

**Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan
Penggunaan terhadap Sikap Pengguna *Internet Banking*
(Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri)**

Disusun Oleh :

Enta Agustina

Dosen Pembimbing :

Yusuf Risanto, SE., MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pengguna *Internet Banking*. Jenis penelitian adalah penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang menggunakan *Internet Banking*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* berdasarkan pendapat *Roscoe*, sebanyak 100 responden. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap sikap pengguna *Internet banking*. Oleh karena itu, penting bagi pihak perbankan khususnya PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri untuk membentuk kepercayaan nasabah dan memberikan manfaat serta kemudahan kepada nasabah pengguna *Internet banking* agar sikap nasabah dalam menggunakan *Internet banking* membentuk sikap yang positif.

Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Pengguna.

PENDAHULUAN

Perkembangan Zaman dan Kemajuan Teknologi tahun 2015 ini, telah membawa perubahan gaya hidup masyarakat yang pada tahun 2015 ini. menghabiskan sebagian waktunya untuk mengakses informasi demi memenuhi kebutuhan informasi mereka. dengan adanya kemajuan teknologi tahun 2015 ini, menuntut seseorang untuk bertindak cepat dalam berkomunikasi, mencari sumber informasi, dan bekerja. mobilitas yang tinggi dan Kebutuhan akses informasi inilah yang membuat gaya hidup masyarakat tidak terlepas dari teknologi.

Perkembangan teknologi ditandai dengan adanya *internet*. *Internet* merupakan sebuah sarana yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi bisnis, mencari informasi dan lain sebagainya (Farizi, 2014). Menurut lembaga Riset pasar *e-marketer* (www.technisia.com, 2015) indonesia menempati urutan keenam pengguna internet didunia dengan total pada tahun 2014 sebesar 83,7.

Melihat jumlah pengguna internet di indonesia yang mengakses media internet dengan jumlah yang mencapai 83,7 juta pada tahun 2014, maka hal tersebut mendorong pihak perbankan menghadirkan layanan berbasis *internet*. Salah satu layanan perbankan berbasis internet adalah internet banking . hal ini diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh Sharing vision pada tahun 2011 menyatakan bahwa pengguna *Internet banking* di Indonesia kurang menyukai layanan perbankan melewati cabang fisik lagi.

Menurut Kusuma dan Susilowati (2007) *Internet banking* adalah salah satu bentuk *electronik Banking* yang ditawarkan melalui

internet dimana nasabah dapat melakukan transaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu. Adapun layanan *E-banking* meliputi : ATM, *Internet banking*, *mobile banking*, *Sms Banking*. AL-Somali et al. (2008) menyebutkan bahwa *Internet Banking* adalah cara nasabah dapat melakukan transaksi keuangan mereka secara elektronik melalui internet, komputer pribadi ataupun laptop dengan waktu yang sesuai dengan keinginan mereka, tanpa harus dibatasi waktunya. Sehingga dapat diartikan *Internet Banking* merupakan fasilitas yang diberikan pihak bank dengan menggunakan jaringan *internet* yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dimana pun dan kapanpun tanpa ada batasan waktu atau dengan kata lain dapat diakses selama 24jam.

Salah satu Bank yang menyediakan fasilitas *Internet banking* adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sebagai salah satu institusi perbankan. *internet banking* BRI merupakan salah satu cara baru untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan jaringan internet yang memudahkan nasabah untuk selalu dapat bertransaksi dengan Bank BRI dimana pun berada dengan aman dan mudah. pihak PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menyadari bahwa pelayanan kepada nasabah harus menyesuaikan pada kemajuan teknologi. Oleh karena itu, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memanfaatkan teknologi *internet banking* sebagai salah satu Layanan perbankan berbasis *internet*. Budi satria, Jakarta sekretaris perusahaan PT. Bank Rakyat selaku Indonesia (Persero) Tbk. mengatakan bahwa peningkatan *fee based income* utamanya disumbangkan dari

layanan *e-banking* beserta *e-channel*. Pada tahun 2013 *fee based Income* BRI yang paling banyak memberikan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan BRI adalah *e-banking* sebesar 63,4 % secara *year on year* (www.idx.co.id, 2013).

Budi satria mengatakan bahwa Secara keseluruhan *fee based income* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. pada tahun 2014 meningkat 20,09 % secara *year on year* dan pertumbuhan tertinggi terjadi pada transaksi *e-banking* sebesar 45,4% secara *year on year*. (www.Liputan6.com, 2015).

Menurut Budi Satria, saat ini, nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sudah semakin terbiasa bertransaksi menggunakan *e-banking* dibandingkan datang langsung ke outlet konvensional atau teller (www.kendari.com, 2015).

Hal tersebut dikarenakan *Internet banking* memberikan terobosan menarik bagi nasabah. Salah satu cabang PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor cabang Kediri yang memiliki 2 Kantor Cabang Pembantu (KCP) yaitu KCP Dhoho dan KCP Pare, 41 kantor unit, 1 kantor kas, dan 10 teras BRI. Dan memiliki Produk Penghimpun Dana seperti Simpedes, Britama, Britama Junio, Tabunganku, Deposito BRI rupiah, Giro BRI rupiah, Tabungan Haji. Serta produk jasa yang dimiliki PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri salah satunya adalah *Internet Banking*.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui persepsi individu apa saja yang berpengaruh terhadap sikap pengguna *Internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Kanca Kediri. Penelitian ini mengacu pada teori model penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) dan ada beberapa penelitian yang menambahkan variabel kepercayaan pada model TAM antara lain: penelitian Tjini (2013), Mahardika dan Basuki (2011), Andi Kurniawan (2011).

Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Mengingat layanan *Internet banking* adalah layanan yang diakses jarak jauh, dimana nasabah tidak dilayani oleh *teller* ataupun *customer service*. Dalam akses jarak jauh tentunya nasabah membutuhkan rasa percaya terhadap kepercayaan sistem *internet banking* karena bentuk fisik dari uang yang tidak dapat disimpan atau ditarik secara tunai melalui *internet banking*. hal itu yang membuat nasabah belum sepenuhnya percaya layanan *internet banking*. Ditambah lagi modus kejahatan dunia maya (*cyber crime*) yang marak saat ini tentang penipuan aplikasi software *Internet banking*. menurut Penyidik Bareskrim Polri modus kejahatan Penipuan melalui software *Internet banking* telah menimbulkan kerugian mencapai Rp 130 miliar pada tahun 2015 (www.kompas.com, 2015).

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Sehingga, jika seseorang percaya bahwa menggunakan *internet banking* akan memiliki dampak yang berguna, maka orang tersebut akan

menggunakannya. Kriestian dan Tanggulangan (2010) menyatakan bahwa individu yang merasa mudah menggunakan sebuah teknologi informasi, maka individu tersebut akan merasa semakin mudah pula mendapatkan manfaat atau kegunaan dari teknologi tersebut. Wibowo (2007) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. terdapat beberapa dimensi mengenai persepsi manfaat, yaitu: Dimensi kegunaan dan Dimensi efektifitas.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Davis (1989:320) sebagai tingkat dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya, atau dengan kata lain pengguna yakin bahwa teknologi informasi yang mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Amijaya (2010) menyebutkan bahwa semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pada tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Menurut Wibowo (2007) ada beberapa indikator kemudahan meliputi :

- a. Komputer sangat mudah dipelajari
- b. Komputer mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna
- c. Komputer sangat mudah untuk meningkatkan ketrampilan pengguna
- d. Komputer sangat mudah untuk dioperasikan

HIPOTESIS

Berdasarkan konsep penelitian yang ada, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

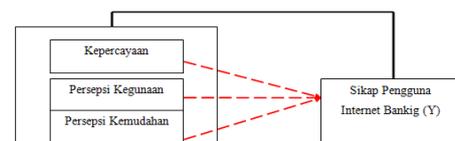
H₁ : Diduga terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepercayaan terhadap sikap pengguna *Internet banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri.

H₂ : Diduga terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Persepsi Kegunaan terhadap sikap pengguna *Internet banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri.

H₃ : Diduga terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap sikap pengguna *Internet banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri.

H₄ : Diduga terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap sikap pengguna *Internet banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri.

Hipotesis yang telah disusun diatas digambarkan dalam kerangka hipotesis seperti dibawah ini :



Sumber : Data diolah, 2015

Keterangan :
 —————> : pengaruh secara simultan
 - - - - -> : Pengaruh secara parsial

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory reserch*). *Explanatory Research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui uji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat mengetahui berapa besar arah hubungan yang terjadi (Sugiono, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pengguna *Internet banking*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi dalam penelitian ini merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitiannya sehingga mendapat gambaran nyata kondisi objek penelitian dan mengumpulkan data untuk digunakan peneliti untuk diuji. Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri yang beralamat di jalan KJP. Slamet A. No.37 Kediri. Waktu penelitian dilaksanakan mulai Bulan Mei sampai Juni 2015.

Alasan peneliti memilih PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri karena PT. Bank

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri merupakan salah satu kantor cabang yang berada di kota Kediri. dan merupakan salah satu roda penggerak perekonomian di wilayah Kota Kediri, Jawa Timur.

Menurut Sugiyono (2014) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini Jumlah Populasi nasabah pengguna *Internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri tidak diketahui jumlahnya secara pasti. maka teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampilng* yang dipilih peneliti adalah teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dalam pertimbangan tertentu yaitu:

Responden Merupakan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri, Responden Merupakan Pengguna *Internet banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri.

Roscoe dalam Sekaran (2006) mengusulkan aturan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda, jumlah sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diukur, yaitu (X_1) Kepercayaan, (X_2) Persepsi Kegunaan, (X_3) Persepsi Kemudahan penggunaan, dan (Y) Sikap Pengguna *Internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri. Sehingga, jumlah

sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 100 sampel berasal dari perhitungan (4 x 25).

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

A. Variabel bebas

Menurut Sugiyono (2014) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

1. Kepercayaan (X_1)

Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Indikator variabel kepercayaan adalah : Situs yang dapat dipercaya, kepercayaan terhadap manfaat yang akan diperoleh, selalu menjaga janji dan komitmen, selalu menjaga ketertarikan nasabah.

2. Persepsi Kegunaan (X_2)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Indikator variabel persepsi kegunaan adalah: penyelesaian aktifitas lebih cepat, memaksimalkan penggunaan layanan, penyelesaian aktifitas lebih banyak, kontrol aktifitas keuangan di perbankan.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_3)

Persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat

dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya (Davis, 1989:320). Indikator persepsi kemudahan penggunaan adalah: pengaplikasian yang mudah dan dapat dimengerti, menjadi lebih mudah dalam melakukan segala aktifitas, mudah dalam mempelajari penggunaannya, ketrampilan dalam penggunaan.

B. Variabel terikat

Menurut sugiyono (2014) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas

1. Sikap Pengguna (Y)

Menurut Setiadi (2003) Sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap objek atau gagasan. Indikator variabel sikap pengguna adalah: dapat mendukung nasabah, mendorong orang lain untuk ikut menggunakan, tidak puas dengan jasa tradisional, merupakan penggunaan yang positif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

• Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner (Ghozali, 2013). Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan

sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk mengetahui data tersebut valid atau tidak dapat dilihat dari pengkorelasian skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir dengan syarat minimum > 0.3 maka item pernyataan dikatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur (Sugiyono, 2014).

Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh item kuisisioner memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas 0,3 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuisisioner tersebut valid dan mampu untuk mengukur setiap variabel yang ada dalam kuisisioner tersebut.

- **Hasil Uji Reliabilitas**

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha cronbach's	Keterangan
X ₁	0.781	Reliabel
X ₂	0.633	Reliabel
X ₃	0.737	Reliabel
Y	0.977	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2015)

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai koefisien *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6. Jadi, dapat dikatakan instrumen pernyataan pada masing-masing variabel pada kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk mengukur indikator variabel dalam kuisisioner.

- **Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2013).

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel independen	Tolerance	VIF
X ₁	0.906	1.104
X ₂	0.972	1.029
X ₃	0.897	1.115

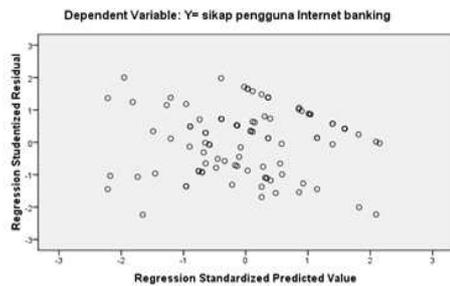
Sumber : Data Primer Diolah (2015)

dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai tolerance $<$ dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel-variabel independen. Untuk perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF $>$ 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.

- **Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



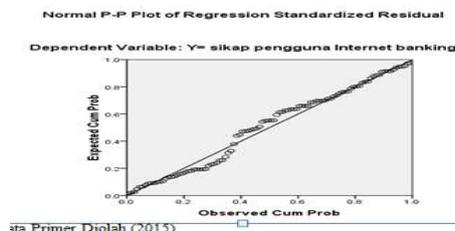
Sumber: Data Primer Diolah (2015)

dapat diketahui bahwa hasil pengujian diagram *scatterplot* titik menyebarkan di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Maka tidak terjadi heteroskedastisitas, jadi dapat simpulkan bahwa variabel mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

• **Hasil Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2013) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogramnya dari residualnya.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas



seperti yang terlihat pada grafik normal P-Plot diatas, dapat diketahui bahwa persebaran titik-titik

masih berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

• **Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variable terikat).

Tabel 5
Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Beta Standardized Coefficients	t hitung	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error				
(constant)	-16,704	4,4115				
X ₁	0,565	0,154	0,307	3,657	0,000	Signifikan
X ₂	0,706	0,189	0,303	3,745	0,00	Signifikan
X ₃	0,625	0,171	0,309	3,661	0,000	Signifikan
R	= 0,623					
R square	= 0,388					
Koefisien Determinasi (Adj.R ²)	= 0,369					
F-hitung	= 20,258					
Sig.F	= 0,000					
α	= 0,05					

Sumber: Data Primer Diolah (2015)

Berdasarkan pada Tabel 5 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,307 X_1 + 0,303 X_2 + 0,309 X_3$$

Berdasarkan pada Tabel 5 diketahui nilai *adjusted R²* yaitu 36,9 hal ini berarti variabel bebas pada penelitian mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 36,9. Sedangkan 63,1 sisanya dipengaruhi variabel di luar model yang tidak dibahas dalam penelitian.

• **Hasil Uji Hipotesis**

Dari olah data pada Tabel 5 bisa dilihat bahwa ketiga variabel independen pada penelitian ini yaitu variabel kepercayaan (X₁), persepsi

kegunaan (X_2), dan persepsi kemudahan penggunaan (X_3) memiliki pengaruh secara signifikan, dapat dilihat dari nilai Sig. pada tabel yang menunjukkan angkat dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 , H_2 , dan H_3 diterima.

- **Pembahasan Hasil Penelitian**

- 1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Pengguna *Internet banking*.**

hasil Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan Variabel Kepercayaan (X_1) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Sikap pengguna *Internet banking* (Y) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. Sikap untuk menggunakan *internet banking* BRI didasarkan pada kepercayaan akan sistem keamanan yang dimiliki layanan *internet banking*, dengan adanya sistem keamanan membuat nasabah merasa yakin bahwa bertransaksi akan berjalan aman menggunakan *internet banking*.

Menurut nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri *internet banking* memberikan sistem keamanan transaksi seperti M-token dan kerahasiaan data nasabah yang berkaitan dengan data transaksi. Hal ini dinilai nasabah sebagai bentuk komitmen PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri dalam menjaga sistem keamanan, kerahasiaan data nasabah dan sebagai bentuk pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Sehingga nasabah memiliki kepuasan tersendiri terhadap sistem keamanan dalam menggunakan *Internet banking* BRI yang akan berdampak pada kepuasan nasabah sehingga akan membawa sikap positif dalam

diri nasabah untuk tetap menggunakan *Internet banking*.

- 2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Pengguna *Internet banking***

Hasil Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan Variabel persepsi kegunaan (X_2) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Sikap pengguna *Internet banking* (Y) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah menggunakan *Internet banking* BRI karena nasabah percaya pada layanan *Internet banking* BRI yang dapat memberikan manfaat dalam membantu pekerjaannya.

manfaat yang bisa didapatkan melalui penggunaan *internet banking* BRI adalah dapat melakukan transaksi perbankan lebih banyak seperti Informasi rekening, transfer dana, pembayaran kartu kredit bank lain seperti: citibank, RBS, ANZ, SCB, HSBC, pembayaran internet : Spedy flasah, pembayaran multifinance: FIF, BAF, OTO, VERENA, WOM, Pembayaran terpadu (pembayaran untuk beberapa transaksi sekaligus dalam satu kali eksekusi). adanya manfaat yang diberikan *internet banking* BRI membuat nasabah mendapatkan manfaat yang sesungguhnya yang dapat membantu mempermudah pekerjaannya.

- 3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pengguna *Internet banking*.**

Hasil Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan Variabel persepsi kemudahn penggunaan (X_3) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap variabel Sikap pengguna *Internet banking* (Y) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. terciptanya suatu sikap dari diri nasabah untuk menggunakan *internet banking* tergantung pada kemudahan saat mengoperasikan *Internet banking*. nasabah tidak perlu bersusah payah dalam mengoperasikan *internet banking* BRI karena tampilan dalam *internet banking* BRI memiliki tampilan interface yang sederhana, jelas dan mudah dimengerti.

dalam penelitian ini Karakteristik pendidikan Responden didominasi oleh pelajar/ mahasiswa yang berpendidikan dan berpengetahuan, sehingga tidak membutuhkan waktu cukup lama untuk belajar menggunakan *internet banking* BRI karena tampilan dalam situs yang mudah dimengerti dan jelas. secara keseluruhan nasabah merasa senang atas kemudahan penggunaan yang diberikan oleh *internet banking* sehingga hal tersebut mempercepat proses adaptasi penggunaan teknologi.

- **Implikasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini memberikan pengaruh yang besar dan bermanfaat tentang motivasi yang mendasari sikap pengguna *Internet banking*. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen perbankan agar memperhatikan kepercayaan, kegunaan, kemudahan dalam meningkatkan layanan dari kinerja.

Terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri agar tingkat kepercayaan nasabah meningkat. Sebagian responden belum percaya terhadap manfaat yang akan diperoleh menggunakan *Internet*

banking karena terdapat beberapa kendala seperti kegagalan transaksi yang mengakibatkan saldo terdebit pada saat pembelian pulsa. hal tersebut bisa terjadi karena beberapa faktor salah satunya yaitu nasabah melakukan transaksi pembelian lebih dari 1x meskipun terdapat laporan transaksi tidak berhasil atau gagal, hal itu secara otomatis akan langsung memotong saldo. Seharusnya pihak PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri memperbaiki sistem dan menyediakan layanan *customer care* khusus pengguna *Internet banking* agar dapat memberikan solusi kepada nasabah pengguna ketika mengalami permasalahan yang berkaitan dengan *Internet banking*.

Persepsi kegunaan juga perlu diperhatikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. Karena nasabah tidak bisa mengontrol keuangannya menggunakan *Internet banking*. hal ini disebabkan responden sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa yang sering belanja melalui toko online menggunakan *Internet banking*. seperti yang diketahui *Internet banking* memberikan fasilitas layanan *Internet banking* yang bisa diakses selama 24 jam yang dapat dilakukan dimana saja serta menghemat tenaga dan waktu. sehingga hal tersebut membuat nasabah tidak mempunyai kontrol terhadap keuangannya. Sebaiknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. memberikan batasan nominal transaksi dalam layanan *internet banking* hal ini bisa meminimalisir tindak kejahatan dari pihak tertentu.

Kemudahan dalam penggunaan *Internet banking* juga perlu

diperbaiki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri. Karena kemudahan dalam penggunaan internet tidak memudahkan aktivitas perbankan bagi nasabah pengguna *Internet banking*. hal ini bisa terjadi disebabkan sebagian nasabah lupa akan *User Id* dan *Pasword*. Sehingga menyebabkan nasabah tidak bisa melakukan aktivitas perbankan. karena jika nasabah lupa akan *User Id* dan *Pasword* pada saat itu juga aktivitas perbankan tidak bisa dilakukan. Sehingga mengharuskan nasabah untuk melakukan konfirmasi dengan datang langsung ke bank. hal ini bisa diatasi dengan memberikan kode-kode enkripsi yang mudah diingat oleh nasabah pengguna *Internet banking*.

• **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian data dan analisis yang telah dijelaskan, tentang “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pengguna Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri”, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai Berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri. Hal ini menunjukkan kepercayaan yang tinggi akan membuat nasabah yakin bahwa menggunakan *Internet banking* adalah aman dan pada akhirnya akan menimbulkan sikap positif terhadap pengguna *Internet banking*.
2. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna *Internet Banking*

Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang didapatkan maka pengguna semakin puas yang akhirnya membuat penggunaan *Internet banking* sesungguhnya juga semakin meningkat.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna *Internet Banking* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri. hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *Internet banking* yang dirasakan nasabah dalam pengoperasian ketika menggunakan *internet banking* tidak ditemui kesulitan sehingga akan memunculkan sikap dari pengguna bahwa menggunakan *Internet banking* adalah hal yang mudah dan pada akhirnya nasabah akan tetap menggunakan *internet banking* sebagai layanan pendukung aktivitas perbankannya.
4. secara simultan kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna *Internet banking*. hal ini dapat diartikan bahwa semua variabel Independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap sikap pengguna *Internet banking*.

• **Saran**

Berdasarkan Hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. kepercayaan yang ditanamkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri membawa pengaruh positif terhadap sikap pengguna.

- Sehingga PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Kediri harus memelihara kepercayaan yang diberikan nasabah secara *Continue* (berkelanjutan) sebab jika kepercayaan tidak dijaga dengan baik, kepercayaan akan sulit dibangun. Oleh karena itu kepercayaan memiliki peran penting untuk berkelanjutan jangka panjang bagi bisnis.
2. untuk mengoptimalkan kegunaan *internet banking* bagi nasabah. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. harus menyikapi persepsi kegunaan yang timbul dari nasabah, sejauh mana nasabah menggunakan *internet banking* untuk melakukan transaksi perbankan. sehingga pihak bank bisa menambahkan fasilitas layanan transaksi perbankan yang saat ini dibutuhkan oleh nasabah.
 3. Faktor persepsi kemudahan penggunaan perlu diperhatikan karena hal ini berpengaruh terhadap sikap pengguna *Internet banking*. untuk meningkatkan sikap positif pengguna maka pihak bank harus memperhatikan fitur-fitur yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah, misalnya memberikan menu *help* sebagai tutorial untuk pengguna ketika mereka mendapati kesulitan tentang cara penggunaannya, atau dengan cara memberikan brosur yang berisikan langkah-langkah awal menggunakan *internet banking* secara lengkap. sehingga pengguna dapat dengan mudah mempelajarinya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Shomali, S. A., Gholami, R., and Clegg, B., 2008, Internet

Banking Acceptance in the Context of Developing Countries: An Extension of the Technology Acceptance Model. European Conference on Management of Technology, Nice, France. September 2008.

- Amijaya, Gilang Rizky., 2010, Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan *Internet banking* Pada Nasabah Bank BCA. *Skripsi*, Universitas Diponegoro
- Davis, Fred. D., 1989, Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-user Information Sytems Theory and Results, Unpublished Doctoral Dissertation, MIT.
- Davis, Fred. D., 1989, Perceived Usefulness, Perceive Ease of Use, and User Acceptance Information Technology Usefulness, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, Sep., 1989: pp. 319-340.
- Farizi, Hadyan., 2014, Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking, *Skripsi*, Universitas Brawijaya
- Ghozali, Imam., 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Idx.co.id,2013,(Online),http://www.idx.co.id/portals/0/newsandannouncement/announcementstock/from_erep/201311/, diakses 28 juli 2015
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Andi, Yogyakarta.
- Kriestian, Albert dan Tanggulangan, Gustin., 2010, Pengaruh Sikap, Persepsi Manfaat, dan *Psychology Attachment* terhadap niat penggunaan internet pada pegawai pemerintah salatiga, *Skripsi*, Universitas Kristen Satya wacana
- Kusuma, Hadri dan Dwi Susilowati., 2007, Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Auditing Indonesia*. Vol. 11 No. 2 pp. 125-139.
- Kurniawan, Andi., 2011, Pengaruh Kepercayaan pada Toko Online, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Sikap Pembelian Secara Online pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya, *Skripsi*, Universitas Brawijaya.
- Kompas.com,2015,(Online),<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/04/15/113500326/ini.modus.pembobolan.rekening.nasabah.melalui.e-banking>. Diakses 4 Juli 2015
- Mahardika, A. dan Basuki, R., 2011, Factor Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation. *Journal of Economic,business, and Accountary Ventura*: 169.
- Morgan, Robert M Dan Shelby D. Hunt., 1994, The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol.58, p. 20-38.
- Setiadi, Nugroho., 2003, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Sekaran, Uma., 2006, *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sharingvision.com,2014,(Online),http://www.sharingvisison.co.id/preview_survey_indonesia...ney_sharing_vision-5.pdf diakses 14 maret 2015
- Tjini, Sartika A., 2013, Pengaruh Kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking, *Skripsi*, Universitas Brawijaya.
- technisia.com,2014,(Online),<http://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2014-2018/>. Diakses 1 april 2015
- Wibowo, A., 2007, Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), *Skripsi*, Universitas Budi Luhur