

**PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
ONLINE BANK; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA**

JURNAL



Ditulis oleh:

Nama : INNAYA RAHYEN NAYUMA BAGASWOTO

Nomor Mahasiswa : 09311063

Program Studi : MANAJEMEN

Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN JURNAL

PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *ONLINE BANKING*; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA

NAMA : INNAYA RAHYEN NAYUMA BAGASWOTO

NIM : 09311063

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : PEMASARAN

Yogyakarta, 20 September 2013

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *ONLINE BANKING*; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA

Innaya Rahyen Nayuma Bagaswoto
(email: nayabagaswoto@gmail.com)

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara sikap terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap, pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan sikap, kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan, pengaruh, keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan dan pengaruh keamanan web yang dirasakan terhadap sikap. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking*, tanpa membatasi pengguna *online banking* dari nasabah bank manapun. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 200 nasabah bank di Yogyakarta yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Model* dengan program Lisrel 8.8.

Hasil penelitian menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara sikap (ATT) terhadap minat menggunakan online banking (INT), tidak terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap minat menggunakan online banking (INT), terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap sikap (ATT), terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) terhadap sikap (ATT), tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap minat menggunakan *online banking* (INT), dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap sikap (ATT).

Kata Kunci : *persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan web, sikap, minat menggunakan*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi menghasilkan sebuah temuan baru yang berhubungan dengan dunia perbankan yaitu *online banking*. Temuan sebelumnya adalah *mobile banking* yang dimana secara tujuan aplikasi samadengan *online banking*. Hanya saja perbedaannya dari segi fasilitas yang menunjang penggunaannya, yaitu untuk *mobile banking* menggunakan *handphone* sedangkan *online banking* menggunakan *laptop* dan *personal computer*. Penelitian ini akan mencoba menganalisis minat nasabah bank menggunakan *online banking*, Mengeksplorasi keuntungan dari penggunaan

online banking untuk mengetahui manfaat apa yang dirasakan serta menjelaskan serta memprediksi niat konsumen untuk mengadopsi *online banking*. Dalam rangka memberikan dasar teoritis yang solid untuk mengintegrasikan adopsi layanan *online banking*, skripsi ini mengacu kepada sebuah teori tentang pemikiran struktur dari segi penerimaan model (TAM).

Theory Acceptance Model (TAM) telah banyak digunakan dalam beberapa studi untuk memprediksi dan memahami tentang persepsi konsumen terhadap penggunaan sistem *online banking* dan keinginan untuk mengadopsi sistem *online* (Gefen et al, 2003; Hsu et al, 2006; Wu dan Chen, 2005), *Theory Acceptance model (TAM)* merupakan alat yang paling tepat untuk memahami pengadopsian *online banking*. Selain manfaat dan minat untuk menggunakan *online banking*, penulis juga akan meneliti apakah sikap nasabah yang akan menggunakan *online banking* dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *online banking* serta apakah manfaat yang diterima oleh seorang nasabah setelah menggunakan *online banking* ataupun yang baru akan menggunakan dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *online banking*. *Online banking* merupakan sebuah sistem perbankan yang ditujukan untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus mendatangi bank yang bersangkutan, dari sistem ini tentu akan adanya persepsi atau penilaian dari nasabah tersebut tentang sistem *online banking* tersebut apakah sistem tersebut mudah untuk digunakan melainkan sebaliknya yaitu sulit untuk digunakan. Dari segi kemudahan penggunaan sistem *online banking* ini apakah memberikan pengaruh terhadap manfaat, sikap, bahkan minat seseorang yang merupakan variabel yang akan penulis bahas atau teliti dalam penelitian ini. Selain dari mudahnya penggunaan sistem *online banking* tentu ada pula faktor atau indikasi yang bersifat negatif yang membuat seseorang tetap enggan untuk menggunakan *online banking* walaupun terdapat manfaat dan kemudahan dalam menggunakan *online banking* yaitu dari segi keamanan web *online banking* yang disediakan oleh pihak bank. Karena jika keamanan web yang disediakan tidak aman maka seorang nasabah yang akan menggunakan *online banking* akan sangat enggan untuk menggunakan walaupun banyak keuntungan lainnya yang akan didapat dari menggunakan *online banking*.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Models (TAM) merupakan sebuah model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan dari pembaharuan teknologi komputer. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan penggunaan pengguna terhadap suatu sistem informasi, secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya teknologi informasi oleh pengguna (*user*).

Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

Minat (*intention*) merupakan sebuah persepsi yang timbul dari pemikiran seseorang yang menyatakan bahwa mudah dalam menggunakan sesuatu akan berarti secara potensial mudah meningkatkan penerimaan teknologi (Venkatesh dan Morris, 2000). Dampak secara tidak langsung menjelaskan akibat dari suatu situasi yang dimana sesuatu yang lain menjadi sama, teknologi yang lebih mudah digunakan akan menjadi lebih bermanfaat. Teknologi informasi merupakan kecenderungan hasrat dan minat konsumen dalam menggunakan internet untuk bertransaksi (Lui dan Jamieson, 2003).

Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan dinamis terhadap perilaku (Allport, 2003). Terdapat pula beberapa definisi lain mengenai sikap yang diantaranya sikap adalah perasaan atau evaluasi secara umum baik positif atau negatif kepada orang atau objek (McGuire, 1986). Sikap seseorang juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dimana seseorang tersebut berada, baik itu keluarga, teman, kelompok kerja atau organisasi. Pengaruh dari orang lain baik itu dari lingkungan sekitar ataupun tidak dianggap penting. Karena pada dasarnya seseorang cenderung memilih mengikuti atau bergabung bersama seseorang atau sekumpulan orang yang dianggap oleh seseorang itu nyaman, dan memiliki pemikiran yang sejalan atau sepaham.

H1: Sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.

Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) adalah “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” atau suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang (Davis, 1989). Tolak ukur dari manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) adalah berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman (diversifikasi) aplikasi yang digunakan. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi (sistem) jika mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi informasi tersebut (Thompson, 1991). Keinginan seseorang untuk menggunakan suatu sistem yang digunakan maka orang tersebut berkeinginan untuk menggunakan sistem tersebut (Klopping dan McKinney, 2004).

H2: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.

H3: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. Mudah dipahami artinya sebuah sistem tersebut mudah dipahami atau dimengerti oleh pengguna pada saat pertama kali menggunakan sistem tersebut. Sedangkan mudah dioperasikan berarti bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan ataupun digunakan pada saat pertama kali mencoba menggunakan sistem tersebut. Sehubungan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived usefulness* juga dipengaruhi oleh *perceived ease of use* (Venkatesh dan Davis, 2000). Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh (Saade, Nebebe, dan Tan, 2007; Tangke, 2004) menemukan *perceived ease of use* memiliki hubungan yang positif atas *perceived usefulness*.

H4: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

H5: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.

Keamanan Web yang Dirasakan (*Perceived Web Security*)

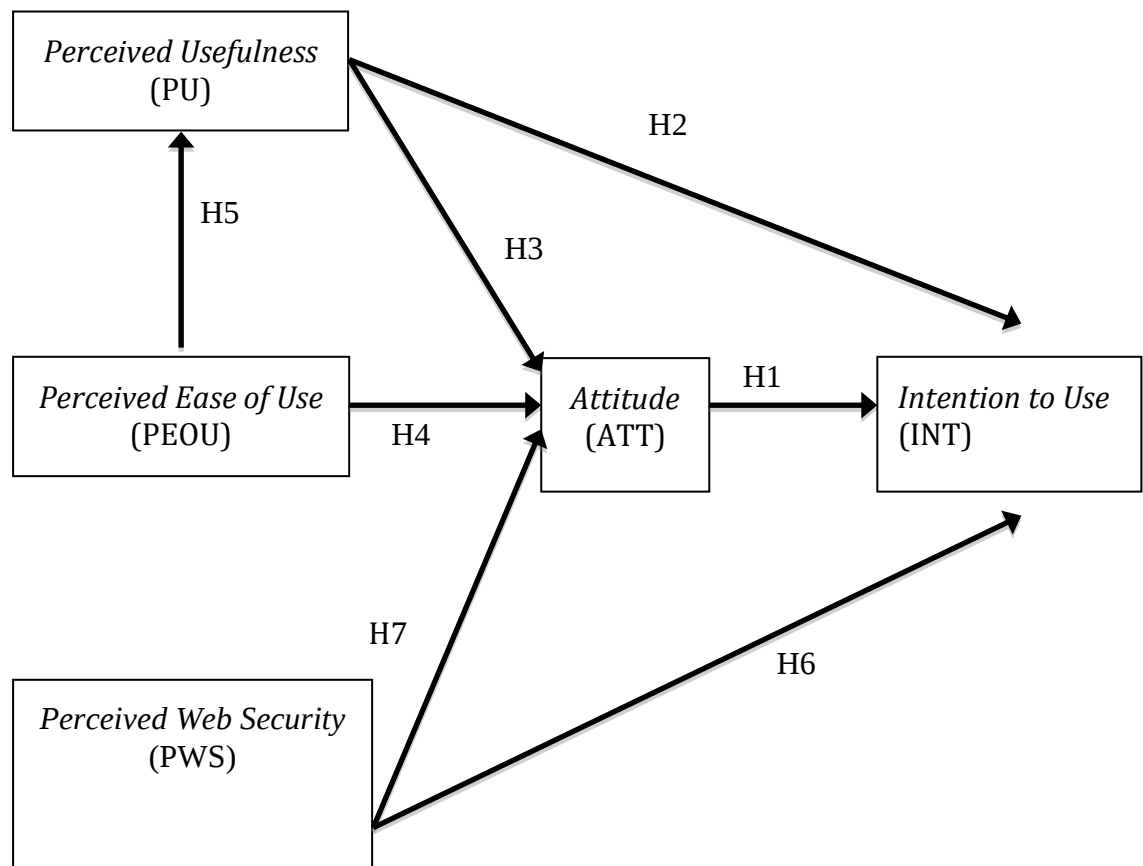
Keamanan web yang dirasakan adalah persepsi konsumen tentang keamanan dan kemampuan *website* dalam menyelesaikan transaksi dengan baik dan tepat. Ketika transaksi dengan pihak yang tidak dikenal (*unknown*), nasabah akan mengevaluasi kemampuan pihak bank untuk melindungi informasi pribadi yang berkaitan dengan para nasabah, keberhasilan menyelesaikan transaksi, dan menawarkan bantuan menyelesaikan suatu masalah dalam bertransaksi secara *online* (Clarke, 2011). Nasabah yang merasa aman terhadap lingkungan internet secara keseluruhan akan cenderung percaya terhadap *website* yang menawarkan aplikasi yang menawarkan fasilitas perbankan. Namun ada pula sebagian nasabah yang merasa bahwa internet itu tidak aman sehingga nasabah tersebut enggan menggunakan aplikasi yang menawarkan fasilitas perbankan tersebut. Seseorang yang merasa aman terhadap internet akan memiliki persepsi *structural assurance* yang tinggi, karena mereka yakin bahwa teknologi internet (misal: enkripsi data) memberikan perlindungan, sehingga seseorang yakin bahwa transaksi melalui internet dapat berjalan secara aman (McKnight, 2002). Definisi dari enkripsi itu sendiri merupakan perlindungan hukum dan *technology safeguard* yang menjaga agar pengguna tidak kehilangan uang dan *privacy* (Gefen et al., 2003).

H6: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.

H7: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

Model Penelitian

Gambar 1
Model Penelitian



Sumber: Customer's Intention to Use *Online Banking* (Cheng et al., 2006)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas yang berupaya untuk meneliti apa dan seberapa jauh faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi suatu variabel. Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah mempunyai pengalaman dalam menggunakan *online banking*. Data primer dalam penelitian ini diambil dari sebuah survei yang mengikutsertakan 200 responden dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Semua data primer dianalisis dengan menggunakan analisis *structural equation modeling* (SEM), mengingat model konseptual penelitian ini mempunyai tiga variabel dependen dan satu variabel independen. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan aplikasi LISREL 8.80, karena dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi dari sebuah konstruk dan pada saat yang sama mampu mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dimensi-dimensinya. Penelitian ini berfokus pada minat seseorang untuk menggunakan *online banking* dan apa saja yang mempengaruhinya. Model

penelitian diuji berdasarkan pada konsumen yang sudah menggunakan *online banking*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Hsu (2012).

Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini digambarkan ke dalam lima kategori yang didasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Karakteristik demografi yang dibahas dapat mewakili penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Rasio jenis kelamin dari responden sekitar 55% adalah pria sedangkan sekitar 45% adalah wanita. Dari data ini menunjukkan bahwa responden pria lebih mendominasi dari pada responden wanita. Sebagian besar responden berkisar antara usia < 18 tahun sebesar 11,5%, > 60 tahun sebesar 7%, 19-30 tahun sebesar 28%, 31-45 tahun sebesar 32,5% tahun, dan untuk usia 46-60 tahun sebesar 21%. Seluruh responden, tanpa terkecuali, telah memiliki pengalaman mengguna *online banking*. Responden dalam penelitian ini 100% adalah pengguna *online banking*, dilihat dari berapa lama responden menggunakan *online banking* ada yang < 1 tahun yaitu sebesar 6,5%, > 5 tahun sebesar 27%, 1-3 tahun penggunaan sebesar 31% dan mayoritas penggunaan selama 3-5 tahun yaitu sebesar 35,5%. Selain lama penggunaan penelitian ini juga meneliti dari segi frekuensi responden menggunakan *online banking*, yang di lihat dari penggunaan 1 bulan sekali sebesar 13%, 1 minggu sekali sebesar 35,5%, 2 minggu sekali sebesar 22%, 2 hari sekali sebesar 12%, 3 hari sekali sebesar 15%, dan setiap hari sebesar 2,5% (lihat Tabel 1 dan Tabel 2).

Tabel 1
Karakteristik Demografi

Pengukuran	Indikator	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	110	55%
	Wanita	90	45%
Usia	< 18 Tahun	23	11,5%
	> 60 Tahun	14	7%
	19-30 Tahun	56	28%
	31-45 Tahun	65	32,5%
	46-60 Tahun	42	21%
Pendidikan Responden	SD	0	0%
	SMP	14	7%
	SMA	46	23%
	Diploma	33	16,5%
	Sarjana (S1)	80	40%
	Pasca Sarjana (S2)	27	13,5%
Pekerjaan	Tidak/Belum Bekerja	8	4%

	Pelajar/Mahasiswa	45	22,55
	Pegawai Swasta	52	26%
	Wiraswasta	50	25%
	PNS	18	9%
	TNI/Polri	19	9,5%
	Lainnya	8	4%

Sumber: data primer yang telah diolah (2013)

Tabel 2
Karakteristik Demografi

Pengukuran	Indikator	Jumlah Responden	Persentase
Responden Pengguna <i>Online Banking</i>	Ya	200	100%
	Tidak	0	0%
Lama Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	< 1 Tahun	13	6,5%
	> 5 Tahun	54	27%
	1-3 Tahun	62	31%
	3-5 Tahun	71	35,5%
Frekuensi Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	1 Bulan Sekali	26	13%
	1 Minggu Sekali	71	35,5%
	2 Minggu Sekali	44	22%
	2 Hari Sekali	24	12%
	3 Hari Sekali	30	15%
	Setiap Hari	5	2,5%

Sumber: data primer yang telah diolah (2013)

PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Untuk mengevaluasi model pengukuran adalah menilai kebaikan penyesuaian, oleh Byrne (1998), untuk mengevaluasi kesesuaian dari model penelitian

menggunakan indeks yaitu tes χ^2 , tes χ^2 yang terstandar, *root mean square error of approximation*/kesalahan kuadrat mean akar dari penaksiran (RMSEA), *goodness of fit* (GFI), *adjusted goodness of fit* (AGFI), dan indeks kesesuaian komparatif/*comparative fit index* (CFI).

Tabel 3

Hasil Awal Goodness of Fit Index

Konstruk	INT	ATT	PU	PWS	PEOU
χ^2	0.00	11.61	1.76	23.34	15.56
P	1.00	0.0030	0.42	0.00	0.00042
RMSEA	0.00	0.16	0.00	0.24	0.18
df	0.00	2	2	2	2
Cmin/df	0.00	5.80	0.88	11.67	7.78
GFI	0.00	0.97	1.00	0.94	0.96
AGFI	0.00	0.86	0.98	0.70	0.82
CFI	0.00	0.98	1.00	0.97	0.97
Keterangan	Baik	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM). 2013

Konstruk dari tabel di atas masih harus dilakukan modifikasi agar dihasilkan model yang lebih baik. Menurut Hair et al. (1998), bahwa model yang tidak memenuhi persyaratan dapat dimodifikasi dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model.

Tabel 4

Variabel dan Konstruk yang Digunakan dan Dihilangkan

Variabel	Indikator		Jumlah	
	Dihilangkan	Digunakan	Dihilangkan	Digunakan
<i>Attitude</i> (ATT)	ATT2	ATT1, ATT3, ATT4	1	3
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	PU2, PU3, PU4	1	3
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PEOU2	PEOU1, PEOU3, PEOU4	1	3
<i>Perceived Web Security</i> (PWS)	PWS3	PWS1, PWS2, PWS4	1	3
Total			4	12

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Tabel diatas menunjukkan beberapa indikator yang perlu dihilangkan setelah melakukan evaluasi menggunakan *modification indices* atau indeks modifikasi (MI), untuk mengevaluasi sumber potensial ketidaksesuaian model. Dengan melihat

maximum modification index maka dapat diketahui indikator yang mungkin untuk dihilangkan agar diperoleh penilaian model yang lebih baik. Masing-masing indeks modifikasi (MI) parameter terbatas mewakili suatu ukuran dari penurunan terprediksi dalam χ^2 jika suatu parameter tunggal diperkirakan dalam model yang direvisi (Joreskog dan Sorbom, 1996).

Tabel 5
Hasil Akhir *Goodness of Fit Indices*

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model 2
χ^2	0.00
P	1.00
RMSEA	0.00
df	0.00
Cmin/df	0.00
GFI	0.00
AGFI	0.00
CFI	0.00
Keterangan	Baik

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Tabel diatas merupakan hasil akhir *goodness of fit* setelah dilakukan modifikasi dengan mengevaluasi *modification indices* atau indeks modifikasi (MI). Dalam pemodelan persamaan struktural, terdapat beberapa statistik pengujian yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk. Hal ini meliputi korelasi ganda kuadrat (R^2) dari masing-masing indikator, reliabilitas gabungan, dan varian yang terekstrak. Holmes-Smith (2001) menunjukkan bahwa sebagai suatu aturan umum, konstruk akan menjadi reliabel ketika R^2 dari indikator-indikatornya melebihi 0,50; reliabilitas gabungannya lebih besar dari 0,70; dan varian terekstraknya lebih besar dari 0,50.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dari Pengukuran Model Akhir

Indikator	λ_i	ε_i	Keterangan	<i>Composite Reliability</i>	<i>Variance Extracted</i>	Keterangan
<i>Intention to Use</i>				0.99243	0.97808	Reliabel
INT1	0.76	0.48	Valid			
INT2	1.03	0.42	Valid			
INT3	0.77	0.21	Valid			

Attitude				0.9845	0.95567	Reliabel
ATT1	0.84	0.28	Valid			
ATT3	0.98	0.39	Valid			
ATT4	0.7	0.43	Valid			
Perceived Usefulness				0.99174	0.97584	Reliabel
PU2	0.98	0.13	Valid			
PU3	1.17	0.19	Valid			
PU4	0.95	0.65	Valid			
Perceived Web Security				0.98088	0.94478	Reliabel
PWS1	0.89	0.49	Valid			
PWS2	0.87	0.32	Valid			
PWS4	0.92	0.2	Valid			
Perceived Ease of Use				0.98097	0.94551	Reliabel
PEOU1	1.04	0.19	Valid			
PEOU3	1.0	0.42	Valid			
PEOU4	1.25	0.23	Valid			

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa reliabilitas gabungan dari empat konstruk yang digunakan dalam penelitian ini berkisar dari 0,98097 (konstruk *Perceived Ease of Use* (PEOU)) hingga 0,99243 (*Intention to Use* (INT)). Nilai-nilai tersebut berada di atas nilai minimum yang dapat diterima yaitu sebesar 0.70. Dalam bentuk *variance extracted*, tidak ada konstruk yang berada di bawah batas yang dapat diterima yaitu 0,50.

Tabel 7

Parameter Estimates dan Factor Score Regressions dari Variabel Terobservasi dan Maximized Reliabilities dan Parameter Estimates dari Variabel Gabungan

Nama Variabel	Variabel Terobservasi			Skala Gabungan		
	<i>Factor Loadings</i> (λ_i)	<i>Error Variance</i> (θ_i)	<i>Factor Score Regressions</i>	<i>Maximize Reliability</i> (r_m)	<i>Factor Loading</i> ($\sqrt{r_m}$)	<i>Error Variances</i> ($\theta=1-r_m$)
Intention to Use				0.992	0.996	0.007
INT1	0.76	0.48	0.23			
INT2	1.03	0.42	0.17			
INT3	0.77	0.21	0.04			
Attitude				0.984	0.992	0.015
ATT1	0.84	0.28	0.07			
ATT3	0.98	0.39	0.15			
ATT4	0.7	0.43	0.18			
Perceived Usefulness				0.989	0.994	0.010

PU2	0.98	0.13	0.01			
PU3	1.17	0.19	0.03			
PU4	0.95	0.65	0.42			
Perceived Web Security				0.980	0.990	0.019
PWS1	0.89	0.49	0.24			
PWS2	0.87	0.32	0.10			
PWS4	0.92	0.2	0.04			
Perceived Ease of Use				0.980	0.990	0.19
PEOU1	1.04	0.19	0.03			
PEOU3	1.0	0.42	0.17			
PEOU4	1.25	0.23	0.05			

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Dengan mempertimbangkan bahwa reliabilitas item dan validitas konstruk dari penelitian sangat baik, menjadi dapat diterima untuk melakukan pengukuran kongenerik kesesuaian sebagaimana yang direkomendasikan oleh Holmes-Smith dan Rowe (1994). Pertama-tama, peneliti mengembangkan file data baru dari nilai gabungan keempat konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Melalui langkah ini, variabel terobservasi penelitian ini diturunkan dari dua puluh lima menjadi empat variabel terobservasi gabungan. Hal ini membuat peneliti dapat mengembangkan matrik kovarian asimtotik karena ukuran sampel minimum yang diperlukan adalah 6, yaitu $4(4-1):2$. Selain itu, berdasarkan pada koefisien muatan faktor, varian *error*, dan regresi faktor yang ada, peneliti menghitung koefisien reliabilitas skala gabungan yang dimaksimalisasi, muatan faktor (λ), dan varian *error* (σ^2). Koefisien muatan faktor dan varian *error* pada akhirnya digunakan sebagai estimasi parameter terikat dalam bagian pengukuran model persamaan struktural.

Tabel 8

Validitas dan Tingkat Signifikansi Hubungan Kasual Untuk *Initial Model*

Hubungan antara Dua Konstruk	Factor Loading (λ)		t-value	Level Signifikan
	Beta (β)	Gamma (γ)		
ATT→INT	0.06	--	0.41	0.05
PU→INT	0.17	--	1.36	0.05
PU→ATT	0.25	--	2.86	0.05
PEOU→ATT	--	0.19	2.70	0.05
PEOU→PU	--	0.35	4.29	0.05

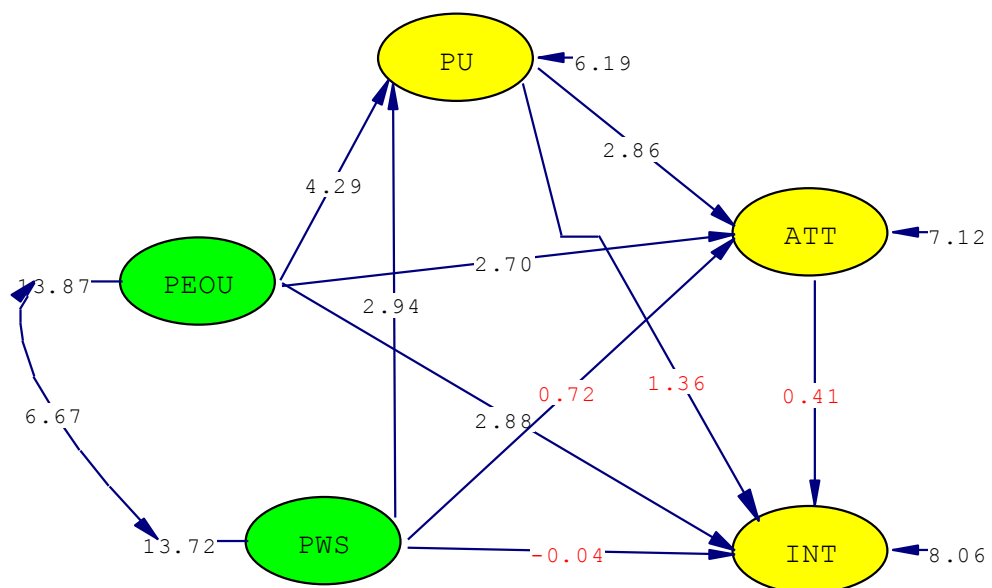
PWS → INT	--	-0.01	-0.04	0.05
PWS → ATT	--	0.06	0.72	0.05

Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Pada model struktural nilai χ^2 dari model ini adalah 0.00 dengan nilai χ^2 normal sebesar 00.00. Nilai RMSEA adalah 0.00. Nilai dari GFI adalah 0.00, AGFI adalah 0.00, sedangkan nilai CFI 0.00. Nilai statistik ini mengindikasikan bahwa model ini merupakan model yang memiliki kesesuaian yang baik. Dan dilakukan penambahan jalur dari PWS ke PU. Berikut adalah gambar dari hasil model struktural.

Gambar 2

Model Strutural



Sumber: Hasil Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer LISREL 8.80 dilakukan pengujian sebagai berikut:

Tabel 9

Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Efek Hipotesis	nilait / level α	Keterangan
H1: Sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	0.41/0.05	Tidak Signifikan
H2: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	1.36/0.05	Tidak Signifikan
H3: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	2.86/0.05	Signifikan
H4: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	2.70/0.05	Signifikan
H5: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.	Positif (+)	4.29/0.05	Signifikan
H6: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Negatif (-)	-0.04/0.05	Tidak Signifikan
H7: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	0.72/0.05	Tidak Signifikan
Temuan Baru 1: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	2.88/0.05	Signifikan
Temuan Baru 2: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.	Positif (+)	2.94/0.05	Signifikan

Sumber: Olah Data *Structural Equation Modeling* (SEM), 2013

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pada sikap terhadap minat menggunakan. Hal ini berarti tinggi rendahnya sikap yang terbentuk tidak akan mempengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi *online banking*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kriestian dan Tanggulangan (2010) yang menemukan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan internet. Hal ini kemungkinan disebabkan karena motivasi individu berperilaku adalah karena ingin memperoleh manfaat. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan *online banking* adalah peningkatan kinerja dan proses transaksi yang lebih cepat. Meskipun demikian, sikap positif terhadap penggunaan *online banking* belum tentu meningkatkan niat penggunaan *online banking* tersebut. Masalah infrastruktur dapat menjadi faktor penghambat misal keterbatasan fasilitas komputer, koneksi dan atau server yang sering *down*.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan *online banking*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena sebagian besar responden masih berusia kurang dari 18 tahun, sehingga manfaat yang dirasakan dalam transaksi perbankan melalui *online banking* masih terasa kecil, mengingat pada usia tersebut penggunaan *online banking* hanya sebatas untuk mencari pengalaman, informasi, sehingga baru sebatas dalam penggunaan cek saldo, belum untuk transaksi bisnis dalam jumlah yang besar, yang mampu memberikan manfaat nyata bagi pengguna *online banking*.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada manfaat yang dirasakan terhadap sikap dalam penggunaan *online banking*. Hal ini berarti tinggi manfaat yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka sikap pada layanan *online banking* tersebut juga akan semakin meningkat. Manfaat yang dirasakan dari sebuah sistem memiliki pengertian yang luas yaitu kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi baru akan memperkuat atau meningkatkan kinerjanya. Seseorang dapat menilai konsekuensi dari tindakan mereka dalam hal merasakan manfaat dan mendasarkan pilihan mereka akan perilaku yang diinginkan pada manfaat yang dirasakan. Oleh karena itu, manfaat yang dirasakan dapat mempengaruhi sikap mereka dalam mengadopsi *online banking*. Hasil penelitian Wang dan Liu (2009) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap baik kognitif maupun afektif.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap sikap dalam penggunaan *online banking*. Hal ini berarti tinggi kemudahan yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka sikap pada layanan *online banking* tersebut juga akan semakin

meningkat. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Menurut Davis (1989) juga memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi (termasuk sistem *online banking*) yang meliputi mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan para user. Dengan demikian, bila jasa pelayanan *online banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para konsumen, jasa tersebut dipersepsikan bermanfaat, selanjutnya, persepsi tersebut akan menciptakan sikap yang positif.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan dalam mengadopsi *online banking*. Hal ini berarti tinggi kemudahan yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka manfaat yang dirasakan akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wang dan Liu (2009) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan persepsi manfaat, pada e-ticketing kereta api di Taiwan. Dalam penelitiannya, Davis (1989) menunjukkan bahwa pada saat individu ingin menggunakan sebuah sistem informasi yang baru, selain memperhitungkan manfaat apa yang akan didapatkan, individu juga mencari tahu seberapa besar usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan sistem tersebut. Tingkat keyakinan individu bahwa sistem yang akan digunakan bebas dari usaha dan itulah yang dinamakan persepsi kemudahan dalam penggunaan. Dasar logika hubungan antara persepsi kemudahan dalam penggunaan dengan manfaat persepsian adalah sebagai berikut, ketika seorang individu merasa sistem yang akan digunakan lebih mudah maka individu akan merasa sistem tersebut semakin bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan *online banking* dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *online banking*. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Cheng et al. (2006) yang menyimpulkan bahwa keamanan web secara langsung mempengaruhi sikap dan niat perilaku. Kegiatan dalam *e-commerce* disamping memberikan keuntungan dalam bertransaksi secara *online*, disisi lain mengandung beberapa resiko diantaranya adalah gangguan *website* yang diakibatkan oleh para *hacker*. *Hacker* adalah orang yang berusaha merusak data sistem. *Hacker* memungkinkan untuk masuk, mengacak-acak dan sekaligus menjarah apa yang dirasakan menguntungkan mereka. Aktivitas para *hacker* ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pencuri yang mengacak-acak dan mengambil barang milik kita. Selama ini sistem keamanan dalam *online banking* masih diragukan, dan terbukti dari beberapa kasus misalnya pembobolan uang nasabah yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir, yang melibatkan orang dalam atau pegawai

bank. Dalam hal ini sangat penting diperlukan sistem keamanan yang mampu melindungi *website* dari gangguan para *hacker*. Masalah keamanan menjadi masalah yang cukup menentukan bagi para manajemen bank, karena dapat merusak sikap dan minat berperilaku.

Hasil dari analisis *structural equation model* (SEM) didapatkan 2 temuan baru yang menunjukkan terdapat pengaruh langsung yang signifikan terhadap kemudahan penggunaan *online banking* yang pada akhirnya membuat seorang pengguna berminat untuk menggunakan *online banking*. Dikarenakan seorang pengguna merasa dengan menggunakan *online banking* dapat mempermudah pekerjaan mereka sehingga mereka lebih memilih untuk menggunakan *online banking* dari pada langsung mengunjungi bank dimana seseorang tersebut menabung dan harus melakukan transaksi. Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan dari menggunakan *online banking* juga merupakan temuan baru dalam hasil dari analisis *structural equation model* (SEM) yang dimana memiliki pengaruh langsung secara signifikan. Keamanan web merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang berminat untuk menggunakan *online banking*. keamanan web yang terjaga dengan baik itu akan menghasilkan kelancaran dalam melakukan proses transaksi perbankan, dan menimbulkan kepercayaan, kenyamanan, dan manfaat tentunya bagi seorang pengguna *online banking*, karena semua informasi pribadi yang berkaitan dengan pengguna dapat terjaga secara aman, sehingga seorang pengguna tidak perlu merasa khawatir informasi pribadi mereka tidak terjaga secara baik.

SARAN

1. Bagi pengelola *online banking*, dalam membangun kepercayaan yang paling diperhatikan adalah membangun kualitas sistem yang handal yang mampu memberikan privasi dan keamanan bagi user, namun sistem yang ada tidak rumit, sehingga mudah bagi siapa saja yang akan menggunakan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang dalam bertransaksi secara online dibanding mengerjakan transaksi manual. Sedangkan sistem yang aman dan privasi, adalah sistem yang mampu menyimpan data pengguna yang terjaga kerahasiaannya dengan cara data disimpan oleh sistem informasi sehingga pihak lain tidak dapat mengakses data pengguna secara bebas. Dengan sistem yang dirasakan lebih bermanfaat ini dibandingkan metode manual, diharapkan sikap dan pengendalian diri user semakin besar sehingga dapat memperkuat keinginan untuk menggunakan kembali sistem tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan beberapa variabel yang diduga mempengaruhi sikap dan minat penggunaan *online banking*, misalnya jaminan, pengalaman, kualitas produk, pelayanan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Byrne, B. M. (1998), *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Cheng TCE, Lam DYC, Yeung ACL. (2006). Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong. *Decis Support System*, 42. (3). 1558–72.
- Davis, F.D. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly* 13 319–336.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P.R. (1989), User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models, *Management Science* 35 982–1003.
- Davis FD.1989. Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology . *Management Information System Quarterly*, 21 (3).
- Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D.W. (2003), Trust and TAM in online shopping: an integrated model, *MIS Quarterly* 27 51–90.
- Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D. (2003), Inexperience and experience with online stores: the importance of TAM and Trust. *IEEE Transactionson Engineering Management* 50 (3) 307–321.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), *Multivariate data analysis (5, h ed)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Holmes-Smith, P. (2001), *Introduction to Structural Equation Modeling Using LISREL*. Pert: ACSPRI-Winter Training Program.
- Hsu MH et al. (2006), A longitudinal investigation of continued online shopping behavior: an extension of the theory of planned behavior. *International Journal Hum Computer Study* 64: 890–904.
- Hsu, K. (2012). *The advertising effects of corporate social responsibility on corporate reputation and brand equity: Evidence from the life insurance industry in Taiwan*. *Journal of Business Ethics*, 109(2), 189-201. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-1118-0> (diakses 2 September 2013).
- Klopping, I.M., E., McKinney. (2004), Extending the Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit Model to Consumer E-Commerce. *Information Technology Learning, and Performance Journal*. Vol 22/1, Spring: 35-47.
- Lui, H.K., Jamieson, R. (2003), TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer electronic commerce, *16th Bled E-Commerce Conference Transformation Bled*, Slovenia, 349-364.

- McGuire, W.J. (1986), *Public Communication and Behavior*. Orlando, FL: Academic Press.
- McKnight, D. Harrison *et al.* (2002), Developing and Validating Trust Measures for E- Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. (Online). Vol. 13; 334-359. ([http:// www.bus.iastate. edu/mennecke/434 /S05/ Trust ScaleISR.pdf](http://www.bus.iastate.edu/mennecke/434/S05/TrustScaleISR.pdf)), diakses 2 September 2013.
- Saade, R., George, Nebebe, Fassil, Tan, weiwei. (2007), Viability of the Technology Acceptance Model in Multimedia Learning Environment: A Comparative Study. *Interdisciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects*. Vol 3 175-183.
- Tangke, Natalia. (2004), Analisa Penerimaan Penerapan TABK dengan Menggunakan TAM pada BPK-RI, <http://puslit.petra.ac.id>, diakses 2 September 2013.
- Thompson Ronald, Howell, Higgins,.1991. "Personal Computing: Toward a conceptual Model of Utilization ". *Management Information System Quarterly*, 21(3)
- Venkatesh, V., Davis, F. D. (2000), A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46, 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M.G. (2000), Why Don't Men Ever Stop to Ask for Direction? Gender, Social Influence and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quarterly*, (24:1): 115-139.
- Wu I-L, Chen J-L. (2005), An extension of Trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: an empirical study. *International Journal Human Computer Study* 62 (6) 784–808.