

# **PENGARUH RISIKO, MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI YOGYAKARTA**

## **(Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)**

**Fita Pertiwi, Vidya Vitta Adhivinna**

Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta

Email: [pertiwifita@yahoo.com](mailto:pertiwifita@yahoo.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan menggabungkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh risiko, manfaat dan kemudahan terhadap penerimaan *internet banking*, yang akan berlanjut pada kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Dalam penelitian ini menggunakan sampel para nasabah pengguna *internet banking* pada Bank Mandiri di Yogyakarta, yang kemudian diolah dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 15.0*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

**Kata Kunci:** Risiko, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, TAM, *Internet Banking*.

### **Latar Belakang**

Kehadiran teknologi internet memberikan manfaat komunikasi tanpa batas dan waktu. Indonesia adalah negara keempat di dunia yang penduduknya paling banyak menggunakan layanan internet. Penggunaan internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commerce*. Dalam dunia perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menghadirkan layanan perbankan dalam bentuk *internet banking*. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi diantaranya *Automted Teller Machine (ATM)*, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, *System Kliring Elektronik* dan *Internet Banking*.

Antusiasme nasabah Indonesia menggunakan layanan *internet banking* juga terlihat pada situs BCA, Mandiri, dan BNI.

Ketiga situs tersebut masuk dalam peringkat 100 *top website* Indonesia versi *alexa.com* (layanan pemeringkat situs). Catatan Alexa per hari ini, layanan *internet banking* BCA ([www.klikbca.com](http://www.klikbca.com)) menduduki peringkat 12, Mandiri ([www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)) peringkat 24, dan BNI ([www.bni.co.id](http://www.bni.co.id)) peringkat 69.

Bank Mandiri merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. Cabangnya sudah sangat banyak dan tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, Bank Mandiri pun berusaha memberikan kemudahan melalui fitur-fitur layanan yang diberikannya, yaitu :

- a. *SMS Banking* Mandiri.
- b. *Internet Banking* Mandiri.
- c. *Call* Mandiri.
- d. *Kartu Prepaid* Mandiri.

Menurut Sri Maharsi dan Fenny (2006), *internet banking* memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi *nasabah internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan

transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah *internet banking* dapat menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka *outlet* ATM. Contohnya klik bca saat ini telah menggantikan fungsi 160 ATM dan menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk bertransaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik.

Tetapi *internet banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan menggunakan *internet banking*. Dari *survey* Nielsen (2001), Indonesia menempati peringkat keenam terbesar dunia atau keempat di Asia dalam tindak kejahatan *internet* dengan menggunakan fasilitas *internet banking* di Indonesia. Seperti contoh pada kasus BCA beberapa waktu yang lalu berupa penipuan registrasi melalui *website* palsu yang mirip dengan alamat situs resminya BCA serta pembobolan rekening nasabah BCA dengan menggunakan klik bca.

*Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. Davis (1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai 2 faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakannya. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*Perceived Ease of Use*). Risiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *internet banking*.

Variabel risiko dan fitur layanan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Penelitian membatasi permasalahan dengan hanya meneliti variabel-variabel dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap kepercayaan penggunaan *internet banking*. Sehingga yang menjadi responden penelitian ini adalah para nasabah Bank Mandiri yang telah menggunakan *internet banking* di Yogyakarta. Indikator penelitian dilihat dari sisi nasabah atau pengguna layanan *internet banking* bukan dari pihak Bank Mandiri sebagai penyedia layanan *internet banking*.

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan penggunaan *internet banking* pada nasabah Bank Mandiri yang telah menggunakan *internet banking*?

## Landasan Teori

### Teknologi Informasi

Menurut *Information Technology Association of America* (ITAA), teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer. Teknologi informasi memanfaatkan komputer elektronik dan perangkat lunak komputer untuk mengubah, menyimpan, melindungi, memproses, mentransmisikan, dan memperoleh informasi secara aman.

### Internet Banking

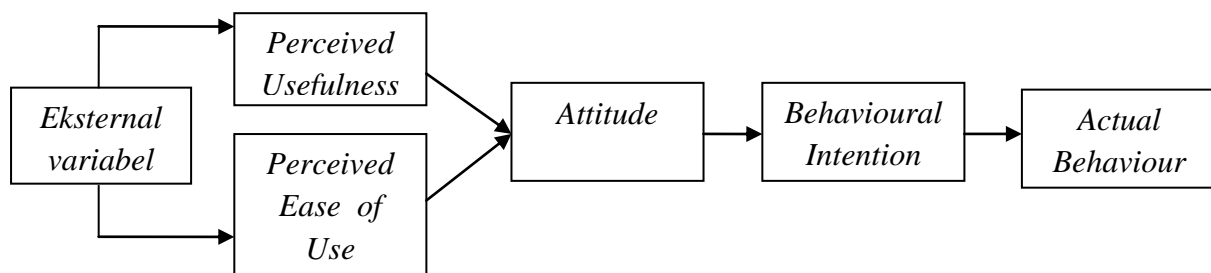
*Internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media *internet* oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara *online*, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. *Internet banking* sebagai bentuk

pelayanan bank melalui media *internet*. Kehadiran *internet banking* telah menyebabkan efisiensi penyelenggaraan kegiatan usaha bank sangat tinggi. *Internet banking* memiliki tiga tahap pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah, yaitu layanan informasi (*informational*) dimana bank hanya menyediakan informasi jasa keuangan dalam *websitenya*, komunikasi (*communicational*) dimana dalam *website* tersebut juga memungkinkan nasabah untuk dapat berkomunikasi dengan bank, transaksi (*transactional/advance*) dimana sudah memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi-transaksi keuangan virtual seperti, transfer dana, pengecekan saldo ataupun jenis pembayaran.

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

Menurut Landry et. al. (2006), *Technology Acceptance Model (TAM)* telah banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi untuk mengetahui reaksi pengguna terhadap sistem informasi. Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model (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*, *ease of use*, dan faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan.

#### **Model TAM**



**Gambar 1. Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989)**

### **Penelitian Terdahulu**

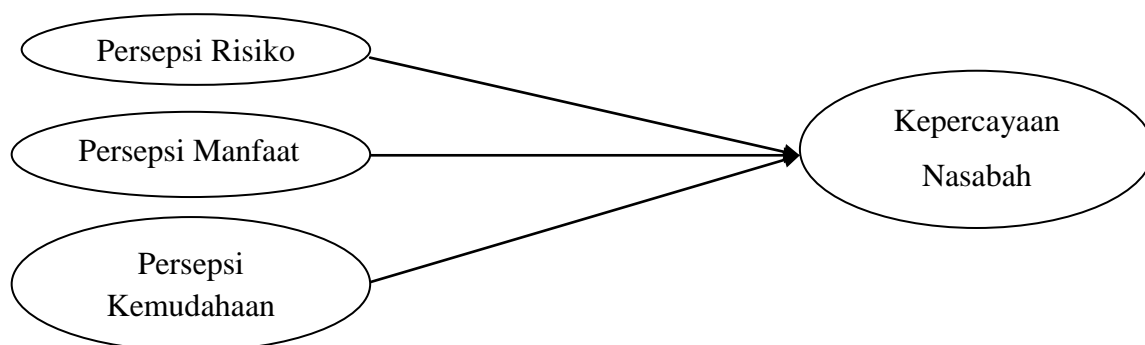
Penelitian Sri Maharsi dan Fenny (2006) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Penggunaan *Internet Banking* di Surabaya. Hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor *shared value*, komunikasi, dan pengontrolan terhadap kemungkinan bank melakukan penipuan, berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan *internet banking*. Kepercayaan penggunaan *internet banking* memberikan pengaruh terhadap loyalitas penggunaan *internet banking* di Surabaya.

Penelitian Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) dengan judul Faktor-Faktor

yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking* adalah manfaat *internet banking (Perceived Usefulness)*, kemudahan menggunakan *internet banking (Perceived Ease of Use)*, dan kredibilitas *internet banking (Perceived Credibility)*. Faktor kemudahan *internet banking* memiliki pengaruh yang sangat kuat dibandingkan dengan manfaat dari *internet banking*. Faktor kemudahan secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap ketertarikan menggunakan *internet banking* melalui manfaat dan kredibilitas

*internet banking*. Selain itu faktor kemampuan menggunakan komputer juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*, hanya saja pengaruhnya tidak langsung melalui manfaat *internet banking*, kemudahan menggunakan *internet banking* dan kredibilitas *internet banking*.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

#### Persepsi Risiko

Ketika risiko lebih mendominasi daripada kepercayaan maka nasabah tidak berminat menggunakan *internet banking* dan akan membuat bank mengeluarkan banyak biaya untuk membuka ATM, kantor cabang, dan lain-lain. Sebaliknya ketika risiko yang akan dialami semakin kecil maka semakin besar pula kepercayaan nasabah untuk menggunakan *internet banking* dan bank tidak merasa sia-sia mengeluarkan biaya yang besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Hipotesis yang diujikan:

**H1** : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

#### Persepsi Manfaat

Kemanfaatan dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan

Kehadiran *internet banking* telah memberikan banyak kemudahan bagi pihak bank maupun pihak nasabah. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah pengguna *internet banking* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain: Persepsi risiko, persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*).

oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karenanya tingkat kemanfaatan *internet banking* mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut.

Hipotesis yang diujikan adalah:

**H2** : Persepsi manfaat berhubungan positif dengan kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

#### Persepsi Kemudahan Penggunaan

Dalam *internet banking* bila jasa pelayanan yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *internet banking*.

Hipotesis yang diujikan adalah:

**H3** : Kemudahan dalam penggunaan *internet banking* berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada tanggal 01 Desember 2012 sampai dengan tanggal 05 Januari 2013. Penelitian

dilakukan di Bank Mandiri di Kota Yogyakarta, yaitu cabang Sudirman, Katamso, dan Ahmad Dahlan.

**Variabel Penelitian**

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) variabel yang diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Variabel dependen yang terdiri dari: kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank Mandiri.
- 2) Variabel independen yang terdiri dari: persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan.

Pengukuran variabel-variabel tersebut akan ditentukan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan dalam kuisioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 1. Skala Likert**

| No | Jawaban             | Kode | Bobot |
|----|---------------------|------|-------|
| 1  | Sangat Tidak Setuju | STS  | 1     |
| 2  | Tidak Setuju        | TS   | 2     |
| 3  | Netral              | N    | 3     |
| 4  | Setuju              | S    | 4     |
| 5  | Sangat Setuju       | SS   | 5     |

Definisi kelima variabel tersebut adalah:

1. Kepercayaan, merupakan keyakinan yang dipegang oleh para pengguna terhadap karakteristik bank dan kemungkinan sikap pengguna dimasa yang akan datang. Lebih pada kemauan seseorang dalam mengambil risiko dalam penggunaan *internet banking* yang diukur dengan indikator sebagai berikut:
  - a. Jaminan produk yang sesuai dengan deskripsi.
  - b. Kejujuran bank.
  - c. Tingkat kepercayaan.
  - d. Jaminan keamanan.
  - e. Kepercayaan informasi.

2. Persepsi risiko (*risk*), yang ditimbulkan jika transaksi menggunakan *internet banking*, yaitu persepsi pengguna *internet* terhadap *internet banking* yang diukur melalui indikator:
  - a. Tingginya risiko.
  - b. Keamanan bertransaksi.
  - c. Ketepatan waktu.
  - d. Kenyamanan bertransaksi.
  - e. Keamanan fasilitas terhadap bahaya *virus* komputer.
3. Persepsi manfaat, merupakan manfaat dari penggunaan *internet banking*, indikatornya meliputi:
  - a. Kecepatan bertransaksi.
  - b. Jasa layanan 24 jam.
  - c. Mendukung aktivitas.
  - d. Pengalaman transaksi yang menyenangkan.
  - e. Dukungan dalam menggunakan *internet banking*.
4. Persepsi kemudahan penggunaan, merupakan persepsi nasabah bank terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan *internet banking*, yang diukur dengan indikator sebagai berikut:
  - a. Kemampuan dalam melakukan transaksi.
  - b. Kemudahan operasional *internet banking*.
  - c. Efisiensi waktu.
  - d. Kemudahan bertransaksi.
  - e. Penggunaan yang fleksibel.

**Metode Penentuan Subyek**

Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang menggunakan *internet banking* di Yogyakarta. Karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian ini maka ruang lingkup dari populasi dipersempit berdasarkan sampel pada para nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/aksidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya aslinya, yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada para nasabah Bank Mandiri yang menggunakan *internet banking* di Yogyakarta.
2. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuisioner. Kuisioner sebanyak 100 disebar kepada responden, yaitu nasabah Bank Mandiri di kota Yogyakarta cabang Sudirman, Katamso, dan Ahmad Dahlan. Kuisioner yang telah diisi oleh responden akan diseleksi terlebih dahulu agar memenuhi syarat seperti kelengkapan pengisian pertanyaan, mengisi identitas karakteristik responden seperti: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, waktu lama penggunaan *internet banking*. Jumlah pertanyaan berjumlah 20 item pertanyaan.

### Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis persamaan regresi linier berganda, uji t, uji F. Adapun tahap-tahapnya adalah sebagai berikut:

#### - Pengujian Validitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2007), uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada

umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n - 2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid.

#### - Pengujian Reliabilitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2007), reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika  $\text{Alpha} > 0,060$  maka reliabel.

#### - Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Yang digunakan untuk bersama-sama menghitung persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan. Model persamaan linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

|                      |  |
|----------------------|--|
| Y                    | : kepercayaan nasabah pengguna <i>internet banking</i> . |
| a                    | : koefisien konstanta.                                   |
| $b_1, b_2, b_3, b_4$ | : koefisien regresi.                                     |
| $X_1$                | : persepsi risiko.                                       |
| $X_2$                | : persepsi manfaat.                                      |
| $X_3$                | : persepsi kemudahan Penggunaan.                         |

#### Uji T

Uji T untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari risiko, manfaat dan kemudahan terhadap variabel dependen kepercayaan nasabah, penggunaan *internet banking* menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a)  $H_0$ : tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.  
 $H_1$ : adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) adalah 0,05. Hal ini berarti tingkat kepercayaannya adalah 95% (100%-5%). Derajat kebebasannya (df) dari 1 sampai 15.
- c) Uji satu sisi.
- d) Rumus t hitung:

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

Keterangan :

- T : T hitung.
- $b_1$  : koefisien regresi.
- $SEb_1$  : standar *error* koefisien regresi.

**Uji F**

Uji F adalah pengujian secara simultan (bersama-sama) untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen, antara lain: risiko, manfaat, dan kemudahan terhadap variabel dependen kepercayaan nasabah pengguna *internet banking*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a)  $H_0$ : tidak adanya pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

$H_1$ : adanya pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- b) Taraf uji  $\alpha$  adalah 0,05
- c) Rumus hitung uji F

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/n-k-1}$$

Keterangan :

- F : F hitung.
- R : koefisien determinasi.
- $n-k-1$  : *degree of freedom*.

**- Hasil Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini subyek penelitian adalah para nasabah Bank Mandiri yang telah menggunakan *internet banking* di Yogyakarta. Dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 100 buah (100%), penulis berhasil mengumpulkan data sebanyak 100 buah kuisioner yang diisi lengkap oleh responden, sehingga memenuhi syarat untuk dapat dianalisis.

**Deskripsi Responden**

**Berdasarkan Usia**

Berdasarkan usia, responden terdiri atas 5 kategori yaitu:

**Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

| No            | Usia                | Jumlah     | Persentase  |
|---------------|---------------------|------------|-------------|
| 1             | 20 tahun - 25 tahun | 14         | 14%         |
| 2             | 26 tahun - 30 tahun | 34         | 34%         |
| 3             | 31 tahun - 35 tahun | 22         | 22%         |
| 4             | 36 tahun - 40 tahun | 17         | 17%         |
| 5             | 41 tahun - 45 tahun | 8          | 8%          |
| 6             | 46 tahun - 50 tahun | 5          | 5%          |
| <b>Jumlah</b> |                     | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

**Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri atas 2 kategori, yaitu laki-laki dan wanita:

**Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No            | Jenis Kelamin | Jumlah     | Persentase  |
|---------------|---------------|------------|-------------|
| 1             | Laki- laki    | 30         | 30%         |
| 2             | Wanita        | 70         | 70%         |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

**Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

Berdasarkan jenjang pendidikan responden terdiri atas 5 kategori yaitu:

**Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

| No            | Pendidikan     | Jumlah     | Persentase  |
|---------------|----------------|------------|-------------|
| 1             | SMA/ Sederajat | 2          | 2%          |
| 2             | Diploma (D3)   | 16         | 16%         |
| 3             | Strata 1 (S1)  | 77         | 77%         |
| 4             | Strata 2 (S2)  | 5          | 5%          |
| 5             | Strata 3 (S3)  | 0          | 0%          |
| <b>Jumlah</b> |                | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

**Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Berdasarkan jenis pekerjaan responden terdiri atas 6 kategori yaitu:

**Tabel 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

| No            | Pekerjaan         | Jumlah     | Persentase  |
|---------------|-------------------|------------|-------------|
| 1             | Mahasiswa/Pelajar | 6          | 6%          |
| 2             | TNI/POLRI/PNS     | 3          | 3%          |
| 3             | Wiraswasta        | 20         | 20%         |
| 4             | Ibu Rumah Tangga  | 9          | 9%          |
| 5             | Karyawan Swasta   | 62         | 62%         |
| 6             | Pensiunan         | 0          | 0%          |
| <b>Jumlah</b> |                   | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

**Berdasarkan Lama Penggunaan *Internet Banking***

Berdasarkan lama penggunaan *internet banking* responden dibagi menjadi 6 kategori. Dari data tersebut menunjukkan

bahwa *internet banking* telah digunakan dalam kurun waktu yang cukup lama yaitu lebih 5 tahun oleh para responden, sehingga manfaat dari penggunaan *internet banking* telah dirasakan oleh para nasabah.



**Tabel 6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Internet Banking***

| No            | Jangka Waktu | Jumlah     | Persentase  |
|---------------|--------------|------------|-------------|
| 1             | 1 tahun      | 3          | 3%          |
| 2             | 2 tahun      | 6          | 6%          |
| 3             | 3 tahun      | 16         | 16%         |
| 4             | 4 tahun      | 17         | 17%         |
| 5             | 5 tahun      | 25         | 25%         |
| 6             | > 5 tahun    | 33         | 33%         |
| <b>Jumlah</b> |              | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

### Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji T dan uji F.

### Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2008).

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *SPSS for Windows versi 15.0*. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $30 - 2 = 28$ , maka  $r$  tabel = 0,312. Butir pertanyaan dikatakan *valid* jika  $r$  tabel (*Corrected Item-Total Correlation*) <  $r$  hitung, dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 7. Uji Validitas *Item-Total Statistics***

|                           | <i>Scale Mean if Item Deleted</i> | <i>Scale Variance if Item Deleted</i> | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | <i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i> |
|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|---|---|
| Risiko(X1)                | 65,1000                           | 43,334                                | ,511                                    | ,871                                    |
| Manfaat (X2)              | 59,6000                           | 38,317                                | ,706                                    | ,784                                    |
| Kemudahan Penggunaan (X3) | 59,0000                           | 40,138                                | ,709                                    | ,784                                    |
| Kepercayaan (Y)           | 60,5000                           | 39,914                                | ,803                                    | ,748                                    |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tentang variabel persepsi risiko menunjukkan  $0,312 < 0,511$  maka pertanyaan pertama *valid*. Pertanyaan kedua tentang persepsi manfaat menunjukkan angka  $0,312 < 0,706$ , maka pertanyaan kedua *valid*. Pertanyaan ketiga tentang persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* menunjukkan angka  $0,312 < 0,709$  maka pertanyaan ketiga *valid*. Sedangkan pertanyaan keempat tentang kepercayaan menunjukkan angka  $0,312 < 0,803$  maka pertanyaan tentang kepercayaan menunjukkan *valid*.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap *item* pertanyaan yang dinyatakan *valid*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *SPSS for Windows versi 15.0*. dalam penelitian ini melakukan pengujian terhadap 30 responden. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 8. Uji Reliabilitas *Reliability Statistics***

| <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> |
|-------------------------|-------------------|
| ,841                    | 4                 |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

Dari tabel tersebut menunjukkan nilai Apha 0,841 > 0,60, maka konstruk pertanyaan adalah reliabel.

**Regresi Linear Berganda**

Besarnya pengaruh *variable independent* (persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan) dengan *variable dependen* (kepercayaan pengguna *internet banking* nasabah Bank Mandiri) secara bersama-sama dapat dihitung melalui suatu persamaan regresi berganda.

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan komputer menggunakan program *SPSS for Windows versi 15.0* diperoleh perhitungan regresi sebagai berikut:

**Tabel 9. *Coefficients* Hasil Analisis Regresi**

|              |            | <i>Coefficients(a)</i>             |                   |                                  |          |                   |             |
|--------------|------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------------|-------------|
|              |            | <i>Unstandardized Coefficients</i> |                   | <i>Standardized Coefficients</i> |          | <i>T</i>          | <i>Sig.</i> |
| <i>Model</i> |            | <i>B</i>                           | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i>                      | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> |             |
| 1            | (Constant) | 2,955                              | 1,559             |                                  | 1,895    | ,061              |             |
|              | X1         | ,195                               | ,061              | ,214                             | 3,192    | ,002              |             |
|              | X2         | ,350                               | ,085              | ,388                             | 4,106    | ,000              |             |
|              | X3         | ,330                               | ,087              | ,360                             | 3,809    | ,000              |             |

a *Dependent Variable: Y*

Sumber : Data Primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 9, persamaan regresinya adalah:

$$Y = 0,214X_1 + 0,388X_2 + 0,360X_3$$

Keterangan:

Y : kepercayaan pengguna *internet banking*

X<sub>1</sub>: persepsi risiko

X<sub>2</sub>: persepsi manfaat

X<sub>3</sub>: persepsi kemudahan penggunaan

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah persepsi manfaat dengan koefisien sebesar 0,388. Kemudian diikuti oleh persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* dengan koefisien sebesar 0,360. Sedangkan variabel yang paling rendah adalah persepsi risiko dengan koefisien sebesar 0,214. Dari persamaan

tersebut dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel independen (persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan, menunjukkan bahwa koefisien korelasi 0,769, artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel dependen yaitu kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan variabel independen yaitu persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* adalah erat dan positif karena semakin mendekati angka satu (1).

Sedangkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 10. Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ )***Model Summary*

| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|--------------|----------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1            | ,769(a)  | ,591            | ,578                     | 1,44812                           |

a *Predictors: (Constant), X3, X1, X2*

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

Berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang sesuai dengan (*adjusted R<sup>2</sup>*) adalah 0,591 artinya 59,1 persen variasi dari semua variabel independen (persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan) dapat menerangkan variabel dependen (kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*), sedangkan sisanya sebesar 40,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini.

### Uji T

Uji T dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen yang terdiri dari: persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan nasabah penggunaan *internet banking* atau menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen. Dengan cara jika Sig >0,05 maka H<sub>0</sub> diterima, namun jika Sig <0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak. Maka Hasil perhitungan uji T dapat dilihat pada tabel 9, berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis:

**H1:** Persepsi Risiko Pengaruh Positif terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Penggunaan *Internet Banking*.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai T hitung sebesar 3,192 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Apabila dilihat dari nilai probabilitas yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan H1 diterima. Maka dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan ada hubungan yang menyatakan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* didukung oleh data yang ada.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan dapat diinterpretasikan bahwa risiko memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Artinya bahwa segala macam risiko dalam penggunaan *internet banking* mempengaruhi kepercayaan nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

**H2:** Persepsi Manfaat Berhubungan Positif dengan Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking*.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai hitung sebesar 4,106 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikan yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan H2 diterima. Maka hasil perhitungan tersebut berhasil membuktikan adanya keterkaitan hubungan yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Artinya bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* didukung oleh data yang ada.

**H3:** Kemudahan dalam Penggunaan *Internet Banking* Berpengaruh Positif terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking*.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai hitung sebesar 3,809 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikan yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan H3 diterima. Maka dari hasil perhitungan tersebut berhasil membuktikan adanya keterkaitan hubungan yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan

*internet banking*. Artinya bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking* didukung oleh data yang ada.

**Uji F**

Uji F untuk mengetahui pengaruh *variable independen* yang terdiri dari:

persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri. Dengan cara jika Sig > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima, dan jika Sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11. Hasil Perhitungan Uji F ANOVA(b)**

| <i>Model</i> |                   | <i>Sum of Squares</i> | <i>Df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|--------------|-------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| 1            | <i>Regression</i> | 290,683               | 3         | 96,894             | 46,205   | ,000(a)     |
|              | <i>Residual</i>   | 201,317               | 96        | 2,097              |          |             |
|              | <i>Total</i>      | 492,000               | 99        |                    |          |             |

a Predictors: (*Constant*), X3,X1, X2

b *Dependent Variable: Y*

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013

Kriteria yang digunakan adalah :

H<sub>0</sub>: tidak adanya pengaruh antara variabel independen (persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan) secara simultan terhadap variabel dependen (kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*).

H<sub>1</sub>: adanya pengaruh antara variabel independen (persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan) secara simultan terhadap variabel dependen (kepercayaan nasabah

dalam menggunakan *internet banking*).

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai F hitung sebesar 46,205 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikan yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan H<sub>0</sub> diterima. Maka artinya bahwa variabel independen yaitu persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan mempunyai hubungan yang saling berkaitan terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

**Tabel 12. Hasil Pengujian Hipotesis**

| No. | Hipotesis   | Keterangan |
|-----|---|------------|
| 1.  | H1: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .                                    | Terbukti   |
| 2.  | H2: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .                                     | Terbukti   |
| 3.  | H3: Kemudahan dalam penggunaan <i>internet banking</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> . | Terbukti   |

**Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dilapangan, peneliti dapat menyimpulkan:

1. Variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan nasabah

dalam menggunakan *internet banking*. Ini ditandai dengan nilai t hitung adalah 3,192 dan persamaan regresinya sebesar 0,214. Hal ini menunjukkan bahwa unsur risiko seperti kehilangan *financial*, kehilangan waktu, dan sebagainya

terbukti mempengaruhi persepsi risiko terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

2. Persepsi manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Ini ditandai dengan nilai *t* hitung adalah 4,106 dan persamaan regresinya sebesar 0,388. Hal ini dapat disimpulkan bahwa unsur manfaat seperti jasa layanan, efektifitas dan sebagainya terbukti mempengaruhi persepsi manfaat terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
3. Kemudahan dalam penggunaan *internet banking* mempunyai hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Ini ditandai dengan nilai *t* hitung adalah 3,809 dan persamaan regresinya sebesar 0,360. Hal ini menunjukkan bahwa unsur kemudahan penggunaan teknologi seperti mudah digunakan, kemampuan penggunaan dan sebagainya terbukti mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

### Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini menggunakan populasi yaitu nasabah Bank Mandiri Yogyakarta yang menggunakan *internet banking* di Kantor Cabang Sudirman, Ahmad Dahlan, dan Katamso.
2. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya berasal dari nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di kota Yogyakarta, sehingga dalam penelitian ini mungkin tidak dapat dimasukkan persepsi dari pihak bank selaku penyedia *internet banking*, karena peneliti tidak melakukan wawancara dengan manajer bank, karena dalam penelitian ini hanya diukur dari pengaruh risiko, manfaat, dan kemudahan

penggunaan terhadap kepercayaan nasabah pengguna *internet banking*.

### Saran

1. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan pihak bank untuk dapat meningkatkan nasabah dalam menggunakan *internet banking* antara lain dengan cara menawarkan fasilitas *internet banking* pada nasabah yang berinteraksi dengan *customer service*, atau brosur yang mempromosikan tentang fasilitas *internet banking*.
2. Pihak bank berusaha memberikan kesadaran kepada pihak nasabah pengguna *internet banking* tentang risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan *internet banking*, sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan fasilitas tersebut.
3. Diharapkan pihak bank selalu meng-update fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah, dengan adanya kelengkapan fitur akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya sehingga nasabah akan menggunakan *internet banking*.

### Daftar Pustaka

- Amijaya Gilang Rizky. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ba Sulin. 2001. *Estabilishing on Line Trust Through A Community Responsibility System*. *Decision Support System*, 31, 323-336. June 28, 2005.
- Chang, Yoonhee Tina. 2003. *Dynamics of Banking Technology Adoption: An Application to Internet Banking*. (<http://repec.org/res2003/Chang.pdf>)
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived*

- Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, Vol.13. no. 3.
- Dwityanti, Esthi. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)*. Tesis. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Kusuma, Hadri dan Dwi Susilowati. 2007. Determinan Pengapdosian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Auditing dan Akuntansi Indonesia*. V. 11 (2): 125-139. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Liestyo, Stephen. 2005. *Nasabah dan Bank Potimalisasi Fasilitas Perbankan*. Jakarta: Gramedia.
- Maharsi, Sri dan Fenny. 2006. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. V. 8 (1): 35-51. Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. (<http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>).
- Maharsi, Sri dan Yulia Mulyadi. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. V. 9 (1): 18-28. Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. ([http://puslit.petra.ac.id/journals/di\\_r.php?DepartementID=AKU](http://puslit.petra.ac.id/journals/di_r.php?DepartementID=AKU)).
- Nugroho, Eko. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Konsep, Aplikasi, dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Andi offset.
- Prihtiyani, Eny. *Memaksimalkan Internet Banking*. Kompas. September 25, 2012. ([http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/09/25/09282361/Memaksimalkan\\_Internet.Banking](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/09/25/09282361/Memaksimalkan_Internet.Banking), diakses 09 Oktober 2012).
- Purwanto, Didik. *Tawarkan Kecepatan, Transaksi Internet Banking Meningkatkan Tajam*. Kompas. Agustus 26, 2012. (<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/08/26/12203823/Tawarkan.Kecepatan.Transaksi.Internet.Banking.Meningkat.Tajam>, di akses 09 Oktober 2012).
- Riswandi, Agus Budi. 2003. *Hukum dan Internet di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Simarmata, Janner. 2006. *Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi*. Yogyakarta: Andi offset.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta CV.
- Surat edaran BI kepada semua bank umum di Indonesia No. 6/ 18/ DPNP. Jakarta April 20, 2004. (<http://www.bi.go.id/biweb/utama/peraturan/se-6-18-04dnpn.pdf>, di akses pada 17 Oktober 2012).
- Sujarweni, Wiratna. 2007. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Ardana Media.
- Widyarini, Lydia, Arie. 2005. *Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya*. *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*. V. 5 (1): 101-123. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.