk perbankan yang banyak didukung oleh teknologi tinggi telah diciptakan untuk melayani kebutuhan para pengguna jasa perbankan. Jasa layanan perbankan dalam bentuk produk-produk perbankan berteknologi tinggi tersebut memberikan kemudahan kepada pengguna jasa perbankan guna mendukung setiap aktivitasnya yang memerlukan jasa layanan perbankan (www.bi.go.id).

Integrasi antar teknologi semakin membawa kemudahan bagi masyarakat, salah satu yang paling mudah dirasakan adalah kehadiran teknologi internet yang memberi manfaat komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu. Internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi, bisnis dan lainnya. Teknologi internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan organisasi di seluruh dunia. Setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi internet begitu populer. Keenam alasan tersebut adalah internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas, dapat mengurangi biaya agency, interaktif, fleksibel, dan mudah, serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat (Laudon dan Laudon, 2000).

Salah satu perkembangan teknologi internet yang dimanfaatkan oleh dunia bisnis adalah dalam hal *online banking*. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *online banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *mendelivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan

sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. *Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Bank sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pada umumnya memberikan pelayanan konvensional. Seiring dengan perkembangannya, industri perbankan juga dituntut untuk mengikuti perkembangan dengan meningkatkan mutu dan kualitas sehingga dapat bersaing antar usaha yang bergerak dalam bidang yang sama. Oleh karena pesatnya perkembangan yang menuntut pelayanan dan kualitas yang baik, maka industri Perbankan menggunakan salah satu fasilitas yang lahir dari perkembangan Teknologi Informasi yaitu layanan *online banking* yang sudah mulai banyak digunakan dan mendapat perhatian luas dari praktisi dan akademisi. *Online banking* memberikan keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi nasabah, *online banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *online banking* bagi bank adalah

bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur perbankan, tetapi *online banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan dalam penggunaannya. Masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *online banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan. *Online banking* yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi. Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *online* atas dasar penerimaan konsumen terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dapat digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi. TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal *usefulness* (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya) dan *ease of use* (dimana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa sistem ini mudah dalam penggunaannya).

Pada penelitian sebelumnya dilakukan Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *online banking* oleh penggunanya dengan menggunakan TAM. Penelitian ini

dilakukan pada pengguna *online banking* di 8 bank yang berada di Surabaya yang menyediakan layanan *online banking*. Variabel yang diuji adalah kemampuan nasabah menggunakan komputer (*computer self efficacy*), persepsi nasabah terhadap manfaat *online banking* (*perceived usefulness*), persepsi nasabah terhadap kemudahan menggunakan *online banking* (*perceived ease of use*), persepsi nasabah terhadap kredibilitas *online banking* (*perceived credibility*), dan minat nasabah menggunakan *online banking* (*behavioral intention*). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada tahun dan lokasi yang diteliti dimana penelitian ini berlokasi di wilayah Yogyakarta. Peneliti mencoba melakukan penelitian tersebut untuk menguji kembali dengan menambahkan variabel kepercayaan (*trust*).

Berdasarkan pada latar belakang inilah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *online banking*, sehingga judul yang diambil dalam penelitian ini adalah: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN ONLINE BANKING (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan permasalahan yang akan dijadikan pokok bahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* ?

2. Apakah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* ?
3. Apakah *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* ?
4. Apakah *security and privacy* (keamanan dan privasi) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* ?
5. Apakah *trust* (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* ?

1.3.Batasan Masalah

Untuk pelaksanaan penelitian, maka terlebih dahulu peneliti akan menentukan apa sebenarnya yang akan diteliti. Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka disini peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking* yang ditemui oleh peneliti.
2. Variabel independen penelitian ini ada 5 yaitu : *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer), *security and privacy* (keamanan dan privasi) dan *trust* (kepercayaan). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah minat penggunaan *online banking*.

1.4.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan computer), *security and privacy* (keamanan dan privasi), dan *trust* (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

1.5.Manfaat Penelitian

1. Bagi dunia perbankan

Memberikan masukan kepada pengelola *online banking* sebagai dasar evaluasi konsumen terhadap *online banking*, sehingga dapat membantu perusahaan untuk menetapkan kebijakan perusahaan terutama dalam perbaikan layanan *online banking*.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman. Dan gambaran pelaksanaan teori dalam dunia kerja nyata, serta mengetahui berbagai informasi mengenai layanan *online banking*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai *online banking*, khususnya penelitian mengenai *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use*

(persepsi kemudahan penggunaan), *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan computer), *security and privacy* (keamanan dan privasi), dan *trust* (kepercayaan) terhadap minat penggunaan *online banking*.

1.6.Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun atas 5 (lima) bab agar mempunyai suatu susunan yang sistematis, dapat memudahkan untuk mengetahui dan memahami hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lain sebagai suatu rangkaian yang konsisten. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas kajian pustaka yang memusat teori-teori yang relevan dan mendukung analisis serta pemecahan masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Bab ini juga berisi uraian hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, serta model penelitian yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi dan definisi operasional variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang deskripsi responden, hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrument yang digunakan, hasil pengujian hipotesis, dan uraian analisis data yang berisi hasil penolahan data serta interpretasi terhadap hasil tersebut.

BAB V : SIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

Bab ini merupakan simpulan dari hasil penelitian, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teknologi Informasi

Menurut Haag dan Keen (1996:29) dalam Ardy (2008), Teknologi informasi adalah seperangkat alat untuk membantu dalam memudahkan pelaksanaan tugas melalui proses informasi. Sedangkan menurut Williams dan Swayer (2003), Teknologi Informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video. Begitu pula menurut Almuntha (2008), Teknologi Informasi didefinisikan 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 informasi memainkan peranan penting dalam perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O'Brien, 2005:76 dalam Amijaya, 2010). Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat

ini sangat besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi. Berkat teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan manusia. Menurut Kadir (2003), peranan teknologi informasi meliputi :

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
3. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

Pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal dapat digunakan untuk membentuk strategi menuju keunggulan yang kompetitif (O'Brien, 2005 dalam Amijaya, 2010) dengan cara:

1. Strategi biaya : meminimalisir biaya/memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan biaya dari pemasok, dan meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.
2. Strategi diferensiasi : mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing, sehingga pelanggan menggunakan produk/jasa karena adanya manfaat atau fitur yang unik.

3. Strategi inovasi : memperkenalkan produk/jasa yang unik, atau membuat perubahan dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.
4. Strategi pertumbuhan : mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan, melakukan ekspansi ke dalam pemasaran global, melakukan diversifikasi produk/jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk/jasa yang terkait.
5. Strategi aliansi : membentuk hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan lain-lain.

2.2.Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan

Teknologi informasi ikut mewarnai dunia 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 dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, yang selanjutnya disebut ATM. Melalui ATM memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa harus tergantung oleh jam kerja bank. Menurut Kadir (2003:22) ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang dari ATM bank lain.

Pada tahap selanjutnya, pihak bank juga mengembangkan layanan dengan telepon, yang memperkenalkan nasabah memeriksa saldo tabungan dengan berinteraksi dengan mesin yang siap melayani setiap waktu selama 24 jam. Tentu saja

langkah bank tidak berhenti sampai di sini, 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 (Nurastuti, 2005).

Di Indonesia, *internet banking* telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun yang lalu. *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 transaction*). *Communicative internet banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan baik 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 (www.bi.go.id).

Masih banyak aplikasi lain dalam dunia perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi. Beberapa bank memperkenalkan layanan yang disebut layanan bergerak, yang memungkinkan pemakai mengecek saldo tabungan atau melakukan transaksi seperti pemindah-bukuan melalui ponsel.

2.3. Online Banking

Online (internet) banking merupakan bagian dari *Electronik Banking* atau *E-Banking*. Definisi *online banking* mengacu pada sistem yang memungkinkan nasabah mengakses accountnya dan informasi yang umum pada produk atau pelayanan melalui PC atau device yang lainnya. Pelayanan *Online Banking* termasuk menyediakan akses internet sebagai sebuah *Internet Service Provider* (ISP), dimana sebuah bank menyediakan pelayanan yang dimilikinya kepada nasabah melalui koneksi internet ke sistem dari bank tersebut. Pikkarainen *et al.* (2004: 204) mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Daniel (1999), Mols (1998) dan Sathye (1999) dalam Mukherjee dan Nath (2003: 5) mengartikan *online banking* sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Berdasarkan beberapa definisi mengenai *online banking* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah (Irmadhani dan Nugroho, 2012).

Layanan *online banking* diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada nasabah. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari suatu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan. Dengan adanya situs ini, nasabah suatu bank akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan karena mereka dapat mengakses situs tersebut dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya seperti cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher prabayar, dan lain-lain, di mana saja dan kapan saja, asalkan memiliki koneksi ke internet. Kemudahan lainnya ialah karena situs itu sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga nasabah dapat secara langsung mengakses.

Selain bermanfaat bagi nasabah, penggunaan *online banking* juga bermanfaat bagi pihak bank. Manfaat internet bagi pihak bank adalah sebagai berikut (Budi Raharjo, 2001) :

1. *Business Expansion*. Dahulu sebuah bank harus memiliki sebuah kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu. 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 *online banking* dan *phone banking* yang dengan menggunakan teknologi tersebut mulai menghilangkan batas fisik, batas ruang dan waktu.

Layanan perbankan dapat di akses dari mana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan di seluruh dunia.

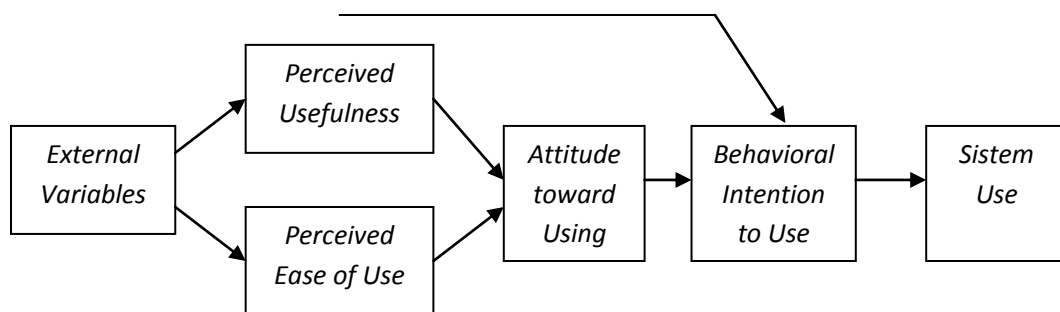
2. *Customer Loyalty*. Nasabah, khususnya yang sering bergerak (*mobile*), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat. Dia dapat menggunakan satu bank saja.
3. *Revenue and Cost Improvement*. Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *online banking* dapat lebih murah dari pada membuka kantor cabang.
4. *Competitive Advantage*. Bank yang tidak memiliki mesin ATM akan sukar berkompetisi dengan bank yang memiliki banyak mesin ATM. Demikian pula bank yang memiliki *online banking* akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *online banking*. Dalam waktu dekat, orang tidak ingin membuka account di bank yang tidak memiliki fasilitas *online banking*.
5. *New Business Model*. *Online banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.

Meskipun berbagai keuntungan ditawarkan, teknologi *online banking* juga tidak luput dari kelemahan. Perkembangan *online banking* memerlukan suatu pengenalan nilai-nilai konsumen untuk membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dengan konsumen di era electronic (Shergill dan Li, 2005). Dalam *online banking*, adanya pemisahan secara fisik antara bank dengan konsumennya dan tidak

adanya interaksi secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank dalam *online banking* menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank (Mukherjee dan Nath, 2003). Dalam transaksi ekonomi terdapat interaksi antara penjual dan pembeli untuk memperkuat hubungan jangka panjang, begitu juga dalam transaksi pada *online banking*, pihak bank harus mencitrakan dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Agar nasabah dapat merasa aman dan percaya untuk melakukan transaksi lewat layanan *online banking*.

2.4.Konsep Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

TAM merupakan hasil pengembangan dari adaptasi dari *Theory of Reasoned Action Model (TRA)* dan *Theory Planned Behavior (TPB)*. TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi kemanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan). Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):



Gambar 1. *Technology Acceptance Model* (Davis, et al. 1989)

Menurut perspektif praktisi, TAM berguna untuk memprediksi apakah pengguna akan mengadopsi suatu teknologi baru. Penerimaan merupakan kunci keberhasilan dalam memilih dan memakai teknologi. TAM mencoba melakukan tes dan prediksi mengapa orang menerima atau menolak teknologi. Davis (1989) mengemukakan bahwa orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi sampai pada suatu tingkat kepercayaan bahwa hal ini akan membantu kinerja, sehingga pekerjaan mereka menjadi lebih baik. Variabel tersebut berkaitan dengan persepsi kemanfaatan dari teknologi informasi. Tetapi, meskipun pengguna potensial percaya bahwa suatu aplikasi bermanfaat, waktu yang sama timbul kepercayaan bahwa sistem tersebut terlalu sulit untuk digunakan sehingga keuntungan kinerja yang dapat diraih melalui penggunaan tidak sebanding dengan usaha untuk menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, kemanfaatan dalam penggunaan secara teori dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Dalam model penelitian yang dibuat oleh Davis (1989), ada dua konstruk yang dianggap paling berpengaruh terhadap *user acceptance of information technology*, yaitu manfaat persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian.

Manfaat persepsian didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Kegunaan (*usefull*) oleh Plefer (1982) dalam Davis (1989) didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan keunggulan tersendiri bagi penggunanya. Berdasarkan teori motivasi yang diungkapkan penerimaan teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua tipe motivasi, yaitu ekstrinsik dan intrinsik. Motivasi intrinsik timbul karena adanya

ekspektasi yang dirasakan oleh individu itu sendiri dari hasil berinteraksi dengan sebuah aplikasi sistem teknologi informasi. Motivasi ekstrinsik timbul karena adanya ekspektasi atas penggunaan aplikasi sistem teknologi tertentu yang diterimanya dari luar interaksi individu dengan sistem. Definisi dari manfaat yang diterimanya berasal dari luar yaitu penghargaan karena kinerjanya meningkat. Kemudahan penggunaan persepsian didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem tertentu akan membuatnya bebas dari usaha yang harus dilakukan. Definisi ini sejalan dengan definisi dari kata *ease* yang memiliki arti kata bebas dari usaha yang sulit. Usaha adalah pengalokasian sumber daya terbatas yang dimiliki oleh seseorang pada aktivitas aktivitas yang menjadi tanggungjawabnya (Davis, 1989). Ada dua alasan logis mengapa seseorang bersedia mengadopsi sebuah sistem ataupun teknologi informasi yang baru. Pertama, menurut Davis (1989) individu akan mempertimbangkan apakah aplikasi itu akan membuat kinerjanya akan menjadi lebih baik atau tidak. Kedua, saat pengguna potensial (*potential user*) melihat bahwa sebuah aplikasi sistem informasi bermanfaat bagi kinerjanya, di saat yang bersamaan pengguna juga mempertimbangkan apakah aplikasi tersebut cukup mudah untuk digunakan atau tidak, dan seberapa besar usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sistem tersebut.

2.5.Variabel-variabel Penelitian

2.5.1. Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan)

Persepsi Kemanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan Persepsi Kemanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemanfaatan sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

Perceived usefulness mempunyai hubungan yang lebih kuat dan konsisten dengan sistem informasi. Penelitian menunjukkan hasil yang mendukung bahwa *perceived usefulness* merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap kemauan individu untuk menggunakan sistem (Venkatesh dan Davis 2000). Menurut Venkatesh dan Moris (2003) menyatakan bahwa ekspektasi usaha menjadi determinan minat pemanfaatan sistem. Venkatesh (2003) juga menyatakan bahwa, ekspektasi usaha mempunyai hubungan yang signifikan dengan minat pemanfaatan hanya selama periode pasca pelatihan tetapi kemudian menjadi signifikan pada periode implementasi.

2.5.2. Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Kemudahan pemakaian ini mempunyai pengaruh terhadap penggunaan sistem informasi. kemudahan penggunaan sistem informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya (Venkatesh dan Davis, 2000).

Persepsi kemudahan penggunaan dapat mengindikasikan bahwa suatu sistem akan mempermudah seseorang dalam penyelesaian pekerjaannya dan bukan dirancang untuk menyulitkan pemakainya serta lebih mudah dioperasikan. Kemudahan penggunaan *online banking* menandakan bahwa layanan *online banking* yang diberikan oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah digunakan sehingga akan mempermudah nasabah untuk mempelajari cara bertransaksi dengan menggunakan layanan *online banking*. Contoh kemudahan dalam pengaplikasian *online banking* yaitu, dalam setiap melakukan transaksi atau kegiatan perbankan, nasabah hanya perlu mengakses lewat jaringan internet. Pengaksesan *online banking* dapat dengan mudah dilakukan melalui media komputer atau laptop maupun telepon selular sehingga nasabah tidak perlu ke bank untuk melakukan setiap kegiatan perbankan. Jaringan internet pun dapat dengan mudah didapat dan diterapkan.

2.5.3. Computer Self Efficacy (Kemampuan Menggunakan Komputer)

Computer Self Efficacy (CSE) didefinisikan oleh Compeau dan Higgins (1995) dalam Irmadhani (2012) sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan *Computer Self Efficacy* (CSE) sebagai kepercayaan individu tentang kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spesifik, memberikan derajat mengenai usaha yang dilakukan, dan kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang. Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) secara sederhana mendefinisikan *Computer Self Efficacy* (CSE) sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan komputer. Dari beberapa definisi *Computer Self Efficacy* (CSE) di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSE merupakan penilaian individu terhadap kemampuan diri untuk melaksanakan tugas-tugas komputasi dengan baik.

Compeau dan Higgins (1991) dalam Irmadhani (2012) juga menyampaikan bahwa tingkat *Computer Self Efficacy* (CSE) yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Dalam penelitian ini CSE merujuk pada penilaian individu terhadap kemampuan komputasi nasabah dalam menyelesaikan transaksi melalui layanan *online banking* dengan kurangnya dukungan dan bantuan baik dari orang lain, panduan manual transaksi maupun menu bantuan *online banking*. Tingkat *Computer Self Efficacy* (CSE) nasabah yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *online banking* itu sendiri.

2.5.4. *Security and Privacy* (Keamanan dan Privasi)

Tan dan Toe (2000) dan Giglio (2002) dalam Fitriasari (2010) menyebut tentang pentingnya keamanan dan privasi dalam menggunakan *online banking*. Apabila dengan menggunakan layanan *online banking*, keamanan dan privasi dari nasabah tidak bisa dijaga maka akan mempengaruhi persepsi kepercayaan dari nasabah tersebut. Kepercayaan akan didapat dengan adanya interaksi atau komunikasi antara nasabah dengan pihak bank. Kepercayaan itu sendiri juga dapat dipengaruhi atas keyakinan nasabah atas manfaat-manfaat yang bisa diberikan oleh *online banking*. Jika manfaat-manfaat yang diberikan oleh *online banking* dapat langsung dirasakan dan berdampak positif pada nasabah, maka nasabah akan mempercayai layanan tersebut. Contohnya jika nasabah merasa privasinya dapat dijaga, sehingga nasabah dapat merasa aman dalam bertransaksi dengan menggunakan *online banking*. Maka tingkat kepercayaan yang diberikan nasabah akan semakin meningkat. Pihak trustor akan memperhitungkan keuntungan dan keandalan untuk kepercayaan pada manfaat yang akan diperoleh.

2.5.5. *Trust* (Kepercayaan)

Corritore, Kracher, dan Wiedenbeck (2003) dalam Rahmawati (2010) mengatakan bahwa trust timbul sebagai elemen kunci keberhasilan dalam lingkungan on-line. Trust dalam teknologi, menggambarkan keyakinan tentang bagaimana teknologi akan melaksanakan kemauan orang untuk percaya terhadapnya. Kepercayaan adalah hal yang diperlukan bagi pemakai sistem informasi yang baru

agar ia merasa teknologi sistem informasi yang baru dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan dalam organisasi atau perusahaan.

Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan atau kemauan untuk meyakini bahwa seseorang dapat mengandalkan kebaikan dan kemampuan orang lain sebagai penjual atau pembeli (Soesianto dkk, 2000 dalam Lia Herdiana, 2010). Kepercayaan dalam *online banking* adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para nasabah terhadap karakteristik suatu bank dan kemungkinan perilaku nasabah dimasa yang akan datang. Dua dimensi kepercayaan yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya yaitu keamanan dan privasi. Pentingnya keamanan dan privasi dalam menggunakan layanan *online banking* juga telah banyak disinggung pada penelitian perbankan (Satye, 1999; Tan dan Teo, 2000; dan Giglio, 2002 dalam Rahmawati, 2010). Ketika jumlah produk dan jasa ditawarkan melalui internet tumbuh secara cepat, para nasabah sangat memperhatikan isu keamanan dan privasi. Pada umumnya, para nasabah tidak bersedia memberikan informasi privasi mereka, misalnya informasi tentang kartu kredit, melalui internet. Dengan demikian, semakin banyak informasi privasi yang diperlukan untuk melakukan transaksi melalui *online banking*, maka kemungkinan mereka untuk tidak menggunakan *online banking* semakin tinggi, dan beranggapan berinteraksi dengan menggunakan *online banking* tidak mudah. Begitu juga apabila keamanan bertransaksi dengan menggunakan internet kurang memberikan jaminan keamanan, maka para nasabah enggan memanfaatkan sistem tersebut.

2.5.6. Intention to Use (Minat Penggunaan *Online Banking*)

Minat atau *intense* (*intention*) adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Pemanfaatan *online banking* menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan *online banking* dalam menyelesaikan serangkaian transaksi perbankan. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan *online banking* diukur dengan seberapa besar proporsi pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem *online banking*. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan *online banking* berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan *online banking* berlangsung dalam situasi sukarela. menurut teori tindakan beralasan (TRA) minat dari seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku. Tindakan atau perilaku yang dimaksud disini adalah penggunaan dalam *online banking*.

2.6. Penelitian Terdahulu

Pikkarainen, dkk (2004) meneliti tentang penerimaan *online banking* oleh konsumen dengan menggunakan perluasan model penerimaan teknologi. Dalam penelitian ini ada enam faktor yang diidentifikasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan *online banking*, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan untuk menggunakan), *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived enjoyment* (persepsi kesenangan), *information on online banking* (informasi

pada online banking), keamanan dan privasi dan kualitas koneksi internet. Penelitian dilakukan di Finlandia dengan analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang digunakan untuk mengelompokkan item-item menjadi faktor-faktor yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *information on online banking* adalah faktor utama yang mempengaruhi penerimaan online banking.

Maharsi dan Mulyadi (2007) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *online banking* oleh penggunanya dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini dilakukan pada pengguna *online banking* di 8 bank yang berada di Surabaya yang menyediakan layanan *online banking*. Penelitian ini menggunakan kerangka TAM yang telah dimodifikasi oleh Wang et.al. (2003). Model analisis dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel. Variabel yang digunakan adalah kemampuan nasabah menggunakan komputer (*computer self efficacy*), persepsi nasabah terhadap manfaat *online banking* (*perceived usefulness*), persepsi nasabah terhadap kemudahan menggunakan *online banking* (*perceived ease of use*), persepsi nasabah terhadap kredibilitas *online banking* (*perceived credibility*), dan minat nasabah menggunakan *online banking* (*behavioral intention*). Penelitian ini membuktikan bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *online banking* adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility*. Faktor *computer self efficacy* juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *online banking* secara tidak langsung melalui *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility*.

Ratih Wijayanti (2009) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan nasabah terhadap layanan *internet banking* dengan analisis *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel nasabah bank di Depok. Dalam penelitian ini ada 5 variabel yang diteliti, yaitu personalisasi (*personalization*), manfaat penggunaan (*perceived usefulness*), *computer self efficacy*, persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*), dan kepercayaan (*trust*). Dalam penelitian ini pengolahan dan analisa data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda dengan alat bantu perangkat lunak (*software*) SPSS 11.5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* adalah faktor utama yang mempengaruhi penerimaan *internet banking*.

Fitriasari Isneina (2010) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen pada *online banking*: studi perluasan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini dilakukan pada pengguna *online banking* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation modelling* (SEM). Data diambil dengan metode kuesioner sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini ada 6 variabel yang diteliti, yaitu *perceived of use* (persepsi kemudahan untuk penggunaan), *perceived usefulness* (persepsi pada daya guna), *perceived enjoyment* (persepsi kesenangan), *information on online banking* (informasi pada *online banking*), *security and privacy* (keamanan dan privasi), *quality of internet connection* (kualitas koneksi internet). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*.

Irmadani dan Nugroho (2012) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *online banking*. Dalam penelitian ini ada 3 variabel yang diteliti, yaitu pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan *computer self efficacy*. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang menggunakan *online banking*. Data diambil menggunakan kuesioner dengan membagikannya kepada responden sampel diambil sebanyak 139 mahasiswa yang menggunakan *online banking*. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan SPSS 17.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan *computer self efficacy* berpengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*.

2.7.Kerangka Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan) Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Online Banking

Seseorang akan berminat menggunakan jika sistem tersebut dirasa berguna. Persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh terhadap pengembangan kemauan awal untuk menggunakan *online banking*. Ini berarti bahwa ada kausalitas positif antara persepsi kemanfaatan dengan kemauan dalam penggunaan online. Dengan demikian, dapat diprediksi bahwa orang menggunakan *online banking* karena mereka merasa hal tersebut berguna atau bermanfaat.

Perceived usefulness menjadi faktor yang besar untuk menimbulkan minat nasabah dalam menggunakan *online banking*, yang mana minat tersebut bisa muncul dari persepsi manfaat dalam menggunakan *online banking* yang dapat meningkatkan kinerjanya. Dengan banyaknya manfaat yang dapat diberikan dari penggunaan *online banking*, akan menambah minat dan kemauan nasabah untuk mengaplikasikan layanan ini. Berdasarkan pada uraian inilah, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

2.7.2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan untuk Menggunakan) Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Online Banking

Kemudahan menggunakan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan minat konsumen *online banking*. Konsumen yang menganggap bahwa penggunaan *online banking* yang cukup mudah akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *online banking*. Hal ini karena konsumen merasa tidak memerlukan adanya pembelajaran tentang sistem dan cara penggunaan *online banking* tersebut.

Prosedur-prosedur dalam penggunaan *online banking* yang mudah akan mendorong konsumen untuk menggunakan *online banking*. Dengan prosedur yang mudah mengakibatkan konsumen merasa bahwa tidak diperlukan usaha apapun untuk

menggunakan *online banking*. Kondisi ini tentu saja mendorong pada penggunaan *online banking* tersebut. Dengan demikian, minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem informasi juga didorong oleh persepsi mereka tentang kemudahan menggunakan sistem tersebut. Ini juga berarti bahwa persepsi kemudahan untuk menggunakan mempunyai pengaruh terhadap pengembangan kemauan awal untuk menggunakan *online banking*. Nasabah bank sepertinya mengadopsi *online banking* ketika mereka merasa mudah untuk menggunakan teknologi. Berdasarkan temuan inilah, maka dapat diduga bahwa persepsi kemudahan untuk menggunakan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah pada *online banking*. Dengan demikian, hipotesis kedua yang diuji adalah :

H2 : *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

2.7.3. Pengaruh *Computer Self Efficacy* (Kemampuan Menggunakan Komputer) Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Online Banking

Seseorang akan berminat untuk menggunakan sistem jika orang tersebut memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer. Dengan memiliki kemampuan komputer yang tinggi maka seseorang akan merasakan bahwa sistem yang ia gunakan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya. Demikian pula halnya dengan seseorang yang mempunyai kemampuan komputer yang tinggi akan semakin mudah untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem. Tingkat *Computer Self Efficacy*

(CSE) nasabah yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *online banking* itu sendiri. Berdasarkan penjelasan ini, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut :

H3 : *Computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

2.7.4. Pengaruh *Security and Privacy* (Keamanan dan Privasi) Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Online Banking

Ketika jumlah produk dan jasa yang ditawarkan melalui internet tumbuh secara cepat, konsumen semakin memperhatikan tentang keamanan dan privasi. Banyak konsumen tidak mau memberikan informasi pribadi melalui telepon atau internet yang menjadikan isu privasi terbukti menjadi hambatan penting dalam penggunaan layanan online, termasuk *online banking*. Pengguna ingin mengendalikan jenis data apa yang dikumpulkan, untuk tujuan apa, seberapa lama direkam, bagaimana dan untuk tujuan apa data mereka diolah.

Keamanan dan privasi merupakan hambatan yang signifikan dalam adopsi *online banking*. Ini berarti bahwa dengan peningkatan keamanan dan privasi, maka minat konsumen pada *online banking* juga meningkat. Berdasarkan uraian ini, hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut :

H4 : *Security and Privacy* (keamanan dan privasi) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

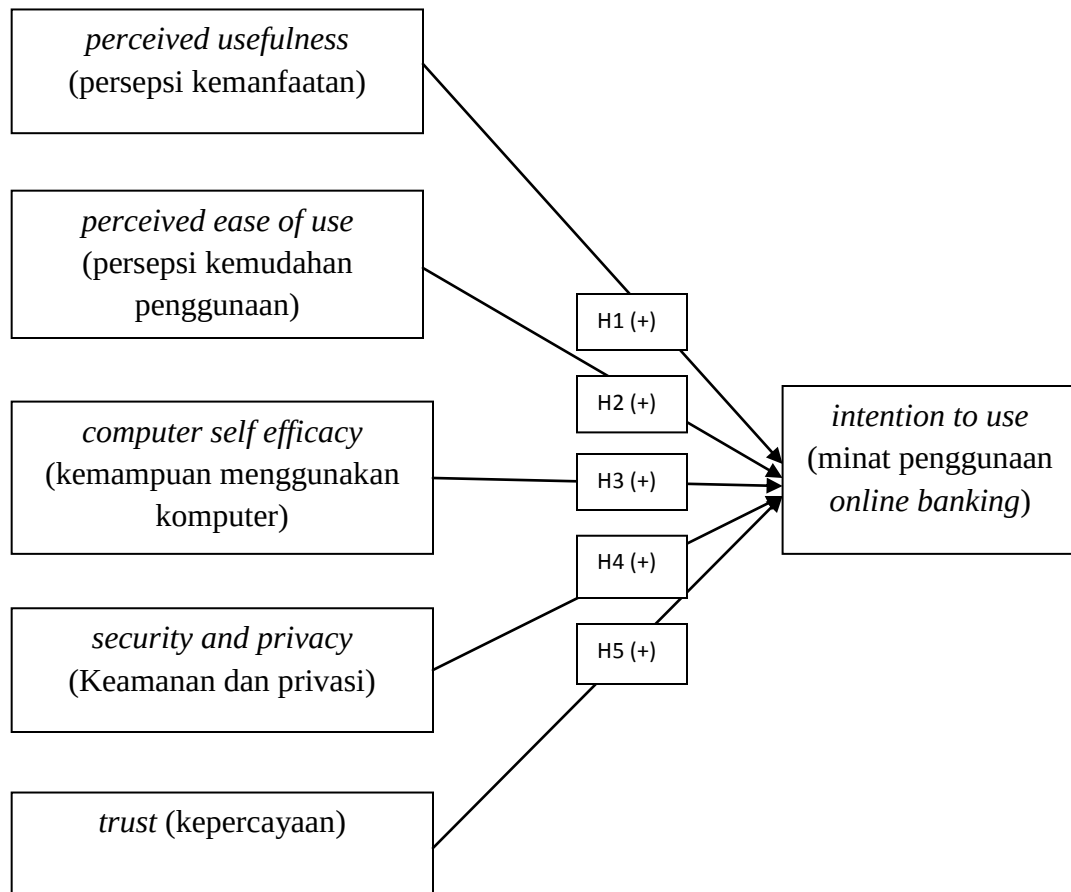
2.7.5. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Online Banking

Dua dimensi kepercayaan yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya yaitu keamanan dan privasi. Pentingnya keamanan dan privasi dalam menggunakan layanan *online banking* juga telah banyak disinggung pada penelitian-penelitian perbankan (Sathye, 1999; Tan dan Teo, 2000; dan Giglio, 2002 dalam Lia Herdiana 2010). Ketika pengguna memiliki keyakinan terhadap nilai-nilai etika kerasiaan dan keamanan yang sama dengan bank, maka pengguna akan memilih menggunakan *online banking* yang mampu menjalankan nilai-nilai yang diyakini oleh pengguna tersebut. Dengan adanya persamaan keyakinan antara bank dan pengguna mengenai nilai-nilai tersebut menyebabkan pengguna merasa mempunyai kecocokan dengan *online banking* dari bank tersebut, dan menimbulkan adanya suatu ikatan antara pengguna dengan *online banking*. Rasa keterikatan ini mendorong timbulnya kepercayaan dan minat menggunakan *online banking*. Berdasarkan penjelasan ini, hipotesis kelima dirumuskan sebagai berikut :

H5 : Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking*.

2.8. Model Penelitian

Berdasarkan pada tinjauan pustaka dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2: Model Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang akan diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking* yang ditemui oleh peneliti.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008). Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan bahwa jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui sehingga terdapat kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan murah.

3.2.Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden secara langsung tanpa melalui perantara dan responden diminta untuk mengisi kuesioner. Kuesioner tersebut merupakan penggabungan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

3.3.Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian adalah survei, dimana peneliti survei adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner 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 dalam Hapsari, 2011). Kuesioner yang telah diisi oleh responden tersebut akan diseleksi terlebih dahulu agar kuesioner yang tidak lengkap tidak ikut sertakan dalam analisis penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner karena dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden maka peneliti akan memperoleh informasi dari obyek penelitian, yaitu para mahasiswa yang pernah menggunakan fasilitas *online banking* di Yogyakarta. Kuesioner ini dapat dilihat pada lampiran 1.

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan)

Persepsi Kemanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan Persepsi Kemanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Variabel Persepsi Kemanfaatan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Fitriasisari Isneina (2010). Pengukuran variabel menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4.2. Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Kemudahan pemakaian ini mempunyai pengaruh terhadap penggunaan sistem informasi. kemudahan penggunaan sistem informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya (Venkatesh dan Davis, 2000). Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Fitriasisari Isneina (2010). Pengukuran variabel menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai

dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4.3. Computer Self Efficacy (Kemampuan Menggunakan Komputer)

Computer Self Efficacy (CSE) didefinisikan oleh Compeau dan Higgins (1995) dalam Irmadhani (2012) sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan *Computer Self Efficacy* (CSE) sebagai kepercayaan individu tentang kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spesifik, memberikan derajat mengenai usaha yang dilakukan, dan kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang. *Computer Self Efficacy* diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Wang et al (2003) dan Sri Maharsi (2007). Pengukuran variabel menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4.4. Security and Privacy (Keamanan dan Privasi)

Tan dan Toe (2000) dan Giglio (2002) dalam Fitriasaki (2010) menyebut tentang pentingnya keamanan dan privasi dalam menggunakan *online banking*. Apabila dengan menggunakan layanan *online banking*, keamanan dan privasi dari nasabah tidak bisa dijaga maka akan mempengaruhi persepsi kepercayaan dari nasabah tersebut. Keamanan dan Privasi diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Fitriasaki Isneina (2010).

Pengukuran variabel menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4.5. Trust (Kepercayaan)

Kepercayaan adalah hal yang diperlukan bagi pemakai sistem informasi yang baru agar ia merasa teknologi sistem informasi yang baru dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan dalam organisasi atau perusahaan. Kepercayaan dalam *online banking* adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para nasabah terhadap karakteristik suatu bank dan kemungkinan perilaku nasabah dimasa yang akan datang. Kepercayaan diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lia Herdiana (2010) Pengukuran variabel menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4.6. Intention to Use (Minat Penggunaan Online Banking)

Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif pengguna (*user*) dapat dijadikan indikator keberhasilan sistem tersebut. Begitu pula dengan pengadopsian *online banking* yang dilakukan oleh suatu bank. Respon nasabah sebagai pengguna akhir (*end user*) merupakan indikator berjalan atau tidaknya sistem tersebut. Minat penggunaan diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan berdasarkan penelitian yang dilakukan Lia Herdiana (2010). Pengukuran variabel menggunakan skala likert

5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.5 Uji Validitas dan Reabilitas Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari penelitian dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan riset yang diajukan, digunakan model metode analisis data untuk memperoleh suatu simpulan. Namun sebelum dilakukan analisis data perlu dilakukan uji validitas dan uji reabilitas terhadap alat pengumpulan data yang dalam hal ini adalah kuesioner yang disebarakan untuk diisi oleh responden.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur (Supardi, 2005 dalam Hapsari, 2010). 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 $< 5\%$ ($p < 5$).

Uji validitas dilakukan terhadap seluruh pernyataan yang ada dalam setiap variabel, yaitu untuk mengetahui tingkat kevalidan (kesahan) setiap pertanyaan

terhadap variabel penelitian. Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan pendekatan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 17.0.

3.5.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Supardi, 2005 dalam Hapsari, 2010). 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 reliabilitas antar item yang paling populer dan menunjukkan indeks konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna. Instrument yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrument 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. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier berganda, digunakan untuk bersama-sama *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan computer), *security and privacy* (keamanan dan privasi), dan *trust* (kepercayaan). Model persamaan analisis regresi penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon \quad (1)$$

Keterangan:

Y	:	Intention to Use
X1	:	Perceived Usefulness
X2	:	Perceived Ease of Use
X3	:	Computer Self Efficacy
X4	:	Security and Privacy
X5	:	Trust
β	:	Koefisien Regresi
ε	:	Error

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah uji untuk mengukur indikasi ada tidaknya penyimpangan data melalui hasil distribusi, korelasi, variace indikator-indikator dari variabel. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* bukan data time series.

3.6.2.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2001). Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik *kolmogorov-smirnov*. Data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0,05 dan model regresi tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.6.2.2. Uji Multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Dan jika nilai VIF lebih dari angka 10 nilai tolerance kurang dari 0,1 maka terjadi masalah multikolinieritas.

3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara

variabel bebas (*independent variable*) dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas (*independent variable*) dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan terhadap hipotesis statistik menggunakan uji t.

3.7.1. Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri dari *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan computer), *security and privacy* (keamanan dan privasi), dan *trust* (kepercayaan) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) minat penggunaan *online banking* menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
 H_a : Ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.
- b) Taraf uji $\alpha = 0,05$
- c) Uji satu sisi
- d) Rumus t hitung

$$t = \frac{b_1}{SEb_1}$$

Keterangan :

t = t hitung

b₁ = koefisien regresi

SE b₁ = standar error koefisien regresi

3.8. Hipotesis Operasional

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta mengacu pada hipotesis teori, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan Hipotesis nol (H₀) dan hipotesis alternative (H_a) yang kemungkinan akan dilakukan pengujian atas hipotesis nol (H₀) tersebut untuk membuktikan apakah hipotesis nol (H₀) tersebut ditolak atau diterima. Hipotesis tersebut dapat dinotasikan sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Perceived usefulness (persepsi kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

H₀ : tidak ada pengaruh positif *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_1 \leq 0$)

H_a : terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_1 > 0$)

Hipotesis 2 :

Perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

H_0 : tidak ada pengaruh positif *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_2 \leq 0$)

H_a : terdapat pengaruh positif *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_2 > 0$)

Hipotesis 3 :

Computer self efficacy (kemampuan menggunakan komputer) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

H_0 : tidak ada pengaruh positif *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_3 \leq 0$)

H_a : terdapat pengaruh positif *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_3 > 0$)

Hipotesis 4 :

Trust (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

H_0 : tidak ada pengaruh positif *trust* (kepercayaan) terhadap minat penggunaan *online banking*
($\beta_4 \leq 0$)

Ha : terdapat pengaruh positif *trust* (kepercayaan) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_4 > 0$)

Hipotesis 5 :

Security and privacy (keamanan dan privasi) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*.

H₀ : tidak ada pengaruh positif *security and privacy* (keamanan dan privasi) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_5 \leq 0$)

Ha : terdapat pengaruh positif *security and privacy* (keamanan dan privasi) terhadap minat penggunaan *online banking* ($\beta_5 > 0$)

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

Jika P - Value $> 0,05$ maka H₀ diterima dan Ha ditolak.

Jika P - Value $< 0,05$ maka H₀ ditolak dan Ha diterima.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta. Kuesioner disebar secara langsung kepada responden. Total kuesioner yang disebar sebanyak 120 lembar. Dari 120 yang disebarkan, hanya 110 kuesioner yang dapat digunakan oleh peneliti, sedangkan sisanya 10 kuesioner tidak dapat digunakan karena kuesioner tidak diisi secara lengkap. Keterangan lebih lengkap mengenai pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1.
Data kuesioner yang disebar

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner disebar secara langsung	120	100%
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	10	8,33%
Kuesioner yang digunakan	110	91,67%

Sumber : data diolah

4.2. Deskripsi Responden

4.2.1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari 2 kategori, yaitu pria dan wanita. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 48

responden adalah pria, dan 62 responden adalah wanita. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Jenis Kelamin Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis Kelamin	Pria	48	43,64%
	Wanita	62	56,36%

Sumber : data diolah

4.2.2. Usia

Berdasarkan Usia responden terdiri dari 4 kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-25 tahun, 25-30 tahun dan lebih dari 30 tahun. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti. Sebanyak 50 responden berusia kurang dari 20 tahun, 53 responden berusia 20-25 tahun dan 7 responden berusia 25-30 tahun serta tidak ada responden yang berusia di atas 30 tahun. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3.
Usia Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Usia	< 20	50	45,46%
	20-25	53	48,18%
	25-30	7	6,36%
	Di atas 30 tahun	0	0%

Sumber : data diolah

4.2.3. Jenjang Pendidikan

Berdasarkan jenjang pendidikan terdiri dari 4 kategori, yaitu D3, S1, S2, dan S3. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 23 responden sebagai mahasiswa D3, 80 responden mahasiswa S1, 7 responden mahasiswa S2, dan tidak ada responden mahasiswa S3. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenjang Pendidikan	D3	23	20,91%
	S1	80	73,73%
	S2	7	6,36%
	S3	0	0%

Sumber : data diolah

4.2.4. Keterwakilan Bank

Berdasarkan keterwakilan bank menunjukkan nasabah yang menjadi responden berasal dari nasabah Bank Mandiri, BRI, BNI, BCA dan Bank CIMB Niaga. Dari hasil data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti sebanyak 43 responden berasal dari Bank Mandiri, 29 responden dari BRI, 18 responden dari BNI, 11 responden dari BCA, 5 responden dari BPD, dan 4 responden dari Bank CIMB Niaga. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Keterwakilan Bank

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Keterwakilan Bank	Mandiri	43	39,09%
	BRI	29	26,36%
	BNi	18	16,36%
	BCA	11	10%
	BPD	5	4,55%
	CIMB Niaga	4	3,64%

Sumber : Data diolah

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara score masing-masing butir pertanyaan dengan total score setiap konstruknya. Pengujian ini menggunakan metode *Pearson Correlation*. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Pearsons's Correlations	Signifikansi	Keterangan
Perceive Usefulness			
Butir 1	0,844	0.000	Valid
Butir 2	0,819	0.000	Valid
Butir 3	0,893	0.000	Valid

Butir 4	0,866	0.000	Valid
Butir 5	0,873	0.000	Valid
Butir 6	0,876	0.000	Valid
Perceive Ease Of Use			
Butir 1	0,804	0.000	Valid
Butir 2	0,814	0.000	Valid
Butir 3	0,768	0.000	Valid
Butir 4	0,841	0.000	Valid
Butir 5	0,890	0.000	Valid
Butir 6	0,834	0.000	Valid
Computer Self Efficacy			
Butir 1	0,752	0.000	Valid
Butir 2	0,863	0.000	Valid
Butir 3	0,846	0.000	Valid
Keamanan dan Privasi			
Butir 1	0,739	0.000	Valid
Butir 2	0,764	0.000	Valid
Butir 3	0,797	0.000	Valid
Butir 4	0,866	0.000	Valid
Butir 5	0,728	0,000	Valid
Trust			
Butir 1	0,649	0.000	Valid
Butir 2	0,774	0.000	Valid
Butir 3	0,709	0.000	Valid
Butir 4	0,638	0.000	Valid
Minat Penggunaan			
Butir 1	0,789	0.000	Valid
Butir 2	0,796	0.000	Valid
Butir 3	0,854	0.000	Valid

Sumber : Data Diolah

Dengan melihat tabel di atas, dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dan signifikansi dari seluruh butir pernyataan variabel-variabel penelitian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang artinya seluruh butir pernyataan dan pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan reliabilitas konsistensi internal yaitu teknik *cronbach Alpha* (α). Apabila nilai *cronbach alpha* dari hasil pengujian lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa konstruk atau variabel itu adalah reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Perceive Usefulness	0,930	Reliabel
Perceive Ease of Use	0,905	Reliabel
Computer Self Efficacy	0,758	Reliabel
Keamanan dan Privasi	0,823	Reliabel
Trust	0,823	Reliabel
Intention to use	0,740	Reliabel

Sumber : data diolah

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh seluruh variabel penelitian ini dapat dinyatakan sangat reliabel karena *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6, maka dapat

disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dan pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

4.4.Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* bukan data time series.

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variable dan independent variable keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik *kolmogorov-smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.37547680
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.622
Asymp. Sig. (2-tailed)		.835

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Output SPSS, 2012

Dari hasil uji *kolmogorov-smirnov* di atas, dihasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,835. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0,05 dan model regresi tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.4.2. Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1.

Table 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceive Usefulness (X1)	.420	2.384
	Perceive Ease of Use (X2)	.339	2.948
	Computer Self Efficiency (X3)	.501	1.996
	Security and Privacy (X4)	.722	1.386
	Trust (X5)	.723	1.383

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)

Sumber : Data SPSS diolah

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada bagian *collinierity statistic*, nilai VIF pada seluruh variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance di atas 0.1. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

4.4.3. Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas, artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.352	.196		1.792	.076
Perceive Usefulness (X1)	-.003	.052	-.008	-.055	.957
Perceive Ease of Use (X2)	.054	.064	.141	.848	.398
Computer Self Efficacy (X3)	-.029	.053	-.074	-.541	.590
Security and Privacy (X4)	.030	.041	.083	.726	.470
Trust (X5)	-.061	.049	-.142	-1.248	.215

a. Dependent Variable: absolut

Sumber : Data SPSS diolah

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas di atas, dihasilkan nilai masing-masing variabel di atas 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis mengenai koefisien model regresi adalah seperti yang tercantum dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.210	.347		.607	.545
	Perceive Usefulness (X1)	.225	.091	.251	2.468	.015
	Perceive Ease of Use (X2)	.264	.113	.263	2.329	.022
	Computer Self Efficacy (X3)	-.179	.094	-.177	-1.900	.060
	Securiy and Privacy (X4)	.382	.072	.411	5.312	.000
	Trust (X5)	.208	.086	.187	2.411	.018

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,210 + 0,225X1 + 0,264X2 - 0,179X3 + 0,382X4 + 0,208X5 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 0,210 memberi pengertian jika seluruh variabel independen konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya tingkat minat penggunaan *online banking* sebesar 0,210 satuan.
2. Untuk variabel *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), diperoleh nilai koefisien sebesar 0,225 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *perceived usefulness* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan *online banking* akan meningkat sebesar 0,225 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

3. Untuk variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), diperoleh nilai koefisien sebesar 0,264 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *perceived ease of use* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan *online banking* akan meningkat sebesar 0,264 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
4. Untuk variabel *computer self efficacy* (kemampuan menggunakan computer), diperoleh nilai koefisien sebesar -0,179 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *computer self efficacy* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan *online banking* akan menurun sebesar 0,179 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
5. Untuk variabel *security and privacy* (keamanan dan privasi), diperoleh nilai koefisien sebesar 0,382 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *security and privacy* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan *online banking* akan meningkat sebesar 0,382 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
6. Untuk variabel *trust* (kepercayaan), diperoleh nilai koefisien sebesar 0,208 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel *trust* meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat penggunaan *online banking* akan meningkat sebesar 0,208 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

4.6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.210	.347		.607	.545
	Perceive Usefulness (X1)	.225	.091	.251	2.468	.015
	Perceive Ease of Use (X2)	.264	.113	.263	2.329	.022
	Computer Self Efficacy (X3)	-.179	.094	-.177	-1.900	.060
	Security and Privacy (X4)	.382	.072	.411	5.312	.000
	Trust (X5)	.208	.086	.187	2.411	.018

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)

Sumber : Data Diolah

Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *perceived usefulness*. Besarnya koefisien regresi *perceived usefulness* yaitu 0,225 dan nilai signifikansi sebesar 0,015. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,015 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,255 dapat diartikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan

terhadap minat menggunakan *online banking* sehingga hipotesis penelitian pertama dalam penelitian ini diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *perceived ease of use*. Besarnya koefisien regresi *perceived ease of use* yaitu 0,264 dan nilai signifikansi sebesar 0,02. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,022 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,264 dapat diartikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* sehingga hipotesis penelitian kedua dalam penelitian ini diterima.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *computer self efficacy*. Besarnya koefisien regresi *computer self efficacy* yaitu -0,179 dan nilai signifikansi sebesar 0,060. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut tidak signifikan karena $0,060 > 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar -0,179 dapat diartikan bahwa *computer self efficacy* berpengaruh negative terhadap minat menggunakan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *computer self efficacy* tidak berpengaruh

terhadap minat penggunaan *online banking* sehingga hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini ditolak.

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *security and privacy*. Besarnya koefisien regresi *security and privacy* yaitu 0,384 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,384 dapat diartikan bahwa *security and privacy* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *security and privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* sehingga hipotesis penelitian keempat dalam penelitian ini diterima.

5. Pengujian Hipotesis Kelima

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel *trust*. Besarnya koefisien regresi *trust* yaitu 0,208 dan nilai signifikansi sebesar 0,018. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,018 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,208 dapat diartikan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *trust* berpengaruh

positif signifikan terhadap minat menggunakan *online banking* sehingga hipotesis penelitian kelima dalam penelitian ini diterima.

4.7. Pembahasan

a. Pengaruh Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan) Terhadap Minat Penggunaan Online Banking

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking*. Hal ini dikarenakan mahasiswa dalam penggunaan *online banking* merasakan manfaat yang lebih sehingga mahasiswa mempunyai minat untuk memakainya secara terus menerus, dan ada juga mahasiswa yang merekomendasikan kepada temannya atau keluarganya untuk menggunakan *online banking* akan mendapatkan manfaat yang banyak, seperti menghemat waktu dalam proses perbankan sehingga lebih efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Maharsi dan Mulyadi (2007) yang menemukan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking*.

b. Pengaruh Perceive Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan) Terhadap Minat Penggunaan Online Banking

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini membuktikan bahwa transaksi *online banking* yang mudah untuk dipelajari dan

dioperasionalkan sehingga dapat dilakukan dengan mudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna. Semakin tingginya kejelasan dan kemudahan melakukan transaksi *online banking* menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk melakukannya. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaan sistem.

Dapat dikatakan bahwa bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan dalam penggunaan dari *online banking*, maka orang tersebut akan semakin berminat untuk melakukan transaksi *online banking*, demikian pula sebaliknya. Jika seseorang merasa transaksi *online banking* rumit dan sulit dipahami dan juga sulit dalam penggunaan, maka orang tersebut akan lebih berminat melakukan transaksi lainnya yang dirasa lebih jelas dan mudah dipahami, serta mudah penggunaannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Maharsi dan Mulyadi (2007) yang menemukan hasil bahwa *perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking*.

c. Pengaruh Computer Self Efficacy (Kemampuan Menggunakan Komputer) Terhadap Minat Penggunaan Online Banking

Dari hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa *computer self efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa walaupun orang memiliki kemampuan menggunakan komputer akan tetapi mereka belum tentu berminat menggunakan *online banking*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori Compeau dan Higgins (1995) yang menyampaikan bahwa tingkat CSE yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Seseorang dengan tingkat *Computer Self Efficacy* yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan *online banking* sebagai media transaksi perbankannya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian dari Irmadhani dan Nugroho (2012) yang justru menemukan hasil sebaliknya yaitu *computer self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*.

d. Pengaruh Security dan Privacy (Keamanan dan Privasi) Terhadap Minat Penggunaan Online banking

Dari hasil analisis data diatas, dapat diketahui bahwa *security dan privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki kesempatan untuk mempelajari mengenai bagaimana tingkat keamanan dan privasi mereka dalam menggunakan *online banking*. Untuk memprediksi resiko yang dihadapi dan sebelum melakukan transaksi, mahasiswa berusaha untuk mengumpulkan informasi mengenai *online banking*. Berdasarkan informasi tersebut mahasiswa dapat memprediksi seberapa besar resiko yang dihadapi perihal keamanan dan privasi mereka. Semakin banyak informasi yang diperoleh mengenai *online banking* yang bersifat positif, semakin kecil resiko

keamanan dan privasi yang dirasakan sehingga semakin besar kemungkinan untuk melakukan transaksi perbankan secara *online*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Fitriasari (2010) yang menemukan hasil bahwa *security dan privacy* berpengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*.

e. Pengaruh Trust (Kepercayaan) Terhadap Minat Penggunaan Online banking

Dari hasil analisis data diatas, dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *online banking*. Hasil ini dapat diartikan bahwa mahasiswa sebagai pengguna *online banking* sangat percaya terhadap kehandalan bank dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan transaksi mereka. Kepercayaan menjadi suatu pihak memiliki keyakinan atas kemampuan dan integritas dari pihak lain. Kepercayaan berkembang dari pengertian saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal ini sangat penting bagi loyalitas. Kepercayaan mengacu kepada keyakinan terhadap sesuatu dan kepercayaan bahwa pada akhirnya akan membawa kebaikan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa sudah meyakini bahwa pihak bank sudah memberikan apa yang terbaik buat mereka sehingga kepercayaan terhadap online banking meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ratih (2009) yang menemukan hasil bahwa *trust* berpengaruh terhadap penerimaan *internet banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1.Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,015 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,255 dapat diartikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar *perceived usefulness* yang dimiliki mahasiswa akan semakin meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *online banking*, demikian pula sebaliknya.
2. Variabel *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,022 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,264 dapat diartikan bahwa *perceived ease of use*

berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar *perceived ease of use* yang dimiliki mahasiswa akan semakin meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *online banking*, demikian pula sebaliknya.

3. Variabel *Computer self efficacy* (kemampuan menggunakan komputer) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *online banking* di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut tidak signifikan karena $0,060 > 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *computer self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* sehingga hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya *computer self efficacy* yang dimiliki mahasiswa tidak akan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *online banking*.
4. Variabel *Security and privacy* (keamanan dan privasi) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,384 dapat diartikan bahwa *security and privacy* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar *security and privacy* yang dimiliki mahasiswa akan semakin

meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *online banking*, demikian pula sebaliknya.

5. Variabel *Trust* (kepercayaan) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *online banking* di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,018 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,208 dapat diartikan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar *trust* yang dimiliki mahasiswa akan semakin meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *online banking*, demikian pula sebaliknya.

5.2.Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pihak bank yang akan mengimplementasikan teknologi *online banking* yang lebih dapat diterima oleh nasabah di Indonesia sehingga dapat membuat nasabahnya semakin berminat dalam menggunakan *online banking*. Adapun cara yang dapat dilakukan pihak bank tersebut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah adalah sebagai berikut: memberikan kemudahan pada nasabah untuk menggunakan *online banking* artinya kemudahan dalam memahami saat melakukan transaksi melalui fasilitas *online banking* misalnya menggunakan istilah-istilah bahasa yang mudah dalam sistem agar mudah dipahami oleh nasabah dan fasilitas *log-in* yang sederhana tanpa

menghilangkan aspek keamanan sistem bagi nasabahnya. Mengkomunikasikan kepada nasabah mengenai manfaat menggunakan *online banking* dan membuat nasabah merasa bahwa *online banking* berguna. Pihak bank juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang dapat membuat nasabahnya memberikan kepercayaannya kepada bank dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna *online banking*. Bank juga seharusnya berfokus pada keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi nasabah. Dari hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi pihak bank dan nasabah bahwa keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi nasabah sangat mempengaruhi dalam minat penggunaan *online banking*.

5.3.Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa di Yogyakarta, sehingga tidak dapat mewakili penggunaan *online banking* untuk semua kegiatan transaksi penjualan ataupun pembelian dengan wilayah yang lebih luas.
2. Data yang dikumpulkan dan dianalisis menggunakan metode kuesioner, sehingga memungkinkan terjadinya pengisian kuesioner responden yang tidak bersungguh-sungguh dan dapat menimbulkan hasil yang menyesatkan.

5.4.Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka dapat diberikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan judul yang sama, tetapi dengan populasi yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih luas dan lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambahkan metode pengumpulan data selain dengan metode kuesioner hal ini berguna agar dapat mengurangi terjadinya bias dan kesesatan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I., & Shine, J., *Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the EndUser Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury, Technolgy Analysis & Strategic Management*, Vol. 15 No. 4: pp 441-455, 2003.
- Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking*, Skripsi S-1 (dipublikasikan), Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.
- Ardya Larasati, *Determinan Pengadopsian Mobile Banking: Study Empiris dari Prespektif Personal Bank di Yogyakarta dan Surakarta*. Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2008.
- Bank Indonesia, Mengenal Electronic Banking, Diambil dari: www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf, 2008.
- Budi Rahardjo, Aspek Technology dan Keamanan dalam Internet Banking, PT Insan Indonesia, PT INDOCISC, Diambil dari <http://budi.insan.co.id/articles/internet-banking-bi-1.pdf>, 2001.
- Davis, F.D., Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, MS Quarterly (online), Vol. 13 Iss. 3, pg. 318. <http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM1989.pdf>, 1989.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models, Management Science (online), Vol. 35 Iss. 8, pg. 982, [http://home.hia.no/fwahid01/thesis/articles/Davis%20et%20al%201989\).pdf](http://home.hia.no/fwahid01/thesis/articles/Davis%20et%20al%201989).pdf), 1989.
- Fitriasari Isneina, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Konsumen pada Online Banking studi perluasan TAM*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010.
- Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, *Determinan Pengadosian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta*, JAAI. Vol. 11 No. 2: Hal. 125-139, 2007.

- Hapsari, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking di Yogyakarta*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2011.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.
- Irmadhani dan Nugroho, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Jurnal Kajian Pendidikan dan Akuntansi Keuangan, vol 1 no.3, 2012.
- Kadir, A., *Pengenalan sistem informasi*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Laudon, Kenneth C., and Jane P. Laudon, *Organization and Technology in The Networked Enterprise, Management Information System*, Six Edition, International Edition. www.prenhall.com/laudon, 2000.
- Lia Herdiana, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Penggunaan Internet Banking di Yogyakarta*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010.
- Mukherjee, A. and Nath, P., A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal of Bank Marketing Bradford, 21 (1), 5, <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=289865501Fmt=4&clientId=46969&ROT=309&Vname=PQD> (Proquest) database, 2003.
- Nurastuti Wiji, *Analisis Teknologi Phone Banking dan Sms Banking terhadap kepuasan nasabah di Yogyakarta*, Skripsi S-2 (dipublikasikan), Fakultas Ekonomi, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2005.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., & Pahnla, S., *Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model*. Internet Research, Vol. 14 No. 3: pp 224-235, 2004.
- Rahmawati Yulia, *Faktor Kepercayaan dan Resiko dalam Penggunaan Layanan Internet Banking*. Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010.
- Ratih Wijayanti, *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan*

- Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank Di Depok). Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2009.*
- Risna Ramadhani, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Internet Banking di Semarang : Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2008.
- Rustiana, *Computer Self Efficacy (CSE) Mahasiswa Akuntansi Dalam Penggunaan Teknologi Informasi: Tinjauan Perspektif Gender. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 6 No. 1: Hal 29- 39, 2004.
- Sekaran, Uma, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Shergill, G.S. and Li, B, *Internet Banking-An Empirical Investigation Of Customer's Behaviour for online Banking in New Zealand (online)*, http://www.Business.massey.ac.nz/commerce/research_outputs/2004/2004011.pdf, 2005.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*, Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. Vol. 9 No. 1: Hal 18-28, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Venkatesh, V, and Davis, F.D, *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, Management Sciences, Vol. 46, No. 2, Februari, hal 186-204, 2000.
- Vankatesh, V. Morris et al., *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. MIS Quartely, Vol. 27 No. 3: Hal 425-478, 2003.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

LAMPIRAN 1 : Kuesioner



Kepada:

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i

di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan tugas akhir yang harus ditempuh untuk mengakhiri pendidikan di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, dengan ini saya bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini untuk keperluan penyelesaian skripsi saya. Adapun judul skripsi saya adalah **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN ONLINE BANKING (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)”**. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan dirahasiakan.

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

Yogyakarta, 26 Desember 2012

Penulis

Farida Hidayati

DAFTAR PERTANYAAN

Karakteristik Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : ☐ Pria
☐ Wanita
3. Usia : ☐ < 20 tahun
☐ 20 tahun – 25 tahun
☐ 25 tahun – 30 tahun
☐ > 30 tahun
4. Jenjang pendidikan : ☐ Diploma (D3)
☐ Strata 1 (S1)
☐ Strata 2 (S2)
☐ Strata 3 (S3)
5. Nasabah bank :
(sebutkan)

Isilah tanda tickmark (√) pada jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr/i anggap paling sesuai dengan persepsi yang dimiliki tentang online banking. (satu jawaban saja)

1 = sangat tidak setuju

4 = setuju

2 = tidak setuju

5 = sangat setuju

3 = netral

ITEM PERTANYAAN :

Perceive Usefulness (Persepsi Kebermanfaatan)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Dengan menggunakan online banking, saya bisa menggunakan layanan perbankan dengan secara lebih cepat					
2	Penggunaan online banking memperbaiki kinerja saya dalam menggunakan layanan perbankan					
3	Penggunaan layanan online banking meningkatkan produktivitas saya					
4	Penggunaan online banking meningkatkan efektivitas saya dalam menggunakan layanan perbankan					
5	Penggunaan online banking membuat saya lebih mudah untuk menggunakan layanan perbankan					
6	Secara keseluruhan, sebuah online banking berguna bagi saya untuk menggunakan layanan perbankan					

Perceive Ease Of Use (Persepsi Kemudahan)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Pembelajaran penggunaan online banking mudah bagi saya					
2	Saya merasa mudah untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan dalam online banking					
3	Interaksi saya dengan online banking adalah jelas dan dapat dipahami					
4	Saya merasa fleksibel untuk berinteraksi dengan online banking					
5	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan online banking					
6	Secara keseluruhan, saya merasa online banking mudah untuk digunakan					

Computer Self Efficacy (Kemampuan Menggunakan Komputer)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan online banking jika saya mendapat petunjuk cara penggunaannya.					
2	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan online banking jika saya pernah melihat orang lain menggunakannya sebelum saya					

	menggunakannya sendiri					
3	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan online banking jika saya dapat menghubungi orang lain untuk menolong saya jika saya mengalami kesulitan					

Keamanan dan Privasi

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Penggunaan online banking aman secara finansial					
2	Saya percaya pada kemampuan online banking untuk melindungi privasi saya					
3	Saya percaya online banking sebagai sebuah bank					
4	Saya tidak khawatir tentang keamanan online banking					
5	Masalah keamanan tidak mempengaruhi dalam penggunaan online banking					

Trust (Kepercayaan)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan melalui online banking					
2	Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi keuangan nasabah					
3	Bank akan bertindak berdasarkan					

	komitmennya					
4	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan nasabah bertransaksi melalui online banking					

Intention to Use (Minat Penggunaan)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Dimasa yang akan datang saya bermaksud untuk menjaga hubungan saya dengan bank penyedia online banking					
2	Saya akan sering menggunakan online banking di masa yang akan datang					
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan online banking					

LAMPIRAN 2

TABULASI

Res	Karakteristik Responden				Perceive Usefulness							Perceive Ease of Use							CSE				Keamanan dan Privasi							Trust					Intention to use			
	JK	Usia	JP	Nasabah	1	2	3	4	5	6	Mean	1	2	3	4	5	6	Mean	1	2	3	Mean	1	2	3	4	5	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	Mean	
1	Wanita	20-25	S1	BPD	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	4	3	3	3.50	4	4	3	3.67	4	4	4	4	4	4.00	2	5	5	4	4.00	3	3	3	3.00	
2	Pria	20-25	S1	BPD	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4	4	4.17	5	4	4	4.33	3	3	3	4	4	3.40	3	3	3	3	3.00	4	2	3	3.00	
3	Pria	20-25	S1	BNI	5	4	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33	4	3	4	3	3	3.40	3	3	4	4	3.50	3	3	5	3.67	
4	Pria	20-25	S1	Mandiri	5	4	4	4	5	5	4.50	4	4	4	4	4	5	4.17	4	5	5	4.67	4	2	4	2	2	2.80	2	2	4	2	2.50	4	4	4	4.00	
5	Pria	20-25	S1	BPD	4	4	4	4	5	5	4.33	4	4	4	4	5	4	4.17	5	5	2	4.00	2	4	2	2	4	2.80	2	4	2	4	3.00	4	4	4	4.00	
6	Wanita	< 20	S1	BRI	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	3	3	4	3.50	3	3	4	3.33	4	4	4	3	2	3.40	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	
7	Wanita	< 20	D3	BNI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3	3.40	5	3	4	4	4.00	4	4	3	3.67	
8	Pria	< 20	D3	BNI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2	2.40	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	
9	Wanita	20-25	S1	BRI	3	2	5	5	5	5	4.17	5	5	4	4	5	5	4.67	5	5	5	5.00	3	4	4	5	4	4.00	5	5	5	3	4.50	4	4	4	4.00	
10	Wanita	20-25	S1	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	
11	Wanita	20-25	S1	Mandiri	3	4	4	4	4	4	3.83	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	5	5	3	4.20	4	4	4	3	3.75	4	4	3	3.67	
12	Pria	20-25	S1	Mandiri	4	3	3	4	4	4	3.67	4	4	4	5	4	4	4.17	3	3	4	3.33	4	4	4	3	3	3.60	2	3	3	4	3.00	4	4	3	3.67	
13	Wanita	25-30	S2	BNI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	3	2	3.40	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	
14	Pria	20-25	S1	BNI	4	4	3	3	4	4	3.67	4	3	3	4	3	4	3.50	4	3	3	3.33	3	4	4	3	3	3.40	3	3	4	4	3.50	4	4	3	3.67	
15	Wanita	20-25	S1	BNI	4	3	3	2	4	4	3.33	3	3	3	3	2	3	2.83	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2	2.40	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	
16	Pria	< 20	S1	Mandiri	3	3	4	4	4	3	3.50	3	3	4	3	3	4	3.33	4	4	2	3.33	4	4	4	4	4	4.00	4	5	5	4	4.50	3	3	3	3.00	
17	Pria	< 20	S1	BNI	4	4	4	4	4	4	4.00	2	3	3	2	3	3	2.67	4	4	3	3.67	3	3	3	4	4	3.40	4	3	3	3	3.25	4	2	3	3.00	
18	Wanita	< 20	S1	CIMB	4	3	4	4	4	4	3.83	2	3	3	2	2	3	2.50	4	3	2	3.00	3	3	3	2	2	2.60	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	

19	Pria	20-25	S1	BRI	4	4	3	4	4	3	3.67	4	4	4	3	3	3	3.50	4	3	3	3.33	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00
20	Pria	20-25	S1	BRI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33	4	4	4	4	2	3.60	3	4	4	4	3.75	4	4	3	3.67
21	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3	3.40	2	4	4	4	3.50	3	3	3	3.00
22	Wanita	20-25	S1	Mandiri	5	4	4	4	5	5	4.50	4	4	4	3	3	5	3.83	4	3	3	3.33	4	3	4	2	2	3.00	2	4	4	4	3.50	4	4	4	4.00
23	Pria	20-25	S1	BRI	3	4	3	4	4	4	3.67	4	4	3	4	4	5	4.00	5	3	4	4.00	3	4	3	2	1	2.60	4	4	2	4	3.50	3	3	3	3.00
24	Pria	20-25	S1	BRI	3	3	3	3	3	4	3.17	2	2	2	2	2	2	2.00	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80	2	4	4	4	3.50	3	3	3	3.00
25	Wanita	20-25	S1	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00
26	Wanita	20-25	S1	BRI	3	3	2	2	2	3	2.50	3	3	3	2	2	2	2.50	3	2	3	2.67	3	3	3	3	2	2.80	4	3	3	2	3.00	4	2	3	3.00
27	Wanita	< 20	S1	CIMB	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	3	4	3	4	3.67	4	4	3	3.67	4	4	3	4	4	3.80	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
28	Pria	25-30	S2	CIMB	3	3	3	4	3	3	3.17	3	3	4	3	3	4	3.33	4	3	3	3.33	4	4	3	2	3	3.20	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00
29	Wanita	< 20	S1	BPD	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	3	4	3.83	4	4	3	3.67	3	3	3	2	2	2.60	3	4	4	3	3.50	3	3	3	3.00
30	Wanita	< 20	S1	Mandiri	4	3	4	4	4	4	3.83	4	4	4	3	4	4	3.83	4	4	3	3.67	4	4	4	2	2	3.20	2	4	4	4	3.50	3	3	3	3.00
31	Wanita	20-25	S1	CIMB	3	3	3	4	3	3	3.17	2	3	2	3	2	2	2.33	4	3	3	3.33	3	2	2	2	2	2.20	2	4	4	4	3.50	3	3	2	2.67
32	Pria	< 20	S1	BNI	4	3	3	3	4	3	3.33	3	3	3	4	3	4	3.33	4	2	3	3.00	3	2	4	3	2	2.80	2	4	4	3	3.25	3	3	3	3.00
33	Wanita	< 20	D3	BRI	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00
34	Pria	20-25	S1	Mandiri	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00	3	4	3	4	4	3.60	3	5	5	4	4.25	3	3	3	3.00
35	Wanita	25-30	S2	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	1	4	4	5	3.50	5	1	5	3.67
36	Wanita	< 20	D3	BRI	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	4	3	3	3.50	4	4	3	3.67	4	3	3	4	4	3.60	2	3	4	4	3.25	3	2	4	3.00
37	Pria	< 20	D3	BRI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4	4	4.17	5	4	4	4.33	4	4	4	5	4	4.20	3	4	4	5	4.00	4	3	4	3.67
38	Wanita	< 20	D3	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00

39	Pria	< 20	D3	BNI	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	4	3	3	3.50	4	4	3	3.67	3	3	3	3	4	3.20	2	4	4	3	3.25	4	3	4	3.67
40	Wanita	< 20	S1	Mandiri	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	4	3	3	3	3.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	2	2.80	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
41	Wanita	25-30	S2	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
42	Pria	20-25	S1	BRI	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	3	3	3	3.17	4	3	3	3.33	3	3	3	3	4	3.20	3	3	4	3	3.25	3	3	3	3.00
43	Wanita	25-30	S2	Mandiri	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	4	4	3.33	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3	3.40	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00
44	Pria	< 20	D3	Mandiri	4	4	4	4	3	4	3.83	3	3	3	3	4	3	3.17	3	4	3	3.33	3	4	4	5	3	3.80	3	3	4	5	3.75	4	3	3	3.33
45	Wanita	20-25	S1	BRI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	3	4	3.40	4	3	3	5	3.75	4	3	3	3.33
46	Wanita	< 20	S1	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	3	3	4	3	3	3.20	5	4	4	4	4.25	4	4	4	4.00
47	Pria	< 20	D3	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
48	Wanita	< 20	S1	BCA	5	4	4	4	5	5	4.50	4	4	4	3	3	5	3.83	4	3	3	3.33	4	3	4	2	2	3.00	2	4	4	4	3.50	4	4	4	4.00
49	Pria	< 20	D3	Mandiri	4	4	4	4	4	5	4.17	3	4	4	4	4	4	3.83	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00
50	Wanita	25-30	S2	BRI	3	3	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	3	3	3.67	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
51	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3	3.00	4	3	4	3.67	4	3	4	4	4	3.80	3	4	3	3	3.25	3	3	4	3.33
52	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
53	Pria	< 20	D3	Mandiri	5	4	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33	4	4	4	5	4	4.20	3	4	4	4	3.75	4	3	4	3.67
54	Wanita	20-25	S1	BRI	3	2	3	3	3	3	2.83	4	3	2	3	3	3	3.00	3	4	4	3.67	2	3	3	4	2	2.80	3	3	3	4	3.25	2	2	2	2.00
55	Pria	20-25	S1	BNI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4	4	4.17	5	4	4	4.33	4	4	4	4	3	3.80	3	4	4	4	3.75	4	4	3	3.67
56	Wanita	20-25	S1	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	5	4	4	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	3	3	3	3	4	3.20	5	4	4	3	4.00	4	3	4	3.67
57	Wanita	20-25	S1	BNI	4	4	4	3	3	4	3.67	3	3	4	4	4	3	3.50	3	4	4	3.67	4	4	4	4	3	3.80	3	4	4	4	3.75	4	4	3	3.67
58	Pria	< 20	D3	BNI	5	5	4	4	4	5	4.50	4	4	4	5	4	4	4.17	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00

59	Pria	< 20	D3	BNI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2	2.40	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
60	Wanita	< 20	S1	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00	3	3	3	3	4	3.20	3	3	4	3	3.25	3	3	3	3.00
61	Wanita	20-25	S1	BNI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	2	2	2.60	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
62	Pria	< 20	D3	Mandiri	5	5	4	4	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4.00	4	5	4	4.33	4	4	4	4	2	3.60	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33
63	Wanita	< 20	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
64	Pria	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00
65	Wanita	20-25	S1	Mandiri	3	2	3	3	3	3	2.83	4	4	3	3	4	4	3.67	5	4	4	4.33	4	4	4	4	2	3.60	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33
66	Wanita	20-25	S1	BCA	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	4	3	3	3	3.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	2	2.80	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
67	Wanita	< 20	S1	BRI	5	4	4	4	5	5	4.50	4	4	4	3	3	5	3.83	4	3	3	3.33	3	3	3	3	3	3.00	2	4	4	4	3.50	3	3	3	3.00
68	Pria	< 20	D3	Mandiri	3	4	3	4	4	4	3.67	4	4	3	4	4	5	4.00	5	3	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
69	Wanita	< 20	D3	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00	4	3	3	3	3	3.20	3	4	4	4	3.75	4	3	3	3.33
70	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	3	3	3	4	3.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	2	2.80	4	3	3	2	3.00	4	2	3	3.00
71	Wanita	< 20	S1	Mandiri	5	4	4	4	5	5	4.50	4	5	4	4	4	5	4.33	5	4	4	4.33	3	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
72	Pria	< 20	S1	BRI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4	4	4.17	5	4	4	4.33	3	4	4	3	3	3.40	3	3	4	4	3.50	4	4	3	3.67
73	Wanita	< 20	S1	BRI	3	4	3	4	4	4	3.67	4	3	4	3	4	4	3.67	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00
74	Pria	< 20	D3	BNI	5	4	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33	3	4	4	4	4	3.80	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00
75	Wanita	20-25	S1	BRI	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	4	3	3	3.50	4	4	3	3.67	3	3	3	3	4	3.20	2	4	4	3	3.25	4	3	4	3.67
76	Pria	20-25	S1	BRI	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4	4	4.17	5	4	4	4.33	4	4	4	4	3	3.80	3	4	4	4	3.75	4	4	3	3.67
77	Wanita	< 20	D3	BRI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	3	4	3.40	3	3	3	5	3.50	4	3	3	3.33
78	Pria	< 20	S1	BRI	5	5	5	5	5	5	5.00	4	5	5	5	5	5	4.83	5	4	4	4.33	3	3	4	3	3	3.20	5	4	4	4	4.25	4	4	4	4.00

79	Wanita	20-25	S1	BNI	5	5	5	4	4	4	4.50	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4.33	4	4	4	5	5	4.40	4	4	3	4	3.75	5	3	5	4.33
80	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33
81	Wanita	< 20	S1	BRI	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00	4	3	3	3	3	3.20	3	4	4	4	3.75	4	3	3	3.33
82	Pria	< 20	S1	BRI	3	2	3	3	3	3	2.83	4	4	3	3	4	4	3.67	5	4	4	4.33	2	3	3	4	2	2.80	4	3	3	4	3.50	2	2	2	2.00
83	Pria	< 20	D3	BNI	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	4	3	3	3	3.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	2	2.80	4	3	3	5	3.75	4	2	3	3.00
84	Pria	25-30	S2	BCA	4	4	3	2	3	3	3.17	3	3	4	4	3	3	3.33	4	4	5	4.33	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67
85	Pria	< 20	D3	BNI	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	3	3	3	3	5	3.40	1	5	5	5	4.00	4	4	5	4.33
86	Pria	< 20	S1	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	4	5	5	5	5	5	4.83	5	4	4	4.33	3	3	3	3	4	3.20	4	3	4	3	3.50	3	3	3	3.00
87	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3	5	3.40	4	5	5	5	4.75	4	4	5	4.33
88	Pria	20-25	S1	Mandiri	4	4	3	4	4	4	3.83	3	4	4	4	4	4	3.83	4	5	4	4.33	4	4	4	3	3	3.60	3	4	4	5	4.00	3	4	4	3.67
89	Pria	20-25	S1	Mandiri	5	4	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75	4	3	3	3.33
90	Wanita	20-25	S1	Mandiri	5	4	5	4	4	4	4.33	5	4	4	4	5	4	4.33	4	4	5	4.33	4	3	3	3	3	3.20	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33
91	Pria	< 20	S1	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00
92	Wanita	< 20	S1	BRI	3	2	3	3	3	3	2.83	4	4	3	3	4	4	3.67	5	4	4	4.33	4	4	4	4	2	3.60	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3.33
93	Pria	< 20	S1	BRI	4	4	3	3	4	3	3.50	3	4	4	4	3	3	3.50	4	4	3	3.67	4	4	4	3	2	3.40	2	4	4	4	3.50	4	4	4	4.00
94	Wanita	< 20	S1	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	3	3	3	3	5	3.40	5	5	5	5	5.00	4	4	5	4.33
95	Wanita	< 20	S1	Mandiri	3	4	3	4	4	4	3.67	4	4	3	4	4	5	4.00	5	3	4	4.00	3	4	3	2	1	2.60	4	4	2	4	3.50	3	3	3	3.00
96	Wanita	< 20	S1	BRI	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	3	3	3	3.20	3	4	4	4	3.75	3	5	4	4.00
97	Wanita	20-25	S1	BRI	5	4	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75	4	3	3	3.33
98	Pria	20-25	D3	Mandiri	5	4	4	4	4	4	4.17	4	5	4	4	4	4	4.17	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00

99	Wanita	< 20	D3	Mandiri	4	3	3	3	4	4	3.50	4	4	4	3	3	3	3.50	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	5	5	5	4.75	4	3	3	3.33
100	Wanita	20-25	S1	BPD	5	4	4	4	5	5	4.50	4	4	4	3	3	5	3.83	4	3	3	3.33	3	3	3	3	4	3.20	2	3	3	3	2.75	4	4	2	3.33
101	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	3	4	3.40	3	3	3	5	3.50	4	3	3	3.33
102	Pria	20-25	S1	BRI	4	3	4	4	4	4	3.83	4	3	3	3	3	3	3.17	4	4	4	4.00	3	3	4	3	3	3.20	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00
103	Pria	< 20	D3	BCA	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5.00	2	3	3	2	3	2.60	1	3	3	3	2.50	3	3	3	3.00
104	Wanita	20-25	S1	Mandiri	4	3	4	4	3	3	3.50	4	3	3	4	4	4	3.67	3	3	4	3.33	3	3	3	4	4	3.40	4	3	2	4	3.25	4	4	4	4.00
105	Pria	20-25	S1	BCA	5	5	3	4	4	4	4.17	3	4	4	4	4	4	3.83	4	3	2	3.00	3	4	3	3	3	3.20	5	4	4	4	4.25	3	5	4	4.00
106	Pria	< 20	S1	Mandiri	2	4	3	3	2	3	2.83	4	3	4	4	3	4	3.67	3	3	3	3.00	2	3	3	2	3	2.60	2	3	3	3	2.75	3	3	3	3.00
107	Pria	20-25	S1	Mandiri	3	2	3	3	3	3	2.83	4	4	3	3	4	4	3.67	5	4	4	4.33	3	2	3	3	2	2.60	4	1	3	3	2.75	3	3	3	3.00
108	Wanita	20-25	S1	BRI	3	3	2	3	3	3	2.83	3	4	4	3	3	4	3.50	4	5	4	4.33	3	3	3	3	2	2.80	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00
109	Wanita	20-25	S1	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	4	5	5	4.67	5	5	5	5.00	4	3	4	2	2	3.00	5	4	4	4	4.25	4	4	4	4.00
110	Wanita	20-25	S1	BCA	4	4	4	4	3	3	3.67	4	3	3	4	4	4	3.67	3	3	4	3.33	3	4	3	2	1	2.60	4	4	5	4	4.25	3	3	3	3.00
											3.97						3.85				4.02						3.42					3.76				3.48	

LAMPIRAN 3

**HASIL UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS PER-VARIABEL**

PERCEIVE USEFULNESS

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.691**	.674**	.553**	.765**	.660**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.2	Pearson Correlation	.691**	1	.655**	.653**	.593**	.614**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.3	Pearson Correlation	.674**	.655**	1	.861**	.683**	.751**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.4	Pearson Correlation	.553**	.653**	.861**	1	.692**	.734**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.5	Pearson Correlation	.765**	.593**	.683**	.692**	1	.791**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.6	Pearson Correlation	.660**	.614**	.751**	.734**	.791**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.844**	.819**	.893**	.866**	.873**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	6

PERCEIVE EASE OF USE

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.661**	.458**	.556**	.686**	.656**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X2.2	Pearson Correlation	.661**	1	.616**	.577**	.618**	.630**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X2.3	Pearson Correlation	.458**	.616**	1	.652**	.586**	.500**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X2.4	Pearson Correlation	.556**	.577**	.652**	1	.752**	.592**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X2.5	Pearson Correlation	.686**	.618**	.586**	.752**	1	.720**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X2.6	Pearson Correlation	.656**	.630**	.500**	.592**	.720**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.804**	.814**	.768**	.841**	.890**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

COMPUTER SELF EFFICACY

HASIL Uji VALIDITAS

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.493**	.419**	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
X3.2	Pearson Correlation	.493**	1	.619**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
X3.3	Pearson Correlation	.419**	.619**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.752**	.863**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL Uji RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	3

SECURITY DAN PRIVACY

HASIL Uji VALIDITAS

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.575**	.682**	.501**	.296**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X4.2	Pearson Correlation	.575**	1	.621**	.579**	.348**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X4.3	Pearson Correlation	.682**	.621**	1	.613**	.337**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X4.4	Pearson Correlation	.501**	.579**	.613**	1	.605**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X4.5	Pearson Correlation	.296**	.348**	.337**	.605**	1	.728**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.739**	.764**	.797**	.866**	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL Uji RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

TRUST

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTAL
X5.1	Pearson Correlation	1	.198*	.159	.146	.649**
	Sig. (2-tailed)		.038	.096	.127	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.2	Pearson Correlation	.198*	1	.646**	.448**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.038		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.3	Pearson Correlation	.159	.646**	1	.309**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.096	.000		.001	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.4	Pearson Correlation	.146	.448**	.309**	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.127	.000	.001		.000
	N	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.649**	.774**	.709**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	4

MINAT PENGGUNAAN ONLINE BANKING

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.402**	.581**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Y2	Pearson Correlation	.402**	1	.494**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Y3	Pearson Correlation	.581**	.494**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.789**	.796**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	3

LAMPIRAN 4
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

HASIL Uji ASUMSI KLASIK

HASIL Uji NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.37547680
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.622
Asymp. Sig. (2-tailed)		.835

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL Uji MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceive Usefulness (X1)	.420	2.384
	Perceive Ease of Use (X2)	.339	2.948
	Computer Self Efficacy (X3)	.501	1.996
	Security and Privacy (X4)	.722	1.386
	Trust (X5)	.723	1.383

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.352	.196		1.792	.076
	Perceive Usefulness (X1)	-.003	.052	-.008	-.055	.957
	Perceive Ease of Use (X2)	.054	.064	.141	.848	.398
	Computer Self Efficiency (X3)	-.029	.053	-.074	-.541	.590
	Security and Privacy (X4)	.030	.041	.083	.726	.470
	Trust (X5)	-.061	.049	-.142	-1.248	.215

a. Dependent Variable: absolut

LAMPIRAN 5
HASIL UJI HIPOTESIS

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Trust (X5), Perceive Usefulness (X1), Security and Privacy (X4), Computer Self Efficacy (X3), Perceive Ease of Use (X2) ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Intention to use (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.528	.38440

a. Predictors: (Constant), Trust (X5), Perceive Usefulness (X1), Security and Privacy (X4), Computer Self Efficacy (X3), Perceive Ease of Use (X2)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.774	5	3.755	25.412	.000 ^a
	Residual	15.367	104	.148		
	Total	34.141	109			

a. Predictors: (Constant), Trust (X5), Perceive Usefulness (X1), Security and Privacy (X4), Computer Self Efficacy (X3), Perceive Ease of Use (X2)

b. Dependent Variable: Intention to use (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.210	.347		.607	.545
	Perceive Usefulness (X1)	.225	.091	.251	2.468	.015
	Perceive Ease of Use (X2)	.264	.113	.263	2.329	.022
	Computer Self Efficacy (X3)	-.179	.094	-.177	-1.900	.060
	Security and Privacy (X4)	.382	.072	.411	5.312	.000
	Trust (X5)	.208	.086	.187	2.411	.018

a. Dependent Variable: Intention to use (Y)