

**Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan  
Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Internet Banking***

**Nurul Azmi Hidayati**

**Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang**

**Email: [nurulazmi.hidayati@gmail.com](mailto:nurulazmi.hidayati@gmail.com)**

***Abstract: THE IMPACT OF ATTITUDE, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, EXPERIENCE AND TRUST TOWARD INTENTION TO USE INTERNET BANKING.*** The objectives of this research to examine some factors that influence intention internet banking by using *The Theory Planned Behavior (TPB)* framework proposed by Ajzen (1991) as a development of the model used by Arini (2010) and Kesharwani and Bisht (2011). The research was conducted at the Faculty of Economics and Business Brawijaya University by using the survey method. Researcher get 215 respondents which is students of Accounting Major who had conducted internet banking. The data was analyzed by using *Smart Partial Least Square (PLS) version 2.0* software. The analysis results of this research indicate that the attitude, perceived behavioral control, and trust are influence intention to use internet banking. Otherwise, experience does not influence intention to use internet banking. This means that the intention in using internet banking is influenced by attitude, perceived behavioral control, and trust. Implications of this research are expected to assist online bussiness sector to take notice factors that affect intention to use internet banking. Beside that, from this research we can know that psychology aspect have part in implication and development of Information system technology.

***Keywords :*** *Theory of Planned Behavior (TPB), Attitude, Perceiced Behavioral Control, Experience, Trust, Intention and Intenet Banking*

**Abstrak: PENGARUH SIKAP, KONTROL PERILAKU PERSEPSIAN, PENGALAMAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN *INTERNET BANKING*.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *internet banking* dengan menggunakan model *The Theory Planned Behavior (TPB)* yang diajukan oleh Ajzen (1991) sebagai model pengembangan dari Arini (2010) dan Kesharwani dan Bisht (2011). Penelitian ini dilakukan di Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini memperoleh respon sebanyak 215 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya yang minimal pernah melakukan transaksi melalui *internet banking*. Peneliti menggunakan *software Smart PLS versi 2.0* untuk menguji data penelitian. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa sikap, kontrol perilaku persepsian, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Sebaliknya, pengalaman tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat untuk

menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh sikap, kontrol perilaku persepsian, dan kepercayaan. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu sektor bisnis *online* untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*. Selain itu, berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa aspek psikologi juga berperan dalam pengaplikasian dan perkembangan sistem teknologi informasi.

**Kata Kunci :** *Theory of Planned Behavior* (TPB), Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman, Kepercayaan, Minat dan Internet Banking

## Pendahuluan

Dalam dunia bisnis saat ini, penggunaan teknologi informasi sangatlah penting. Peranan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin strategis dan mulai menguasai tata kehidupan masyarakat, baik secara individu maupun organisasi. Salah satu informasi yang dibutuhkan oleh sebuah organisasi adalah informasi akuntansi sehingga peranan teknologi informasi dalam berbagai aspek kegiatan bisnis dapat dipahami (Wilkinson dan Cerullo, 2000:17).

Perbankan pun memberikan jasa yang berbasis sistem untuk nasabahnya. Salah satu aplikasi yang telah ditawarkan adalah *internet banking*. *Internet banking* adalah salah satu fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misal: *handphone*, komputer, dan telepon untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh ATM (*Automated Teller Machines*). Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *handphone* ataupun internet seperti transaksi di mesin ATM. *Internet banking* memberikan keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi nasabah, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, manfaat dari menyediakan layanan *internet banking* bagi bank adalah *internet banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM.

Walaupun banyak keuntungan yang dapat kita peroleh dari penggunaan layanan *internet banking* dan terdapat aturan yang telah mengaturnya, *internet banking* kurang diminati oleh nasabah padahal mereka memiliki fasilitas untuk dapat menikmati layanan tersebut. Hal ini dapat dibuktikan masih banyak nasabah yang lebih memilih untuk mengantri di Bank maupun ATM (Maharsi & Mulyadi,

2007). Nasabah pada umumnya akan memilih untuk melakukan transaksi manual karena beranggapan bahwa akan mengurangi resiko.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai persepsi apa saja yang dapat mempengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan *internet banking*. Penelitian ini menggunakan model *The Theory Planned Behavior* (TPB) dengan mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Arini (2010) dan Kesharwani dan Singh Bisht (2011).

Berdasarkan penelitian Arini (2010), peneliti mengambil beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *internet banking*. Variabel tersebut adalah sikap, kontrol perilaku persepsian, dan pengalaman, sedangkan berdasarkan penelitian Kesharwani dan Bisht (2011), peneliti mengambil variabel *trust* (kepercayaan). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kesharwani dan Bisht (2011) menunjukkan bahwa persepsi risiko dianggap memiliki dampak negatif terhadap niat perilaku adopsi *internet banking* dan kepercayaan memiliki dampak negatif pada persepsi risiko.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Apakah sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*? 2)Apakah kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*? 3)Apakah pengalaman berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*? 4)Apakah kepercayaan menggunakan internet berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*?

## **Kajian Pustaka**

### ***Internet Banking***

*Internet Banking* (*ibanking*) secara umum adalah jasa pelayanan yang hadir melalui situs internet (*world wide web*) yang memungkinkan konsumen untuk melakukan berbagai fungsi perbankan seperti memeriksa saldo, melakukan transfer dana, membayar tagihan dan lain sebagainya. Perkembangan internet banking membutuhkan suatu pengenalan nilai-nilai konsumen untuk memperkuat

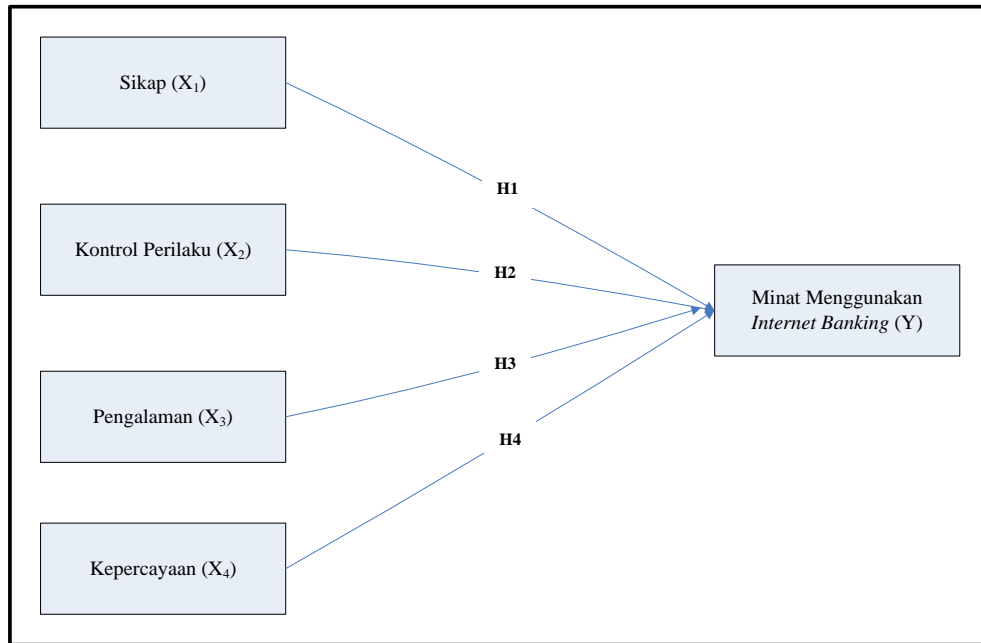
loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dengan konsumen (Shergill dan Li, 2005).

Layanan *internet banking* adalah suatu layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan (*financial dan non-financial*) melalui computer yang terhubung dengan jaringan internet bank. Bank menyediakan website tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Menurut Kusuma dan Susilowati (2007), *internet banking* adalah salah satu bentuk *electronic banking* yang ditawarkan melalui internet dimana para nasabah dapat melakukan dan bertransaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu.

### **Model *The Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Model *the theory planned behavior* (TPB) merupakan perilaku yang direncanakan atau diprogram dalam pemanfaatan dan penggunaan teknologi sistem informasi (Hamzah, 2009). Sehingga pada penelitian ini, digunakan model teori perilaku *the theory of planned behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap penggunaan *internet banking*.

Teori perilaku perencanaan (*The Theory Planned Behavior* atau TPB) telah banyak digunakan dalam banyak penelitian untuk memprediksi dan memahami persepsi kegunaan tentang penggunaan dan pengadopsian sebuah sistem (Gefen et al. 2003; Hsu et al. 2006; Wu dan Chen et al. 2005). Teori perilaku perencanaan (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Inti dari *The Theory Planned Behavior* adalah minat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Penelitian kali ini menggunakan model *Theory of Planned Behavior* yang mengacu padapenelitian yang dilakukan oleh Arini (2010) dan Kesharwani dan Singh Bisht (2011).



## Sikap

Menurut *the theory planned behavior*, tindakan individu pada perilaku tertentu ditentukan oleh niat individu tersebut untuk melakukan perilaku. Niat itu sendiri dipengaruhi sikap terhadap perilaku, norma subyektif yang mempengaruhi perilaku, dan kontrol keperilakuan yang dirasakan. Sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu (Ajzen:1991).

Sikap merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku (Nazar dan Syahrani, 2008). Menurut Nazar dan Syahrani (2008), sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu. Menurut Nazar dan Syahrani (2008), sikap terdiri dari dua elemen yaitu ide yang sangat baik dan sesuatu yang diinginkan. Ide yang sangat baik menunjukkan bahwa seberapa jauh seseorang berpikir bahwa melakukan perilaku di masa yang akan datang merupakan ide yang sangat baik. Sesuatu yang diinginkan menunjukkan seberapa jauh seseorang berpikir bahwa melakukan perilaku di masa yang akan datang merupakan sesuatu yang sangat diinginkan.

Sedangkan menurut Havelka (2004), sikap menunjuk pada penilaian tingkat perasaan mengenai sasaran perilaku. Sikap merupakan evaluasi seseorang secara menyeluruh untuk melakukan suatu perilaku (Pavloe dan Fygenson, 2006). Sikap

setiap individu mengenai tujuan, tindakan, atau peristiwa mungkin positif ataupun negatif yang merupakan evaluasi subyektif dari bentuk setiap individu (Gurung, 2006). Oleh karena itu, peneliti memilih variabel sikap sebagai hal yang dapat mempengaruhi minat individu dengan hipotesis sebagai berikut :

**H1:** Sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*

### **Kontrol Perilaku Persepsian (*perceived behavioral control*)**

Dalam teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) ini mengasumsikan bahwa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi motivational terhadap niat-niat. Orang-orang yang percaya bahwa mereka tidak memiliki sumber-sumber data yang ada atau tidak mempunyai kesempatan-kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk niat-niat perilaku yang kuat untuk melakukannya walaupun mereka mempunyai sikap-sikap positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui seandainya mereka melakukan perilaku tersebut. Dengan demikian, diharapkan terjadi hubungan antara kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) dengan niat yang tidak dimediasi oleh sikap dan norma subjektif (Azwar, 2003).

Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) menghubungkan bagaimana mudah atau sulit akan mengeluarkan perilaku yang pasti (Ajzen, 1991). Menurut Nazar dan Syahrani (2008), kontrol keperilakuan menunjukkan mudahnya atau sulitnya seseorang melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu disamping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

Kontrol perilaku persepsian dapat memberikan pemahaman terhadap seseorang mengenai mudah atau tidaknya suatu informasi yang diberikan. Sama halnya dengan layanan *internet banking*, apabila teknologi tersebut dianggap mudah maka minat seorang nasabah untuk menggunakan layanan tersebut

semakin meningkat dan baik. Itu berarti kontrol perilaku persepsian dapat dijadikan variabel pendukung dalam perumusan hipotesis sebagai berikut :

**H2:** Kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*

### **Pengalaman**

Pengalaman Sebelumnya (*previous experience*) diartikan bahwa individu pernah menggunakan teknologi informasi sebelumnya. Individu yang mempunyai pengalaman yang sama sebelumnya akan lebih percaya diri untuk memulai atau melakukannya lagi dikemudian hari, begitu juga dengan pengalaman menggunakan komputer, jasa internet, dan sistem informasi. Individu yang mempunyai pengalaman dalam jasa internet atau sistem perbankan lainnya dalam dunia internet akan lebih suka untuk memulai menggunakan sistem yang hampir sama untuk pekerjaannya sehari-hari (Vainio:2006).

Dengan menggunakan *the theory planned behavior*, pengalaman secara teoritis menyatakan bahwa pengalaman langsung dengan perangkat lunak menjadi perantara dalam hubungan langsung antara tujuan penggunaan dan kemudahan penggunaan. Tujuan penggunaan dari suatu sistem adalah ukuran tentang bagaimana mudahnya sistem tersebut digunakan, diturunkan dengan membandingkan apa yang diperlukan agar seorang ahli menyelesaikan suatu tugas dengan menggunakan sistem dengan apa yang diperlukan oleh orang awam untuk menyelesaikan tugas yang sama dengan menggunakan sistem yang sama.

Peranan pengalaman juga telah diteliti dalam literatur sistem informasi dalam bidang penerimaan pengguna, dimana *The Theory reasoned action* dan *Theory planned behavior* telah diterapkan dalam pengembangan (Thomson:2005). Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3:** Pengalaman menggunakan internet berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*

### **Kepercayaan (*trust*)**

Salah satu teori sistem informasi yang menjelaskan tentang model pendekatan penerimaan teknologi adalah Teori Kepercayaan (*Trust Theory*). Menurut Hartono (2007:398), kepercayaan terhadap teknologi informasi merupakan kepercayaan

sentral yang dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor-faktor individual, sosial, dan institusional. Teori ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi oleh pemakai individual tidak terlepas dari kepercayaan-kepercayaan pemakai terhadap teknologinya. Kepercayaan-kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya.

Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan yaitu kepercayaan perilaku, normatif, dan kontrol (Hartono, 2007:65). Secara keseluruhan, kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*) memproduksi suatu sikap (*attitude*) menyukai atau tidak menyukai terhadap perilaku, kepercayaan-kepercayaan normatif (*normatif beliefs*) menghasilkan tekanan sosial atau norma-norma subjektif (*subjective norms*), dan kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*) akan memberikan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Bersama-sama sikap (*attitude*) terhadap perilaku, norma-norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) akan mengakibatkan minat perilaku (*behavioral intention*) dan yang selanjutnya akan menimbulkan perilaku (*behavioral*).

Kepercayaan telah digambarkan sebagai suatu tindakan kognitif (misalnya, bentuk pendapat atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau orang akan berperilaku dalam cara tertentu), afektif (misalnya masalah perasaan) atau konatif (misalnya masalah pilihan atau keinginan). Mereka yang setuju bahwa termasuk kognitif, tidak setuju jika kepercayaan adalah perhitungan rasional berbasis bukti yang tersedia, atau praktek/perilaku di luar alasan bersama-sama (Alpern, 1997). Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H4:** Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*

### **Metode Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang



yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2013/2014. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 1.150 orang (jumlah tersebut didapat dari data mahasiswa aktif yang tercatat di bagian *recording* Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya). Dipilihnya mahasiswa sebagai populasi karena mahasiswa merupakan pengguna teknologi internet sekaligus pelaku pasar pengguna *internet banking*. Selain itu sebagian besar mahasiswa dalam aktivitas terbiasa dengan dunia internet.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability* dengan metode *convenience sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan desain pengambilan sampel dimana elemen dalam populasi tidak mempunyai peluang yang diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk terpilih sebagai subyek sampel. Peneliti dapat lebih mudah melakukan penelitian dengan menggunakan mahasiswa manapun yang ditemui di lingkungan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang pernah menggunakan *internet banking* sebagai sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 297 mahasiswa.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Hartono (2007:115) survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subyek (responden) penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Item pertanyaan konstruk minat berdasarkan konsep Lee (2008) yang diadaptasi dari Cheng et al. (2006). Item pertanyaan konstruk sikap berdasarkan konsep Nazar dan Syahrani (2008) yang diadaptasi dari Pavlou dan Fyngson (2006) serta penelitian Annisa Cahyaning Arini (2010). Item pertanyaan konstruk kontrol perilaku persepsian yang diukur berdasarkan konsep Lee (2008) yang diadaptasi dari Wu dan Chen (2005). Item pertanyaan konstruk pengalaman berdasarkan konsep Nazar dan Syahrani (2008) yang diadaptasi dari Thomson (2005). Item pertanyaan konstruk kepercayaan (*trust*) berdasarkan konsep Yousafzai et al. (2009) dan Ankit Kesharwani dan Shailendra Singh Bisht (2011).

Cara pengukuran dalam penelitian ini yaitu dengan menghadapkan seorang responden yang diminta menjawab pertanyaan untuk menentukan responnya terhadap pernyataan-pernyataan. Nilai dari respon diukur pada skala yang dimulai dari skala 1 yang menyatakan bahwa sangat tidak setuju hingga skala 7 yang menyatakan bahwa sangat setuju. Pengukuran ini digunakan pada variabel minat, sikap, kontrol perilaku persepsian, pengalaman, dan kepercayaan.

Pengujian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini menggunakan bantuan Partial Least Squares (PLS) yang merupakan statistika multivariate yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Hartono dan Abdillah, 2009:11). Dalam penelitian ini digunakan dua model spesifikasi tipe hubungan, yaitu *outer model* dan *inner model*. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan model struktural dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$  dan nilai koefisien path atau *t-values*.

### **Analisis Data dan Hasil Penelitian**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti menggunakan metode survei, yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Brawijaya Malang. Peneliti melakukan pengumpulan data selama lebih satu minggu dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung. Berikut adalah rincian hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

**Tabel 1**

#### **Sampel dan Tingkat Pengembalian**

|   |          |
|---|----------|
| Jumlah kuesioner yang disebar   | 297 buah |
| Jumlah kuesioner yang tidak kembali                                     | 0 buah   |
| Kuesioner yang kembali  | 297 buah |
| Kuesioner yang digugurkan   | 82 buah  |
| Kuesioner yang digunakan  | 215 buah |
| <b>Tingkat pengembalian (<i>respond rate</i>)</b>                       | 100 %    |
| <b>Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respond rate</i>)</b> | 72%      |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Selanjutnya, gambaran profil responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2**  
**Demografi Responden**

|    |                                      |               |                   |
|----|--------------------------------------|---------------|-------------------|
| 1. | <b>Jenis Kelamin</b>                 | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | Laki-Laki                            | 70            | 33%               |
|    | Perempuan                            | 145           | 67%               |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |
| 2. | <b>Umur</b>                          | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | <17 tahun                            | 3             | 2%                |
|    | 17-19 tahun                          | 102           | 47%               |
|    | 20-22 tahun                          | 102           | 47%               |
|    | 23-25 tahun                          | 6             | 3%                |
|    | >25 tahun                            | 2             | 1%                |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |
| 3. | <b>Semester yang sedang Ditempuh</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | Semester 2                           | 89            | 41%               |
|    | Semester 4                           | 32            | 15%               |
|    | Semester 6                           | 51            | 24%               |
|    | Semester 8                           | 43            | 20%               |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |
| 4. | <b>IPK</b>                           | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | < 3,00                               | 7             | 3%                |
|    | 3,00-3,50                            | 133           | 62%               |
|    | > 3,50                               | 75            | 35%               |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |
| 5. | <b>Lama Penggunaan</b>               | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | < 1 tahun                            | 129           | 60%               |
|    | 1-3 tahun                            | 70            | 33%               |
|    | > 3 tahun                            | 16            | 7%                |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |
| 6. | <b>Bank yang Digunakan</b>           | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase</b> |
|    | BNI                                  | 28            | 13%               |
|    | Mandiri                              | 83            | 39%               |
|    | BRI                                  | 56            | 26%               |
|    | BCA                                  | 36            | 17%               |
|    | Lainnya                              | 12            | 6%                |
|    | <b>Jumlah</b>                        |               | 100%              |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Setelah melakukan pengujian statistik deskriptif, hal yang dilakukan selanjutnya adalah menguji validitas dan reliabilitas data. Hasil pengumpulan data dari responden perlu diuji untuk menguji kesahihan dan keandalan data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Analisis terhadap evaluasi model pada penelitian ini menggunakan program *Partial Least Squares*

(PLS). Pengujian terhadap validitas dilakukan dengan pengujian terhadap validitas konvergen dan pengujian terhadap validitas diskriminan. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui dari tabel berikut ini:

**Tabel 3**  
**Tabel Logaritma**

|      | AVE      | Composite Reability | R Square | Cronbhachs Alpha | Communality | Redundancy |
|------|----------|---------------------|----------|------------------|-------------|------------|
| T    | 0,719374 | 0,884535            |          | 0,808051         | 0,719374    |            |
| pbc  | 0,745371 | 0,897642            |          | 0,828892         | 0,745371    |            |
| mm   | 0,867107 | 0,951383            | 0,641400 | 0,923213         | 0,867107    | 0,104801   |
| peng | 0,850830 | 0,919404            |          | 0,824689         | 0,850830    |            |
| att  | 0,769683 | 0,930382            |          | 0,900184         | 0,769683    |            |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

**Tabel 4.**  
**Tabel Outer Loading**

|              | att      | Pbc      | Peng     | t        | mm       |
|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>att1</b>  | 0,886723 |          |          |          |          |
| <b>att2</b>  | 0,877456 |          |          |          |          |
| <b>att3</b>  | 0,889800 |          |          |          |          |
| <b>att4</b>  | 0,854858 |          |          |          |          |
| <b>pbc1</b>  |          | 0,874554 |          |          |          |
| <b>pbc2</b>  |          | 0,894905 |          |          |          |
| <b>pbc3</b>  |          | 0,818788 |          |          |          |
| <b>peng1</b> |          |          | 0,923741 |          |          |
| <b>peng2</b> |          |          | 0,921065 |          |          |
| <b>t1</b>    |          |          |          | 0,881586 |          |
| <b>t2</b>    |          |          |          | 0,771913 |          |
| <b>t3</b>    |          |          |          | 0,886048 |          |
| <b>mm1</b>   |          |          |          |          | 0,937653 |
| <b>mm2</b>   |          |          |          |          | 0,946085 |
| <b>mm3</b>   |          |          |          |          | 0,909423 |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

**Tabel 5**  
**Tabel Cross Loading**

|       | att      | Pbc      | Peng     | t        | Mm       |
|-------|----------|----------|----------|----------|----------|
| att1  | 0,886723 | 0,641268 | 0,580180 | 0,547069 | 0,626389 |
| att2  | 0,877456 | 0,693777 | 0,575886 | 0,655494 | 0,676788 |
| att3  | 0,889800 | 0,603790 | 0,553069 | 0,552659 | 0,638271 |
| att4  | 0,854858 | 0,633379 | 0,560695 | 0,620074 | 0,639538 |
| pbc1  | 0,683495 | 0,874554 | 0,616296 | 0,515955 | 0,600508 |
| pbc2  | 0,620027 | 0,894905 | 0,609061 | 0,575590 | 0,624493 |
| pbc3  | 0,597209 | 0,818788 | 0,616312 | 0,503336 | 0,528347 |
| peng1 | 0,626998 | 0,640952 | 0,923741 | 0,517120 | 0,576322 |
| peng2 | 0,566103 | 0,668197 | 0,921065 | 0,546714 | 0,566863 |
| t1    | 0,631533 | 0,597431 | 0,535693 | 0,881586 | 0,679121 |
| t2    | 0,438159 | 0,368740 | 0,349988 | 0,771913 | 0,420637 |
| t3    | 0,621855 | 0,559971 | 0,544691 | 0,886048 | 0,630320 |
| mm1   | 0,684753 | 0,620738 | 0,579819 | 0,686947 | 0,937653 |
| mm2   | 0,683534 | 0,616893 | 0,585811 | 0,619670 | 0,946085 |
| mm3   | 0,687930 | 0,658453 | 0,565330 | 0,643723 | 0,909423 |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konvergen, validitas diskriminan, serta pengujian reliabilitas, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil pengolahan data berupa Tabel 6 berikut.

**Tabel 6**  
**Tabel Total Efek**

|          | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics ( O/STERR ) |
|----------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|
| att →mm  | 0,337234            | 0,322457        | 0,090321                   | 0,090321               | 3,733733                 |
| pbc →mm  | 0,167582            | 0,177231        | 0,094389                   | 0,094389               | 1,775433                 |
| peng →mm | 0,106705            | 0,112344        | 0,071696                   | 0,071696               | 1,488300                 |
| t →mm    | 0,305131            | 0,305784        | 0,068221                   | 0,068221               | 4,472669                 |

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Selanjutnya dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa :

## 1. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk sikap (*attitude*) berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) dalam penggunaan layanan *internet banking*. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai statistik (*T-Statistic*) dari konstruk sikap (*attitude*) terhadap minat penggunaan *internet banking* adalah sebesar 3,733733 atau  $\geq 1,64$ , menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tan dan Teo (2000), Arini (2010), Nazar dan Syahrani (2008), Mahardiana (2011) serta Panggalih (2013).

Tan dan Teo (2000) meneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *internet banking* di Singapura. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa sikap (*attitude*) merupakan faktor yang memengaruhi minat nasabah untuk menerima dan mengadopsi suatu teknologi khususnya layanan *internet banking*.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Arini (2010). Teknik penelitian menggunakan survei kuesioner dan mengambil sampel 65 orang dengan mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Brawijaya untuk tahun ajaran 2009/2010. Penelitian ini menjelaskan bahwa sikap berpengaruh terhadap niat bertransaksi secara *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan dengan banyaknya informasi positif yang ada dalam layanan *online* maka akan meningkatkan niat seseorang dalam melakukan transaksi secara *online*.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Nazar dan Syahrani (2008). Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak informasi positif yang diperoleh terkait dengan layanan yang ingin digunakan akan menimbulkan sikap yang baik bagi konsumen tersebut, sehingga kemungkinan untuk melakukan transaksi *online* akan semakin besar.

Penelitian keempat adalah penelitian Mahardiana (2011) yang dilakukan di Universitas Brawijaya Malang yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *e-banking* dengan menggunakan model *Theory Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini menjelaskan bahwa kemungkinan besar konsumen telah menerima untuk mengadopsi

penggunaan teknologi informasi baru sehingga dalam konteks penelitian ini responden sudah dapat berminat terhadap penggunaan *e-banking*.

Penelitian Panggalih (2013) menjelaskan minat individu terhadap penggunaan *internet banking*: pendekatan *modified theory of planned behavior*. Penelitian ini menjelaskan bahwa munculnya minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dipengaruhi oleh munculnya sikap awal dari nasabah terhadap layanan tersebut. Apabila pihak bank mampu membentuk persepsi positif pada nasabah, maka sikap awal yang positif akan dapat mendorong minat yang semakin besar untuk menggunakan layanan tersebut.

## 2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) dalam penggunaan layanan *internet banking*. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai statistik (*T-Statistic*) dari konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) terhadap minat penggunaan *internet banking* adalah sebesar 1,775433 atau  $\geq 1,64$ , menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Arini (2010), Baker et al. (2007), Nazar dan Syahrani (2008), Lee et al. (2008) serta Mahardiana (2011). Namun, hasil ini tidak konsisten dengan Teo dan Pok (2003) dan Kesharwani dan Bisht (2011).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Arini (2010). Penelitian ini menjelaskan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap niat bertransaksi secara *online*. Hal ini dikarenakan transaksi tersebut mudah untuk dipelajari dan dioperasionalkan sehingga dapat dilakukan dengan mudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna. Sehingga dapat dikatakan bahwa bahwa semakin tinggi tingkat kontrol perilaku persepsian dari transaksi secara *online*, maka orang tersebut akan semakin berniat untuk melakukan transaksi secara *online*. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol perilaku persepsian dari transaksi secara *online* maka orang tersebut akan semakin kurang berniat untuk melakukan transaksi secara *online*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Baker et al. (2007). Peneliti menyatakan bahwa kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku akan lebih kuat dalam budaya dengan identifikasi kelompok diantara rakyatnya dan kepatuhan agama yang ketat, seperti karakteristik Arab Saudi.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Nazar dan Syahrani (2008). Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaan sistem sehingga kontrol perilaku persepsian memberikan pengaruh terhadap niat terhadap niat bertransaksi *online*.

Penelitian keempat adalah penelitian Lee et.al (2008). Hasil dari penelitian ini bahwa kontrol perilaku persepsian memberikan pengaruh terhadap minat mengadopsi *internet banking*. Ini dikarenakan kontrol perilaku nantinya akan juga berdampak pada manfaat dan kegunaan dari layanan tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mahardiana (2011) menjelaskan bahwa adanya kontrol perilaku dapat ditunjukkan dengan mudah digunakannya suatu layanan *e-banking* bagi seseorang. Sehingga kemudahan itu dapat mendorong seseorang untuk berminat dalam menggunakan layanan *e-banking*. Serta dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kemungkinan besar ada hal-hal penting lainnya daripada dilihat dari segi kontrol perilaku saja yang membuat responden berminat menggunakan layanan *e-banking*. Faktor-faktor selain kontrol perilaku itulah yang membuat nasabah lebih tertarik menggunakan layanan *e-banking*.

Namun, hasil ini tidak konsisten bahwa kontrol perilaku persepsian dilakukan oleh Teo dan Pok (2003) dan Kesharwani dan Bisht (2011). Penelitian pertama adalah penelitian Teo dan Pok (2003). Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, memperoleh hasil bahwa pengguna berpikir bahwa keputusan pengadopsian WAP pada telepon genggam adalah masalah pribadi dan tidak terlalu penting dalam batas kontrol pribadi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Kesharwani dan Bisht (2011). Penelitian ini dilakukan di India dengan menggunakan model TAM (*technology acceptance model*) Penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hasil ini membuktikan bahwa faktor kemudahan yang merupakan bagian dari kontrol



perilaku persepsian tidak lagi berpengaruh terhadap minat seseorang. Hal ini dikarenakan sebagian besar dari responden merupakan pengguna layanan *internet banking*.

### 3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) dalam penggunaan layanan *internet banking*. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai statistik (*T-Statistic*) dari konstruk pengalaman terhadap minat penggunaan *internet banking* adalah sebesar atau  $1,488300 \leq 1,64$ , menunjukkan bahwa pengalaman tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 tidak didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian Laforet dan Li (2005), Vainio (2006), dan Arini (2010). Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Kim & Chung (2011), dan Venkatesh (2000).

Penelitian pertama yaitu penelitian Laforet dan Li (2005) menjelaskan bahwa tidak didukungnya pengalaman sebelumnya dengan penggunaan *online banking* di China bisa terjadi karena mungkin proporsi terbanyak sebagai sampel pada penelitiannya adalah individu yang mempunyai pendidikan yang cukup tinggi. Sehingga pernah menggunakan ataupun tidak pernah menggunakan *internet banking* sebelumnya, hal tersebut tidak mempengaruhi individu dalam bertransaksi dengan *internet banking*.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Vainio (2006) menyatakan pengalaman sebelumnya bukanlah faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan *internet banking* bagi *corporate customer* dalam melakukan perdagangan keuangan di Scandiavia. Semua sampel pada penelitian Vainio (2006) adalah individu-individu yang melakukan *trade finance* dengan media *internet banking*. Individu-individu tersebut merupakan individu dengan rata-rata berpendidikan tinggi, sehingga pernah ataupun tidak pernah mempunyai pengalaman yang serupa bukanlah menjadi masalah saat menggunakan atau bahkan saat akan menggunakan *internet banking* untuk transaksi keuangan.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Arini (2010). Penelitian ini menjelaskan bahwa pengalaman tidak berpengaruh terhadap niat bertransaksi

secara *online*. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden yang diteliti belum banyak melakukan transaksi secara *online*. Dengan kondisi demikian, ketika seseorang mencoba untuk melakukan transaksi secara *online*, maka cenderung masih kaku dan tidak terbiasa dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, pengalaman tidak berpengaruh dalam mendorong seseorang untuk melakukan transaksi *online*.

Hasil penelitian yang tidak konsisten dengan beberapa peneliti yaitu Kim & Chung (2011), dan Venkatesh (2000). Penelitian pertama yaitu Penelitian Kim & Chung (2011) menjelaskan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk ramah lingkungan di AS. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan karena karakteristik obyek yang diteliti merupakan produk organik ramah lingkungan yang dibeli secara *online*. Selain itu terdapat perbedaan pengukuran pengalaman yaitu dengan menggunakan jumlah produk yang dibeli sedangkan penelitian ini menggunakan pengalaman membeli dan pengalaman mencari informasi. Respondennya adalah para wanita dewasa yang sudah mapan dan sudah memiliki pengalaman yang banyak dalam menggunakan produk organik, sedangkan penelitian ini menggunakan remaja (mahasiswa) yang memiliki daya beli yang rendah.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian Venkatesh (2000). Dalam penelitian ini, Venkatesh melakukan pengujian terhadap 246 karyawan dari tiga organisasi yang berbeda. Penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap penerimaan sistem yang ada. Hal ini dikarenakan dengan meningkatnya pengalaman menghasilkan kemudahan sistem secara spesifik sehingga dapat dirasakan. Oleh karena itu, pengalaman dibutuhkan karena dengan begitu seseorang apabila menganggap sistem tersebut mudah secara pribadi maka dapat dipastikan secara dua kali lipat pemahaman terhadap sistem tersebut semakin baik.

#### **4. Hipotesisi 4**

Hipotesis 4 menyatakan bahwa konstruk kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) dalam penggunaan layanan *internet banking*. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai statistik (*T-Statistic*) dari konstruk

kepercayaan (*trust*) terhadap minat penggunaan *internet banking* adalah sebesar 4,472669 atau  $\geq 1,64$ , menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesharwani dan Bisht (2011), Maharsi dan Fenny (2006), Yousafzai et al. (2009), Al-Somali et al. (2008) dan Widjana (2010).

Penelitian pertama yaitu Kesharwani dan Bisht (2011). Penelitian ini dilakukan di India dengan menggunakan model TAM (*technology acceptance model*). Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa kepercayaan berhubungan dengan resiko yang akan dihadapi oleh pengguna *internet banking* ini. Namun dengan adanya kepercayaan yang tinggi dapat membuat seseorang memandang resiko menjadi hilang dan ingin tetap menggunakan layanan ini.

Penelitian kedua yaitu Maharsi dan Fenny (2006) meneliti mengenai aktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap *internet banking* di Surabaya. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebagian besar berumur kurang dari 30 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir sarjana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 106, yang merupakan pengguna *internet banking* dari bank BCA, Lippo, Mandiri, Niaga, BII, Permata, Bukopin dan Mega. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan pengguna terhadap *internet banking* mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap *internet banking*. Pengontrolan terhadap kemungkinan penipuan yang dilakukan oleh bank terhadap pengguna *internet banking* akan sangat menentukan kepercayaan pengguna terhadap *internet banking*. Keyakinan pengguna dan bank mengenai nilai-nilai etika, kerahasiaan dan keamanan dalam *internet banking* dan komunikasi antara pengguna dengan *internet banking* juga mempengaruhi besarnya kepercayaan pengguna terhadap *internet banking*.

Penelitian ketiga dari Yousafzai et al. (2009). Penelitian ini mengambil konteks dalam bidang *internet banking*. Penelitian ini meneliti mengenai kepercayaan dalam pengadopsian *internet banking*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah bank Halifax di Inggris

yang menggunakan *internet banking*. Dari 2000 kuesioner yang disebar terdapat 441 yang dapat digunakan, dari data tersebut diketahui sebagian besar nasabah yang berpartisipasi pada pengisian kuesioner tersebut adalah perempuan, berusia 26-45 tahun, rata-rata memiliki pengalaman menggunakan internet selama 2,59 tahun dan rata-rata memiliki pengalaman menggunakan internet banking selama 1,46 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat.

Penelitian keempat adalah yang dilakukan Al-Somali et al. (2008). Penelitian ini menggambarkan pembahasan terkait dengan faktor-faktor yang menentukan sikap pelanggan terhadap penerimaan *internet banking* di Arab Saudi. Variabel yang diangkat oleh Al-Somali et al. (2007) salah satunya adalah kepercayaan yang dikaitkan dengan sikap pelanggan terhadap penerimaan *internet banking*. Teknik penelitian menggunakan survei kuesioner dan mengambil sampel 400 orang dari masyarakat Saudi Arabia. Responden yang berpartisipasi pada penelitian ini sebagian besar berumur 36-45 tahun dengan rata-rata pendidikan terakhir Strata 1 (S-1). Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan *internet banking*. Penelitian ini menjelaskan bahwa sikap pelanggan dalam menggunakan *internet banking* didorong oleh faktor kepercayaan. Kepercayaan disini memegang peran penting dalam meningkatkan kegunaan dalam lingkungan *internet banking*.

Penelitian selanjutnya adalah yang dilakukan Widjana (2010). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *internet banking* pada nasabah bank di Surabaya. Ada sepuluh konstruksi disusun menjadi sebuah model struktural yaitu kesadaran pelayanan, keamanan, kualitas koneksi internet, tingkat penguasaan komputer, kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kenikmatan, kepercayaan, sikap terhadap penggunaan, dan niat adopsi. Proses pengumpulan data menggunakan metode *convenience sampling* secara acak mengambil semua pelanggan yang menggunakan internet banking di Surabaya. Dari 220 kuesioner didistribusikan, ada 200 kuesioner kembali, dan hanya 193 kuesioner dapat dianalisis karena memiliki jawaban yang lengkap. Hasil dari penelitian ini adalah

adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan sikap penggunaan disebabkan karena didalam penggunaan *internet banking* terkait dengan pengiriman data-data spesifik yang bersifat rahasia dan kemampuan untuk melakukan beberapa transaksi. Kepercayaan dari nasabah akan tumbuh ketika *internet banking* mampu menyelesaikan semua permasalahan tersebut. Kepercayaan yang ada akan mendorong seorang nasabah untuk memiliki sikap penerimaan terhadap *internet banking*.

### **Kesimpulan dan Saran**

ini menggunakan konteks minat menggunakan *internet banking* untuk menguji model pengembangan dari teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan menggunakan variabel sikap (*attitude*), kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*), pengalaman dan kepercayaan (*trust*). Minat (*intention*) merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Hartono, 2007). Sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu (Nazar dan Syahrani, 2008). Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Pengalaman menunjukkan pengaruh yang diakibatkan dari perilaku yang dilakukan pada masa lalu dan akan cenderung berakibat pada perilaku yang dilakukan dimasa mendatang (He dan Mykytyn, 2007). Kepercayaan terhadap teknologi informasi merupakan kepercayaan sentral yang dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor-faktor individual, sosial, dan institusional (Hartono, 2007:398).

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*), dan kepercayaan (*trust*). Sedangkan pengalaman tidak berpengaruh terhadap minat seseorang menggunakan *internet banking*. Keterbatasan penelitian ini adalah Peneliti hanya menggunakan sampel dengan mengambil sudut pandang dunia akademisi dimana sampel ini dekat dengan peneliti, yakni mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya tanpa melihat sudut pandang lainnya seperti perbankan secara umum. Serta mengenai konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Terkadang terdapat kemungkinan perbedaan-perbedaan penerimaan teknologi antara pemakai profesional dan umum (Jogiyanto,2007). Misalkan pada kontruk pengalaman yang tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Rivia H. 2012. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Pengguna Terhadap Minat Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211
- Al-Somali, S.A, Gholami, R., and Clegg, B. 2008. *An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia*. *Technovation*, vol. 29, pp. 130-141.
- Arini, Annisa Cahyaning. 2010. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Resiko, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Azwar, S. 2003. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi 2, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Baker, Elizabeth White; Said S. Al-Gahtani; Geoffrey S. Hubona. 2007. *The effects of gender and age on new technology implementation in a developing country Testing the theory of planned behavior (TPB)*. *Information Technology & People* Vol. 20 No. 4, 2007 pp. 352-375
- Bianchi, Constanza & Andrews, Lynda. (2012). *Risk, trust, and consumer online purchasing behaviour: a Chilean perspective*. *International Marketing Review*, 29(3), pp.253-275.
- Cheng TCE, Lam DYC, Yeung ACL. 2006. *Adoption of internet banking: an empirical study in Hong Kong*. *Decis Support Syst.*, 42(3):1558-72.
- Gurung, Anil 2006. *Empirical Investigation of the Relationship of Privacy Security, and Trust with Behavioral Intention to transact in E-Commerce*. The University Of Texas at Arlingon.
- Hamzah, Ardi. 2009. *Evaluasi Kesesuaian Model Keperilakuan dalam Penggunaan Teknologi Sistem Informasi di Indonesia*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009), 15-20
- Hartono, J.M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan* (edisi Revisi ed.) Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Hartono, J.M. dan Willy A. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS untuk penelitian empiris*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Havelka, Douglas. 2004. *Students Beliefs and Attitudes Toward Technology*. *Information Systems Education Journal*. Vol 1 No. 40. December 27, 2003
- Kesharwani, Ankit dan Shailendra Singh Bisht. 2011. *The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India*. IBS Hyderabad, Hyderabad, India.
- Kim, H-Y and Chung. J-E. 2011. *Consumer Purchase Intention for Organic Personal Care Products*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28, No.1, pp. 40–47.

- Kusuma, H dan Susilowati, D. 2007. *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta*. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia. volume 11, Nomor 2, Desember 2007
- Laforet, S. and Li, X. 2005. *Special issue on m-Commerce*. Journal of Banking in China. Int. J. Bank Mark. 23 (5): 362-380.
- Lee, M. 2009. *Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit*. Electronic Commerce Research and Applications 8, pp. 130-141.
- Mahardiana, Maria. 2011. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Persepsi Risiko, dan Pengalaman Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan E-Banking*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Maharsi, S. dan Fenny. 2006. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. Volume 8, Nomor 1, Mei 2006.
- Nazar, M.R. dan Syahrani, 2008. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online*. Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi. 2007. *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.
- Panggalih, Restu Guriting. 2013. *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang
- Pavlou, P. A., and Fygenson, M. 2006. *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior*. MIS Quarterly, 30.
- Shergill, G. S. dan Li, Bing. 2005. *Internet Banking – An Empirical Investigation of Customers' Behaviour for Online Banking in New Zealand*. Journal of EBusiness, Vol. 5, Issue 1, June 2005
- Tan, M. & Teo, T. 2000. *Factors influencing the adoption of internet banking*. Journal of the Association for Information System, (5), 1-42
- Teo, T.S.H. and Siau Heong Pok. 2003. *Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet Users*. Department of Decision Sciences, School of Business, National University of Singapore, 1 Business Link, Singapore 117 592, Singapore.
- Tong, X. 2010. *A Cross-National Investigation of an Extended Technology Acceptance Model in the Online Shopping Context*. International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 38, No. 10, pp. 742-759 (doi 061305515)
- Vainio, H. M. 2006. *Factor Influencing Corporate Customers' Acceptance of Internet Banking: Case of Scandinavian Trade Finance Customers*. Thesis in Accounting. Swedish: The Swedish School of Economics and Business Administration.

- Venkatesh, V. 2000. *Determinants of perceived ease of use : integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model*. Information Systems Research. Vol. 11 No. 4. h. 342-65.
- Wibowo, Arief. 2007. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.
- Widjana, Mahardika Aditya. 2010. *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Wilkinson, Joseph W., Michael J. Cerullo, Vasant Raval, and Bernard Wong-On-Wing. 2000. *Accounting Information System 4<sup>th</sup> Edition: Essential Concept And Application*. New Jersey: John Wiley And Sons, Inc.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G and Foxall, G. R. (2003). *A proposed model of e-trust for electronic banking*. Technovation. Vol. 23 (11), 847-860