

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN MUTU E-BANKING
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA ONLINE
(STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA)**

Ilma Triana Shafira

**Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Brawijaya Malang**

Dosen Pembimbing:

Yuki Firmanto, SE., MSA., Ak.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan dan mutu *e-banking* terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling, sebanyak 297 responden. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara *online*. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah mutu *e-banking* terhadap minat bertransaksi ulang secara *online*. Oleh karena itu, penting bagi pihak perbankan untuk membentuk kepercayaan dan mutu *e-banking* kepada nasabah pengguna *e-banking* agar sikap nasabah dalam menggunakan elektronik banking membentuk sikap yang positif.

Kata kunci: Kepercayaan, mutu *e-banking*, dan minat bertransaksi ulang secara *online*.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of trust and e-banking quality on the intention to repeat online transactions. The population of this explanatory research is students of Accounting Department in the Faculty of Economics and Business of Brawijaya University. Using convenience sampling technique, 297 students are selected as the respondents. Multiple linear regression analysis is used to test the influence of the independent variable on the dependent variable. The results of this study indicate that trust and e-banking quality have a significant influence on the intention to repeat online transaction, in which e-banking quality is the most influential variable. Therefore, it is important for banks to establish trust

and improve the quality of their e-banking service in order to shape a positive attitude of their electronic banking customers.

Keywords: trust, e-banking quality, repeat, transaction, online.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan sistem teknologi informasi berkembang dengan pesat. Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, sampai ke era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi informasi telah banyak sekali mengalami perubahan (Jogiyanto, 2008: 1). Teknologi juga dipandang sebagai strategi untuk memperkuat keunggulan kompetitif dan sebagai *support* dari strategi kompetitif perusahaan (Wilsonliem, 2012). Seiring berjalannya waktu bisnis tanpa teknologi informasi, bisnis tersebut akan mati karena persaingan yang begitu ketat. Oleh karena itu pengaruh teknologi informasi terhadap aktifitas dan perilaku organisasi sangat diperlukan. Dan hal ini tentunya dimaksudkan untuk mendukung penerapan sistem informasi agar dapat berjalan dengan baik dan selaras dengan apa yang dibutuhkan khususnya oleh manajemen bisnis perbankan (Wilsonliem, 2012).

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet saat ini yang menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Internet adalah media yang cocok untuk melakukan kegiatan perbankan karena potensi penghematan biaya dan merupakan salah satu media yang digunakan untuk meningkatkan layanan bagi para nasabahnya. Karena kebutuhan manusia yang selalu menuntut untuk bisa lebih cepat, lebih aman, tidak terikat waktu, dan bisa dimana saja membuat tuntutan penyesuaian, menjadikan kebutuhan tersebut semakin kompleks. Salah satu jenis perusahaan yang berkaitan erat dengan tuntutan kebutuhan manusia adalah industri perbankan (Aditya, 2010).

Dalam perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan persaingan bisnis ini maka menyebabkan munculnya aplikasi bisnis elektronik dalam dunia perbankan. Yang bertujuan untuk mengkomodir kebutuhan dalam berinteraksi antara perusahaan dengan nasabah bank. *E-banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004).

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Peneliti mengambil responden Mahasiswa Jurusan Akuntansi. Alasan peneliti menggunakan responden kalangan mahasiswa dikarenakan pengguna ebanking banyak kalangan mahasiswa dan populer kalangan mahasiswa serta ingin melihat penggunaan layanan e-banking kalangan mahasiswa. Karena mahasiswa banyak menggunakan layanan e-banking seperti untuk kegiatan online shopping, transfer, pembayaran tagihan kartu kredit, pengecekan saldo tabungan, dan juga untuk pembayaran SPP setiap semester (Farida, 2015). Tetapi masih rendahnya

pemanfaatan internet banking sebagai layanan pembayaran SPP di Universitas Brawijaya nampaknya sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa keberhasilan internet banking bergantung dari bagaimana nasabah dapat menerima sistem tersebut (Ramadhani, 2008).

Menurut Ibid (2003) menyatakan bahwa pengguna e-banking rata-rata berusia muda dan berpendidikan. Tetapi menurut Priyanto (2015) jarang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menggunakan fasilitas pembayaran SPP atau UKT secara online melalui e-banking. Sesungguhnya pihak fakultas telah memberikan fasilitas pembayaran online yang membuat mahasiswa tidak perlu datang langsung ke bank untuk melakukan pembayaran pendidikan. Banyaknya mahasiswa yang menjadi penjual ataupun mahasiswa yang menjadi konsumen dalam transaksi pembelian, tentu merupakan suatu prospek yang baik bagi sistem internet banking. Dengan menggunakan sistem internet banking, mahasiswa dengan mudah melakukan kegiatan finansial mereka tanpa harus perlu datang langsung ke bank ataupun tempat atm suatu bank berada disebabkan oleh manfaat sistem internet banking itu yang mewujudkan kita bisa transaksi dengan hanya menggunakan laptop ataupun handheld di tempat kita berada. Namun adanya risiko yang terdapat pada sistem internet banking membuat nasabah enggan untuk menggunakan sistem ini. Pihak perbankan harus mengkaji ulang untuk mencari tahu darimana risiko berasal dan melakukan perbaikan untuk mengembangkan pelayanan internet banking (Priyanto, 2015).

Universitas Brawijaya merupakan universitas terbesar di Jawa Timur sehingga telah mewakili populasi dalam penelitian ini. Tercatat bahwa Universitas Brawijaya menerima 13.387 mahasiswa baru tahun 2016. Sementara itu, Perguruan Tinggi Negeri (PTN) lain di Jawa Timur memiliki kuota yang sangat jauh berbeda dengan UB. PTN di Surabaya seperti Universitas Airlangga dan Institut Teknologi Sepuluh November hanya menerima mahasiswa baru masing-masing sekitar 5.215 dan 3.245 mahasiswa. Universitas Negeri Malang (UM) hanya menerima 6.303 mahasiswa dan Universitas Islam Negeri Malang sebanyak 3.434. (<http://lpmperspektif.co.id/2016/09> diakses pada 20 Agustus 2017).

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online?
2. Apakah mutu sistem e-banking berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online?
3. Apakah yang paling berpengaruh besar diantara kepercayaan dan mutu ebanking terhadap minat bertransaksi ulang secara online?

TUJUAN

1. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi ulang secara online.
2. Menganalisis pengaruh mutu sistem e-banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online.
3. Menganalisis pengaruh yang paling besar diantara kepercayaan dan mutu e banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online.

TINJAUAN PUSTAKA Teknologi Informasi

Teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai perpaduan antara teknologi komputer dan telekomunikasi dengan teknologi lainnya seperti perangkat keras, perangkat lunak, database, teknologi jaringan, dan peralatan telekomunikasi lainnya. Selanjutnya, teknologi informasi dipakai dalam sistem informasi organisasi untuk menyediakan informasi bagi para pemakai dalam rangka pengambilan keputusan (Maharsi, 2000).

Electronic Banking

Electronic banking merupakan aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan sistem informasi dengan teknologi. Dengan menggunakan layanan e-banking diharapkan dapat meningkatkan efisiensi layanan perbankan. Melalui layanan e-banking tersebut, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, pembayaran tagihan kartu kredit, listrik, telepon, transaksi pembelian voucher dan tiket, transfer dana antar rekening bank, informasi mutasi rekening, informasi suku bunga, dan lain-lain (Kurniasih, 2011). **Minat Bertransaksi Ulang Secara Online**

Minat bertransaksi ulang secara online yaitu frekuensi seberapa sering nasabah bank menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan melalui electronic banking. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) E-Banking dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. E-Banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses E-Banking melalui piranti pintar elektronik seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM atau telepon.

Kepercayaan

Menurut Keller (2012) kepercayaan berkembang dari pengertian saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal ini sangat penting bagi loyalitas. Kepercayaan mengacu kepada keyakinan terhadap sesuatu dan kepercayaan bahwa pada akhirnya akan membawa kebaikan atau keuntungan (Gilbert&Tang, 1998). Mishra dan Morrissey (1990) mengatakan bahwa keterbukaan informasi, berbagai informasi yang penting, berbagai persepsi dan

penerapan serta keterlibatan dalam mengambil keputusan merupakan faktor-faktor yang dapat memfasilitasi kepercayaan. Sedangkan Butler (1991) mengidentifikasi ada 11 kondisi yang dapat menyebabkan kepercayaan itu ada, yaitu: keleluasan, ketersediaan, kompetensi, konsistensi, pelaku adil, integritas, loyalitas, keterbukaan, kepercayaan secara keseluruhan, janji akan pemenuhan kebutuhan, dan penerimaan.

Mutu *e-banking*

Mutu sistem *e-banking* didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu sistem secara menyeluruh. Mutu sistem *e-banking* merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan sistem. Pontus (2009) dimana hasil penelitiannya menunjukkan sistem yang baik dan mudah dimengerti oleh pelanggan memberikan kemudahan bagi pelanggan hal ini mampu meningkatkan rasa percaya yang tinggi akan suatu kinerja produk. Sistem yang baik adalah sistem yang dapat memberikan kenyamanan pada pengguna.

METODE PENELITIAN Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis atau dugaan sementara yang telah dibangun. Yakni apakah kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Proses dalam penelitian ini berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga bisa disimpulkan menjadi sebuah temuan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang berstatus aktif pada semester ganjil tahun ajaran 2015/2016. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 1151 orang.

Peneliti melakukan pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*, dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dari daftar pengambilan sampel yang representative. *Convenience sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang nyaman disesuaikan dengan keinginan peneliti (Jogiyanto 2016: 79). Alasan peneliti menggunakan metode *convenience sampling* karena mengumpulkan informasi dari elemen-elemen populasi yang tersedia dan pengambilan sampel sesuai dengan keinginan peneliti. Pengambilan sampel menggunakan teman-teman sekampus yaitu mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.

Dalam penelitian ini jumlah kuisioner yang disebarkan sebanyak 297 kuisioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = N / 1 + Ne^2$$

$$1151 / 1 + 1151(5\%)^2$$

$$= 297$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi terjadinya kesalahan, yaitu 5%

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang akurat dan lebih spesifik, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan variabel yang diteliti (Sugiyono 2015: 226). Mengolah data menggunakan SPSS dengan teknik analisis data uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan koefisien determinasi.

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan responden mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2015/2016. Penelitian ini menggunakan metode survey untuk memperoleh data melalui penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penyebaran kuisisioner dilakukan peneliti dengan berbagai cara yaitu dengan secara online melalui google drive dan penyebaran secara langsung dengan memeberikan kepada responden. Jumlah kuisisioner yang disebarkan sebanyak 297 kuisisioner.

Hasil Uji Validitas

Tabel 1

Hasil Uji Validitas

Indikator	<i>Corrected item total correlation</i>	r tabel (0.361)	Keterangan
-----------	---	-----------------	------------

X _{1.1}	0.791 0.803	0.361 0.361	Valid
X _{1.2}	0.612 0.498	0.361 0.361	Valid
X _{1.3}	0.729	0.361	Valid
X _{1.4}	0.583	0.361	Valid
X _{1.5}			Valid
X _{1.6}			Valid
X _{1.7} X _{1.8}	0.533	0.361	Valid
	0.629	0.361	Valid
X _{2.1}	0.737 0.474	0.361 0.361	Valid
X _{2.2}	0.871 0.381	0.361 0.361	Valid
X _{2.3}	0.787 0.481	0.361 0.361	Valid
X _{2.4}	0.862	0.361	Valid
X _{2.5}	0.648	0.361	Valid
X _{2.6}			Valid
X _{2.7}			Valid
X _{2.8}			Valid
Y ₁	0.498 0.840	0.361 0.361	Valid
Y ₂	0.680	0.361	Valid
Y ₃	0.518	0.361	Valid
Y ₄			Valid

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan Y seperti yang tercantum pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh butir instrumen semuanya valid, karena mempunyai nilai r hitung (*Corrected item total correlation*) lebih besar dari pada r tabel (pada taraf 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil tersebut dapat membuktikan semua instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel Kepercayaan (X1), Mutu e-banking (X2) dan Minat Bertransaksi Ulang (Y).

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	r alpha	Keterangan
X1	0.879	Reliable
X2	0.880	Reliable

Y	0.802	Reliable
---	-------	----------

Sumber: Data primer diolah (2017)

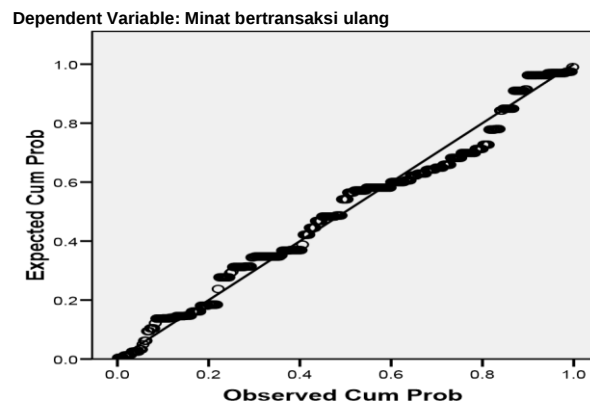
Setelah dilakukan uji validitas dan diperoleh butir pernyataan yang valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Pengukuran yang memiliki reliabilitas dapat mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dikatakan reliable jika nilai Alpha lebih besar dari 0,6. Berdasarkan pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa semua variabel yaitu Kepercayaan (X1), memiliki *Alpha Cronbach* yang menunjukkan nilai 0,879, Mutu E-banking (X2) memiliki *Alpha Cronbach* yang menunjukkan nilai 0,880, dan Minat Bertransaksi Ulang (Y) memiliki *Alpha Cronbach* yang menunjukkan nilai 0,802. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yaitu Kepercayaan (X1) Mutu e-banking (X2) dan Minat Bertransaksi Ulang (Y) adalah reliabel karena nilai Alpha lebih besar dari 0,6.

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Gambar 1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

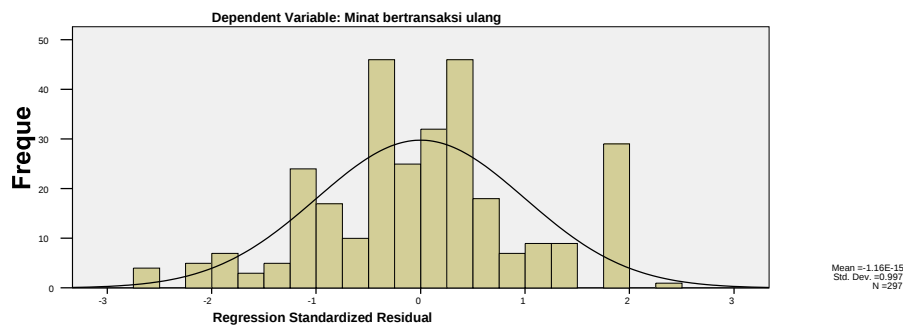


Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan hasil pengujian normalitas seperti yang terlihat pada grafik normal P-Plot diatas, diketahui bahwa persebaran titiktitik masih berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola tersebut mengindikasikan bahwa residual memiliki distribusi normal karena plot dari residual tersebut membentuk pola garis lurus. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 2
Histogram Uji Asumsi Normalitas
Histogram



Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan gambar 2 jika nilai residual dikelompokkan dalam sebuah histogram, maka residual-residual tersebut akan membentuk suatu pola kurva distribusi normal, yakni residual tersebut mengelompok pada bagian tengah dengan titik puncaknya berada pada rata-rata sama dengan 0,000 seperti pada gambar 1. **Uji Multikolinearitas**

Tabel 3

Hasil Uji Multikolinieritas

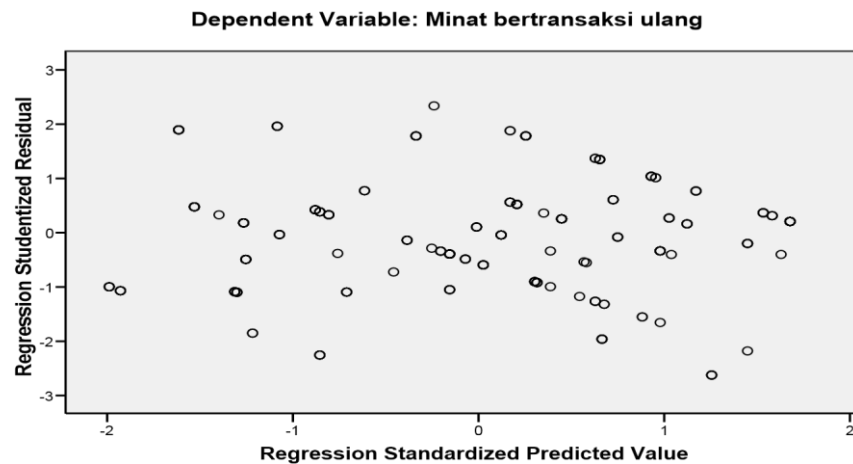
Variabel Bebas	VIF	Keterangan
X ₁	2.113	Non Multikolinier
X ₂	2.113	Non Multikolinier

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai *Variane Inflatoion Factor* (VIF) menunjukkan masing-masing variabel bebas menunjukkan nilai VIF yang tidak lebih dari nilai 10, maka asumsi tidak terjadi multikolinieritas telah terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.

Uji Heterokedastistas

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastistas
Scatterplot



Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan gambar 3 dapat diketahui bahwa hasil pengujian diagram *scatterplot* titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Linieritas

Tabel 4

Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai F	Nilai Signifikan	Keterangan
Kepercayaan* Minat bertransaksi ulang	267.643	0.000	Linier
Mutu e-banking* Minat bertransaksi ulang	589.439	0.000	Linier

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa hasil uji linearitas untuk kepercayaan dengan minat bertransaksi ulang pada penelitian ini diperoleh nilai F sebesar 267.643 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 sedangkan untuk hasil uji linieritas mutu e-banking dengan minat bertransaksi ulang diperoleh nilai F sebesar 589.439 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 (5%) maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepercayaan dengan minat bertransaksi ulang serta mutu e-banking dengan minat bertransaksi ulang mempunyai hubungan yang bersifat linier. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel 5

Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Beta	t _{hitung}	Sig
X ₁	0.081	0.178	3.136	0.002
X ₂	0.305	0.604	10.643	0.000
A	= 0,05			
Konstanta	= 3.039			
Koef. Determinasi (R ²)	= 0.552			
F-Hitung	= 181.269			
F-Tabel	= 3.039			
Sig F	= 0.000			
t-tabel	= 1.971			

Sumber: Data primer diolah (2017)

Model regresi yang didapatkan berdasarkan Tabel 5 adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4.231 + 0.081 X_1 + 0.305 X_2 \text{ dimana}$$

:

Y : Minat bertransaksi ulang

X₁ : Kepercayaan

X₂ : Mutu e-banking

Interpretasi model regresi pada Tabel 5 adalah sebagai berikut :

1. Konstanta 4.231 sebesar menunjukkan jika tidak ada variabel-variabel bebas Kepercayaan (X₁) dan Mutu e-banking (X₂) maka besarnya variabel terikat adalah sebesar nilai tersebut.
2. $\beta_1 = 0.081$
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X₁ dengan variabel Y, yakni apabila responden mempunyai kepercayaan yang baik maka minat bertransaksi ulang akan semakin meningkat, begitu pula dengan sebaliknya apabila kepercayaan jelek maka minat bertransaksi ulang juga semakin rendah.
3. $\beta_2 = 0.305$

Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X2 dengan variabel Y, yakni apabila responden menilai mutu e-banking baik maka minat bertransaksi ulang juga semakin meningkat, begitu pula dengan sebaliknya apabila responden menilai mutu e-banking buruk maka minat bertransaksi ulang juga semakin rendah.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6

**Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.743	0.552	0.549	1.542

Sumber: Data primer diolah (2017)

Nilai koefisien determinasi sebesar 0.552 berarti bahwa semua variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1) dan Mutu e-banking (X2) secara simultan mempengaruhi variabel terikat (minat bertransaksi ulang) sebesar 55.2% dan sisanya sebesar 44.8% menunjukkan bahwa variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Koefisien Beta

Tabel 7

Hasil Koefisien Beta

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.231	0.670		6.316	0.000
Kepercayaan	0.081	0.026	0.178	3.136	0.002
Mutu e-banking	0.305	0.029	0.604	10.643	0.000

Sumber: Data primer diolah (2017)

Dapat dilihat pada tabel 7 dari hasil analisis regresi berganda diketahui jika besarnya nilai koefisien beta variabel bebas yang diteliti dari yang terbesar sampai terkecil yaitu:

1. Kepercayaan (X1) mempunyai koefisien beta 0.178
2. Mutu e-banking (X4) mempunyai koefisien beta 0.604

Dari besarnya nilai koefisien beta masing-masing variable bebas dapat diketahui variable bebas yang mempunyai pengaruh dominan (paling besar) terhadap variable terikat. Variable bebas dengan nilai koefisien beta terbesar menunjukkan jika variable bebas tersebut mempunyai pengaruh paling besar (dominan) terhadap variable terikat. Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui jika

Mutu e-banking (X2) mempunyai nilai koefisien beta terbesar (0.604) sehingga dapat dikatakan jika Mutu e-banking (X2) mempunyai pengaruh paling besar (dominan) terhadap minat bertransaksi ulang dibandingkan dengan kepercayaan (X1).

Pengujian Hipotesis Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji variabel – variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum, Sugiyono (2008). Dalam penelitian ini uji F atau pengujian secara simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel-variabel bebas yang diteliti secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji statistik F dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8

Hasil Uji F

Model	Sum of DSquares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	841,582	2	420,791	181,269	0,000
Residual	682,479	294	2,321		
Total	1524,061	296			

Sumber: Data primer diolah (2017)

Uji F akan diketahui apakah variable Kepercayaan (X1) dan Mutu ebanking (X2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat bertransaksi ulang (Y). Hasil uji F diperoleh nilai F hasil penghitungan (181.269). Dari table F didapatkan nilai Ftabel dengan degrees of freedom (df) $n_1 = 2$ dan $n_2 = 294$ adalah sebesar 3.039. Maka diketahui jika nilai F hitung hasil penghitungan lebih besar daripada Ftabel ($181.269 > 3.039$). Selain itu, didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000. Jika signifikan dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$ maka signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari Kepercayaan (X1) dan Mutu e-banking (X2) terhadap variabel Y yaitu Minat bertransaksi ulang. **Uji Statistik t (Uji t)**

Dalam penelitian ini Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1) dan Mutu e-banking (X2) secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat bertransaksi ulang) atau tidak. Untuk menguji hal tersebut, dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel, dikatakan berpengaruh signifikan jika $thitung > ttabel$ atau nilai signifikan $< \alpha = 0,05$. Pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel X1 (Kepercayaan)

Berdasarkan pada tabel 9, maka pengujian hipotesis koefisien regresi variabel kepercayaan (X1) dapat dituliskan pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis Kepercayaan (X1)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : b_1 = 0$ (variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a : b_1 \neq 0$ (variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,00$	$t_{hitung} = 3,136$ $sig = 0,002$ $t_{tabel} = 1,971$	H0 ditolak Haditerima

Sumber: Data primer diolah (2017)

Variabel X1 memiliki nilai t hitung 3.136 dengan signifikan sebesar 0,002. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($3.136 > 1.971$) dan signifikan (0,002) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 (Kepercayaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat bertransaksi ulang).

b. Variabel X2 (Mutu e-banking)

Berdasarkan tabel maka pengujian hipotesis koefisien regresi variabel persepsi Mutu e-banking (X2) dapat dituliskan pada tabel 10:

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis Variabel Mutu E-banking (X2)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : b_1 = 0$ (variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a : b_1 \neq 0$ (variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,00$	$t_{hitung} = 10,643$ $sig = 0,000$ $t_{tabel} = 1,971$	H0 ditolak Haditerima

Sumber: Data primer diolah (2017)

Variabel X2 memiliki nilai t hitung 10.643 dengan signifikan sebesar 0.000. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($10.643 > 1.971$) dan signifikan (0.000) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan

bahwa X2 (Mutu e-banking) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat bertransaksi ulang).

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Hal ini menunjukkan kepercayaan yang baik maka minat bertransaksi ulang secara online akan semakin meningkat.
2. Mutu e-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai mutu e-banking baik maka minat bertransaksi ulang secara online juga semakin meningkat.
3. Kepercayaan dan mutu e-banking yang mempunyai pengaruh paling besar (dominan) terhadap minat bertransaksi ulang secara online adalah mutu e-banking. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah melakukan transaksi ulang secara online lebih menilai mutu e-banking terlebih dahulu dibandingkan kepercayaan.

Keterbatasan Penelitian

1. Fokus penelitian ini tidak hanya pada satu bank saja, melainkan secara universal pada layanan fasilitas e-banking. Hal ini dikarenakan setiap bank memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam layanan e-banking. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya harus memfokuskan pada satu bank saja agar dapat lebih spesifik dan bisa mengetahui dengan baik layanan e-banking.
2. Penelitian ini fokus pada variabel kepercayaan dan mutu e-banking. Selain ketiga variabel tersebut terdapat beberapa variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online. **Saran**

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya memfokuskan pada satu karakteristik bank saja agar dapat lebih memspesifikkan penelitiannya dan dapat mengetahui dengan baik layanan e-banking.
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya melibatkan variabelvariabel lain yang berpengaruh terhadap sikap pengguna e-banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi: Alfabeta.
- Alwi, Hasan. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Anggadiredja, Dedi dan Didi Djajamihardja. 2003. Salesmanship Perbankan.

Annisa. 2011. Akseptasi Fasilitas Electronic Ticketing: Studi pada Konsumen Maskapai Penerbangan Indonesia. Skripsi Program Sarjana. Universitas Gajah Mada: Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Arguelles, J., Diaz, J., Malaga, I., Perillan, S., Costales, M., Vijande. 2007. Sodium Taste threshold in children and its relationship to blood pressure. *Brazilian Journal of Medical and Biological Research* 40: 721-726.

Azwar, S. 2000. Sikap Manusia: Teori dan Pengukuran. Yogyakarta: Liberty

Butler, J.K.Jr. 2008. Toward Understanding and Measuring Condition of Trust : Evaluation of Conditions of Trust Inventory. *Journal of Management*. Vol.17, No.3, 643-663.

Dharmmesta, Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran Analisa perilaku konsumen, Edisi pertama cetakan ketiga, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

Dwimastia, Harlan. 2014. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, kepercayaan, dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Fauziah. 2005. Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering. Siasat Bisnis Vol I.

Fazio, Regina. 2004. The Right Way to go Global:an Interview with Whirpool CEO, Davit Whitman. *Harvard Business Review*. Page:135-145.

Firmansyah, Aditya. 2010. Situs Jejaring Sosial Menggunakan Elgg. Sekolah Teknik Elektro dan Informatika. ITB. Bandung.

Gerrard, P. dan Cunningham, J.B. 2003. The difusio´n of internet banking among Singapore consumers. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21.

Ghiselli et al,. 1981. Consumer Behaviour. Indonesia:Prentice Hall Inc.

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS, edisi tiga, Semarang : Universitas Diponogoro.

Gilbert dan Tang. 2005. Quality Planning and Analysis. Mc Graw Hill International. New York.

Gujarati, Damodar. 2003. Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.

Hanscombe, Richard dan Philip Norman. 2009. Strategic Leadership: The Missing Link. International edition, Singapore: Mc Grawhill Book Co.

Hidayat, A.A.A. 2007. Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data. Jakarta: Salemba Medika.

Indriantoro, Nur., Bambang Supomo. 2009. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.

Isaac, Stephen and William B. Michael. 1981. Handbook in Research and Evaluation. San Diego: Edits Publishers, second edition.

Jia and Shen. 2008. User Acceptance of Social Shopping Situs : A Research Proposal, Pacific Asia Conference on Information Systems proceedings.

Jogiyanto. 2016. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalamanpengalaman. BPFE. Yogyakarta.

John C, Mowen dan Michael Minor. 2002. Perilaku konsumen jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Kanter, R.M. 2008. Men dan Women of The Corporation. Basic Books. New York.

Khairi, Mohd Taufiq Md dan Mahdi Famarzi. 2014. A Review on Ultrasonic Process Tomography System. Penerbit UTM Press. All rights reserved.

Kim, D. J., Lee, Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2003. Antecedents of Consumer Trust in B-to C Electronic Commerce, Proceedings of Ninth Americans Conference on Information Systems, pp.157-167.

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian: Salemba Empat. Jakarta.

Kotler dan Keller. 2012. Marketin Mangement edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall Koufaris dan Hampton-Sosa. 2004. The development of initial trust in an online company by new customers, Information and management, pp 377-397.

Koufaris dan Hampton-Sosa. 2004. The development of intial trust in an online company by new customers, information and management, pp 377-397.

Kurnia, Sherah dan Ai-Wen Chien. 2003. The Accaptance of Online Grocery Shopping. 16th Bled eCommerce Conference eTransformation Bled, Slovenia, June 9-11, 2003.

Lamb, Hair, McDaniel. 2001. Pemasaran. Buku 1. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta.

Lee, M.K.O. and Turban, E. 2001. A Trust Model for Consumer Internet Shopping (online).

Luarn, Pin & Lin, Hsin-Hui. 2005. Toward an Understanding of The Behavioral Intention to Use Mobile Banking.

Maharsi, Sri. dan Fenny. 2006. Analisa Faktor-Faktor Yang

Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya, Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 8, No. 1.

Malaga, I., Perillan, S., Costales, M., Vijande. (2007) Sodium taste threshold in children and its relationship to blood pressure. Brazillian Journal of Medical and Biological Research (2007) 40: 721-726

Martin, A dkk. 1990. Farmasi Fisik. UI-Press. Jakarta.

Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. 1995. An Integratif Model of Organizational Trust, Academy of Management Review. 30 (3): 709-734.

McKnight, D. H Choudhury, and Kacmar, C. (2002). Special Issue on Measuring e-Commerce in Net-Enabled Organizations, Part 2 of 2: Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology Information Systems Research 13:334-359.

Mishra, A and M. Morrissey. 1990. Trust in employee/employer relationship: a survey of west Michigan managers. Public Personel Management 19 (4): 443-461.

Moh, Nazir. 2003. Metode penelitian. Jakarta, Ghalia Indonesia.

Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt. 2005. The Commitment- Trust Theory of Relationship Marketing, Journal of Marketing. Vol.58, July 1994, p. 20-38.

Mukherjee, A., dan Nath, P. 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking. International Journal of Bank Marketing, Vol. 21 No. 1, pp. 5-15.

Pontus, Johnson, Robert Lagestrom, Per Narman, dan Marten Simmonson. 2008. System quality analysis with extended influence diagrams. Royal Institute of Management Strategic.

Poon, W. C. 2008. Users' adoption of e-banking services. Journal of Business & Industrial Marketing. Vol.23, No.1, hal.59-69. the Malaysian perspective.

Pranidana, Saucana Ananda. 2009. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.

Putra, Aldi Pratama. 2013. Jurnal. Pengaruh Mutu Sistem Transaksi dan Customer Value Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Melalui Mediasi Trust.

Quinn dan Baily. 1994. The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: a study of online service.

Rahmadanti, Amilya. P. 2013. Minat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Technology

Acceptance Model. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.

Rahmawati, J.D.W. 2013. Jurnal. Pengaruh Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit.

Rangkuti, Freddy. 2003. Measuring Customer satisfaction. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rotter, J.B . 1967. A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust. Journal Of Personality, Vol. 35, No. 4, pp. 651-665.

Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, N.J. 2003. Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaeen. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).

Setyanto, Tri. 2011. Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara On-line. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Shergill, G.S. and Li, B. 2005. Mobile Banking-An Empirical Investigation Of Customer's Behaviourfor online Banking in New Zealand.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2001. Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung, Alfabeta.

Tampubolon, Nelson. 2004. Surat Edaran : Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking) (online). August 24, 2005.

Tjini, Sartika A. 2013. Pengaruh Kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Totok. 2015. Analisis pegaruh trust dan mutu e-banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Wahyuni, Sari., Ghauri, Pervez N. and Postma, Theo J.B.M. 2003. An Investigation Into Factors Influencing International Strategic Alliance Process. Gadjah Mada International Journal of Business. Vol.5 No.3 pp.273-299.

Wardani. 2009. Pengaruh kepercayaan, pelayanan, dan fasilitas bank terhadap Perilaku menabung (Studi pada nasabah bank Purworejo). Jurnal Ekonomi UNMER. Vol 9 No 2.

Wibowo, Mungin dan Eddy. 2005. Konseling Kelompok Perkembangan.

Semarang: Unnes Press.

Widiastuti, Berlian. 2010. Studi Tentang Intensitas Penggunaan Electronic Banking Oleh Nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) Kantor Cabang Utama Semarang.

Widiastuti, Belena. 2010. Studi Tentang Intensitas Penggunaan Elektronik Banking Oleh Nasabah Kantor Cabang Utama Semarang. UNDIP.

Wikipedia. 2013. Pengertian Teknologi Informasi.
http://wikipedia.org/wiki/Information_Technology_Association_of_America/ diakses pada tanggal 2 Juli 2017.

Wilsonliem. 2012. Bisnis Teknologi Informasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.