

Pengaruh Faktor Individu, Organisasi, dan Sistem terhadap Penerimaan E-banking

Oleh :

Sakharosa Citra Dewi Fortuna

0910230024

Email: Sakharosa.cdf@gmail.com

No.HP: 082132882692

Dosen Pembimbing :

Lutfi Harris, M.Ak., Ak.

Abstract

This study purposes to examine the individual, organizational and system factors that influence intention using electronic banking services by modified a model of Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis in 1989. This research was conducted to undergraduate student of Accounting Majors, Economic and Business Faculty of Brawijaya University in Malang using survey methodology. Researcher has distributed 120 questionnaires, 93 are proper to use. Structural analysis carried out using Smart Partial Least Square (PLS) software. The result of analysis for this model shows that the attitude variable affect the intention using electronic banking, along with the system and service quality, perceived risk, organizational reputation and perceived usefulness variable affect the attitude using electronic banking. Even though that perceived ease of use did not influence the attitude using electronic banking. This means that intention using electronic banking is influenced by the attitude variable and the attitude using electronic banking is influenced by the system and service quality, perceived risk, organizational reputation and perceived usefulness. The implication of this research is relevant to the management banking company and electronic banking analyst to consider factor of attitude, system and service quality, perceived risk, organizational reputation and perceived usefulness in applying and developing electronic banking transaction in the banking system.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), electronic banking, intention, attitude, system and service quality, perceived risk, organizational reputation, perceived usefulness.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi direspon oleh perusahaan-perusahaan termasuk dunia perbankan yang berupaya memberikan pelayanan kemudahan akses informasi untuk nasabahnya dengan cara mengaplikasikan teknologi informasi yang canggih, yang dikenal dengan istilah *electronic banking* atau disingkat *e-banking*.

Melalui layanan *i-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). Selain bermanfaat bagi nasabah, penggunaan *e-banking* juga bermanfaat bagi pihak bank. Daniel dan Storey (1997) dalam Dwityanti (2008) menyatakan bahwa *i-banking* telah memberikan keuntungan bagi bank untuk bertahan dalam persaingan, menghemat biaya, meningkatkan kustomisasi besar-besaran, kegiatan pemasaran dan komunikasi, dan untuk memelihara serta menarik nasabah. Selain itu, Sugiarto (2012) juga menyatakan bahwa jasa *i-banking* terus dioptimalkan oleh kalangan perbankan karena pendapatan yang dikenal dengan istilah *fee based income* dihasilkan cukup signifikan bagi keuntungan perbankan.

Saat ini di Indonesia banyak bank berlomba-lomba menyediakan layanan *e-banking* karena manfaat yang dirasakan (Mulyawan, 2012). Namun beberapa fakta menyebutkan bahwa tingkat penggunaan *e-banking* di Indonesia masih rendah. Menurut riset MRI berjudul *E-channel Study 2010* menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* belum optimal pada nasabah kelas paling atas sekalipun. Dalam riset tersebut juga menunjukkan bahwa di antara mereka yang belum menggunakan *e-banking* hanya 1%-2% yang memiliki minat untuk mengadopsi layanan tersebut. Dengan minat nasabah yang seperti itu, sejumlah strategi harus dibentuk oleh dunia perbankan dan bank harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank (Olatokun dan Owoeye, 2012). Salah satu teori yang meneliti tentang minat pemanfaatan teknologi informasi adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) dan model kesuksesan sistem informasi DeLone and Mclean (*D & M Success Model*).

Salah satu riset atas TAM (*Technology Acceptance Model*) dan model kesuksesan sistem informasi DeLone and Mclean (*D & M Success Model*) adalah yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012). Variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap dan minat merupakan bagian variabel dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM), variabel tersebut telah dipakai dalam penelitian sebelumnya antara lain oleh Olatokun dan Owoeye (2012), Kusuma dan Susilowati (2007), Ramadhani (2008), Wibowo (2007) dan Artha (2011). Variabel reputasi organisasi dan persepsi risiko diambil peneliti sebelumnya dari kajian literatur, variabel tersebut juga telah dipakai dalam penelitian sebelumnya oleh Ayo *et al.* (2010), Tan dan Teo (2000), Olatokun dan Owoeye (2012), Artha (2011), Kurnia dan Chien (2003) serta Nazar dan Syahrani (2008). Sedangkan variabel kualitas sistem dan layanan diambil dari *Delone & McLean Model* yang juga dilakukan pada penelitian sebelumnya yaitu oleh Bharati dan Chaudhury (2006) dan Olatokun dan Owoeye (2012).

Pada penelitian kali ini, peneliti mencoba untuk melakukan hal yang sama yaitu meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yang selanjutnya juga mempengaruhi minat penggunaan *e-banking*. Konteks penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini berfokus pada penggunaan *e-banking* oleh mahasiswa khususnya kepada mahasiswa Strata 1 (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) yang aktif pada tahun ajaran 2012/2013. Menurut Saputro dan Dihan (2009) yang mendasarkan pada Ibid (2003) menyatakan bahwa pengguna *e-banking* rata-rata berusia muda dan berpendidikan.

Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas sistem dan layanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*?
3. Apakah reputasi organisasi berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*?
5. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*?
6. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking*?

Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas sistem dan layanan terhadap sikap penggunaan *e-banking*.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap sikap penggunaan *e-banking*.
3. Untuk menguji pengaruh reputasi organisasi terhadap sikap penggunaan *e-banking*.
4. Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan *e-banking*.
5. Untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *e-banking*.
6. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap minat penggunaan *e-banking*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi

Sistem informasi akuntansi (SIA) menurut Sarosa (2009) adalah sebuah sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data dan kemudian menghasilkan informasi yang berguna dalam proses pengambilan keputusan. SIA dapat berupa kertas dan alat tulis (manual) atau terkomputerisasi (otomatis) atau gabungan dari keduanya. Teknologi hanyalah alat untuk menyusun, memelihara, ataupun menyempurnakan suatu sistem (Wilkinson *et al.*, 2000). Menurut Artha (2011) sistem informasi akuntansi berbasis teknologi adalah suatu sistem yang dapat membantu untuk membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan atau menyebarkan informasi yang berkenaan dengan akuntansi. Informasi akuntansi dapat tersebar secara luas, hemat waktu, cepat dan hemat biaya dengan menggunakan sistem informasi berbasis teknologi tersebut.

Sistem akuntansi yang digunakan oleh dunia bisnis termasuk perusahaan juga semakin canggih seiring perkembangan teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut proses dan aktivitas bisnis di perusahaan juga ikut berkembang, seperti fasilitas yang diterapkan di dunia perbankan yaitu adanya *electronic banking*. Fasilitas tersebut telah mengubah siklus pendapatan dan siklus pengeluaran di dunia perbankan yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi dapat dilakukan dengan berbasis teknologi.

Electronic Banking

Menurut Bank Indonesia (www.bi.go.id), layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang terdiri dari *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking* dan *Phone Banking*. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, saat ini telah banyak bank yang menyediakan jasa *electronic banking* sebagai bentuk pelayanannya kepada nasabah. Manfaat *electronic banking* dapat dirasakan baik oleh pihak nasabah dan juga pihak bank itu sendiri. Bagi nasabah, *e-banking* dapat memberikan suatu kemudahan untuk melakukan beberapa aktivitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Beberapa aktivitas perbankan seperti melihat saldo, melakukan transfer antar rekening, dan melakukan pembayaran sejumlah tagihan dimana saja dan kapan saja. Sedangkan manfaat yang dirasakan oleh pihak perbankan adalah *business expansion*, *customer loyalty*, *revenue and cost improvement*, *competitive advantage* dan *new business model*.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *DeLone & McLean Model*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. TAM merupakan perkembangan dari model *The Theory Reasoned Action* (TRA) yang berpendapat bahwa reaksi dan persepsi seseorang

terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. TAM sendiri merupakan adaptasi dari TRA yang digunakan untuk model adopsi penggunaan sistem informasi (Ramadhani, 2008). *Technology Acceptance Model* (TAM) banyak digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi yang berdasarkan persepsi kegunaan dalam penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi (*perceived ease of use*) (Amijaya, 2010).

Banyak penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan sistem teknologi informasi. Salah satu penelitian yang terkenal adalah yang dilakukan oleh DeLone and Mclean (1992). Model tersebut cepat mendapat tanggapan karena model mereka merupakan model yang sederhana tetapi dianggap cukup valid. Selain itu model ini memang sedang dibutuhkan untuk dapat menjadi acuan untuk membuat sistem teknologi informasi dapat diterapkan secara sukses di organisasi. Model yang diusulkan memiliki enam pengukuran kesuksesan sistem informasi, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, kepuasan pemakai, dampak individu dan dampak organisasi.

Minat

Jogiyanto (2007) mengungkapkan bahwa minat adalah suatu keinginan seseorang dimana seseorang tersebut melakukan suatu perilaku tertentu. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk melakukan sesuatu sehingga dapat mencapai tujuan. Crow and Crow berpendapat bahwa minat erat hubungannya dengan kekuatan yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda atau bisa juga sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan itu (Kusumah, 2009).

Kualitas Sistem dan Layanan

Menurut Bharati dan Chaudhury (2006) menyebutkan bahwa kualitas sistem adalah persepsi yang dimiliki individu dari kinerja keseluruhan sistem dimana merupakan manifestasi dari sistem perangkat keras dan perangkat lunak. Kemudahan penggunaan (Belardo, Karwan, dan Wallace, 1982), kemudahan akses (Bailey dan Pearson, 1983), dan sistem keandalan dan fleksibilitas (Srinivasan, 1985) adalah ukuran yang digunakan untuk konstruk kualitas sistem dan layanan (Bharati dan Chaudhury, 2006). Olatokun dan Owoeye (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh individu, organisasi dan sistem terhadap pengadopsian *internet banking* di Negeria. Hasil penelitian tersebut menyebutkan

bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas sistem dan pelayanan terhadap sikap penggunaan *i-banking*. Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H1: Kualitas sistem dan layanan (*System and Service Quality*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

Persepsi Risiko

Artha (2011) yang didasarkan pada Cho (2006) mendefinisikan persepsi risiko sebagai penaksiran para pelanggan secara pribadi terhadap konsekuensi negatif ketika membuat suatu kesalahan dalam transaksi. Olatokun dan Owoeye (2012) yang didasarkan pada Pavlou (2003) menyebutkan bahwa persepsi risiko merupakan potensi kerugian yang diterima atau keadaan yang tidak diharapkan terjadi saat menggunakan *i-banking*. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah menyebutkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi yaitu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012) serta Nazar dan Syahrani (2008). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H2: Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

Reputasi Organisasi

Gaotsi dan Wilson (2001) dalam Probo (2010) menyebutkan bahwa definisi reputasi adalah suatu evaluasi dari semua stakeholder terhadap organisasi selama waktu yang didasarkan atas pengalaman stakeholder dengan organisasi tersebut. Ayo *et al.* (2010) dalam penelitiannya mengusulkan untuk memeriksa persepsi konsumen terhadap *i-banking* di negara Nigeria salah satunya berdasarkan reputasi organisasi. Hal tersebut digunakan sebagai faktor untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap organisasi yaitu bank. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah menyebutkan bahwa reputasi organisasi berpengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi yaitu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012) serta oleh Ayo *et al.* (2010). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H3: Reputasi Organisasi (*Organizational Reputation*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991 dalam Olatokun dan Owoeye, 2012). Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut

akan menggunakannya. Sehingga perspektif kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya (Ramadhani, 2008). Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owwoeye (2012), Kusuma dan Susilowati (2007), dan Ramadhani (2008). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H4: Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

Persepsi Kegunaan

Davis (1989) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Kusuma dan Susilowati (2007) yang mendasarkan pada Chin dan Todd (1995) mengungkapkan bahwa kegunaan yang dimaksud dapat berupa kemanfaatan dengan estimasi satu faktor seperti : pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, meningkatkan produktifitas, mendorong efektifitas serta meningkatkan kinerja pekerjaan. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owwoeye (2012), Ramadhani (2008) dan Wibowo (2007). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H5: Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

Sikap

Jogiyanto (2007) menyebutkan bahwa sikap merupakan jumlah dari afeksasi (perasaan) seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala *evaluative* dua kutub, seperti baik atau jelek; setuju atau menolak; dan sebagainya. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2007) dan Nazar dan Syahrani (2008). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena penelitian ini memerlukan pengujian secara statistik. Penelitian ini juga tergolong pada jenis penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan). Penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan) adalah cara yang menyoroti hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 1995). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menguji pengaruh variabel yang telah dilakukan peneliti terdahulu mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan *electronic banking*.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Strata 1 (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) aktif tahun ajaran 2012/2013 yang berjumlah 1359 mahasiswa (www.siskafeb.ub.ac.id). Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan penelitian (Sugiyono, 2009). Kriteria yang digunakan peneliti dalam memilih sampel adalah mahasiswa strata 1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya aktif pada tahun ajaran 2012/2013 yang pernah atau sedang menggunakan *e-banking*.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1359 mahasiswa. Jumlah sampel yang ditentukan agar dapat menggambarkan populasi adalah dengan cara menggunakan rumus Bungin (2006). Rumus yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Nilai Presisi (dalam penelitian ini ditentukan 90% atau d = 0,1)

Maka berdasarkan rumus di atas diperoleh ukuran sampel :

$$n = \frac{1359}{1359 (0,1)^2 + 1}$$

$$= \frac{1359}{14,59}$$

$$= 93,15$$

$$= 93,15 = 93 \text{ mahasiswa (dibulatkan).}$$

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik pengumpulan data *survey*. Artha (2011) menyebutkan bahwa *survey* adalah kegiatan pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan pada orang-orang dan merekam jawabannya untuk dianalisis. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang bersumber langsung dari respon setiap individu dalam bentuk kuesioner. Kuesioner menurut Sekaran (2006) adalah daftar pertanyaan yang ditulis dan telah dirumuskan sebelumnya untuk kemudian dijawab oleh responden.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner merupakan item pertanyaan yang mendasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas sistem dan layanan, persepsi risiko, reputasi organisasi, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah sikap. Sikap juga merupakan variabel independen terhadap minat penggunaan *e-banking*. Pengukuran indikator variabel menggunakan skala likert tujuh poin.

Evaluasi Model

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 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), yaitu: Evaluasi *outer model* (Model Pengukuran) yang terdiri dari uji validitas variabel (validitas konvergen dan validitas diskriminan), uji reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, evaluasi *inner model* (Model Struktural) yang menggunakan R^2 , dan menggunakan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap path untuk uji signifikansi antar variabel dalam model struktural.

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya aktif tahun ajaran 2012/2013 yang telah dipilih sesuai kriteria yang telah ditentukan. Peneliti menyebarkan kuesioner dalam jangka waktu kurang lebih 2 minggu dan peneliti berhasil menyebarkan 120 kuesioner. Berikut adalah rincian hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1
Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah kuesioner disebar	120
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	5
Kuesioner yang kembali	115
Kuesioner yang digugurkan	22
Kuesioner yang digunakan	93
Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)	96%
Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respon rate</i>)	78%

Sumber : Data Primer (diolah)

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

Tabel 2
Demografi Responden

No.	Komposisi	Jumlah	Presentase
1.	Jenis kelamin		
	Laki-laki	37	39,78
	Perempuan	56	60,22
2.	Usia		
	18 tahun	7	7,53
	19 tahun	12	12,90
	20 tahun	16	17,20
	21 tahun	22	23,66
	22 tahun	32	34,41
3.	Semester		
	Semester dua	15	16,13
	Semester empat	17	18,28
	Semester enam	19	20,43
	Semester delapan	38	40,86
	Semester sepuluh	3	3,23
	Semester dua belas	1	1,08
4.	Lama penggunaan <i>e-banking</i>		
	< 1 tahun	47	50,54
	1 - 3 tahun	43	46,24
	> 3 tahun	3	3,23
5.	Bank yang digunakan		
	BCA	38	40,86
	Mandiri	31	33,33
	BNI	13	13,98
	Lainnya	11	11,83

Sumber : Data Primer (diolah)

Evaluasi Model Pengukuran

Validitas Konvergen. Penilaian dalam pengujian validitas konvergen didasarkan pada tiga parameter, yaitu nilai AVE dan *Communality* yang lebih dari 0,5 ($> 0,5$) dan nilai Faktor *Loading* yang lebih dari 0,7 ($> 0,7$) (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Peneliti melakukan pengolahan data ulang dengan menghapuskan indikator yang tidak memenuhi kriteria *outer model*. Indikator yang dihapuskan adalah indikator pertama dari persepsi kemudahan penggunaan dan indikator keempat dari kualitas sistem dan layanan. Peneliti menghapuskan kedua indikator tersebut karena belum bernilai $> 0,7$ dan masih berada di bawah nilai 0,5. Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 4.8 dan tabel 4.9, diperoleh hasil bahwa nilai AVE dan *Communality* masih bernilai $> 0,5$ dan untuk nilai *outer loading* di masing-masing indikator di setiap konstruk bernilai $> 0,7$ meskipun terdapat beberapa indikator yang bernilai $< 0,7$ namun masih bernilai $> 0,5$ yaitu indikator dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi kegunaan serta kualitas sistem dan layanan. Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2009) untuk *loading* yang bernilai $> 0,5$ tetap dianggap signifikan secara parsial.

Validitas Diskriminan. Tahap selanjutnya setelah mengukur validitas konvergen adalah mengukur validitas diskriminan. Validitas diskriminan dinilai berdasarkan *Cross Loading* yang lebih dari 0,7 dalam satu variabel atau konstruk. Kesimpulan dari hasil tabel 4.10 *Cross Loading* di atas adalah bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi karena setiap indikator pada setiap variabel bernilai $> 0,7$ meskipun terdapat kondisi yang sama dengan penilaian *Faktor Loading* sebelumnya, yaitu terdapat indikator yang bernilai $< 0,7$ namun tetap dianggap valid karena masih mempunyai nilai $> 0,5$.

Validitas Reliabilitas. Setelah melihat dan menilai validitas konstruk dan memperoleh data yang valid, maka langkah selanjutnya peneliti melakukan pengujian terhadap reliabilitas. Dalam uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua metode yaitu a) *Cronbach's Alpha* harus bernilai $> 0,6$ dan b) *Composite Reliability* harus bernilai $> 0,7$ (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data dan hasil pengukuran yang dilakukan dianggap *reliable*.

Evaluasi Model Struktural

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan ukuran *Goodness of Fit* (GOF) untuk konstruk dependen serta nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk menguji signifikansi antar variabel dalam model struktural. Selanjutnya *Goodness of Fit* (GOF) dalam penelitian ini dapat dihitung dengan perhitungan berikut.

$$\begin{aligned}
\text{Goodness of Fit (GOF)} &= \sum \sqrt{\text{Communality}} \times R^2 \\
&= (\sqrt{0,635437} \times 0,788037) + (\sqrt{0,671317} \times 0,426711) \\
&= 0,628178 + 0,349621 = 0,977799
\end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan *Goodness of Fit* (GOF) di atas, dihasilkan nilai sebesar 0,977799. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel dependen yang terdiri dari kualitas sistem dan layanan, persepsi risiko, reputasi organisasi, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dapat menjelaskan 97% dari sikap dan minat penggunaan *e-banking* sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah baik. Setelah melakukan pengujian *Goodness of Fit* (GOF), selanjutnya dilakukan adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path*. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil pengolahan data berupa Tabel 3 yang telah valid berikut ini.

Tabel 3
Tabel Total Efek

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ATT -> IT	0.653231	0.654826	0.092308	0.092308	7.076620
OR -> ATT	0.173586	0.168043	0.049172	0.049172	3.530216
PEOU -> ATT	0.103387	0.102965	0.063067	0.063067	1.639334
PR -> ATT	0.218473	0.228444	0.067315	0.067315	3.245549
PU -> ATT	0.253861	0.249329	0.089632	0.089632	2.832250
SSQ -> ATT	0.416928	0.410802	0.075953	0.075953	5.489266

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, IT : minat, OR: reputasi organisasi, PEOU: persepsi kemudahan penggunaan, PR: persepsi risiko, PU: persepsi kegunaan, SSQ: kualitas sistem dan layanan

1. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel kualitas sistem dan layanan (SSQ) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Dari tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel kualitas sistem dan layanan terhadap sikap penggunaan *e-banking* adalah sebesar 5,489266 atau bernilai $\geq 1,96$, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem dan layanan (SSQ) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012).

Begitu banyaknya bank di Indonesia yang menyediakan layanan *e-banking* menjadikan nasabah untuk membuat suatu penilaian mengenai kualitas sistem

dan layanan *e-banking* dari bank-bank tersebut. Hal ini membuat kualitas sistem dan layanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Salah satu faktor yang membuat masih rendahnya minat nasabah di Indonesia untuk menggunakan layanan *e-banking* adalah belum meratanya kualitas layanan *e-banking* (Prihtiyani, 2012). Monalisa dan Suryani (2013) menyatakan bahwa kualitas *e-banking* memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank. Argumentasi logis yang dapat digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian ini adalah terkait dengan tingkat pendidikan mahasiswa sebagai responden yang telah memiliki. Mahasiswa sebagai nasabah bank telah cukup bijak dalam menilai kualitas sistem dan layanan *e-banking* pada suatu bank, sehingga hal tersebut mempengaruhi sikap mereka dalam menggunakan *e-banking*.

2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel persepsi risiko (PR) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Dari tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel persepsi risiko (PR) terhadap sikap penggunaan *e-banking* adalah sebesar 3,245549 atau bernilai $\geq 1,96$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko (PR) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012) serta Nazar dan Syahrani (2008), namun tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artha (2011).

Kondisi masyarakat di Indonesia yang cenderung belum tertarik menggunakan layanan *self service*. Hal tersebut dapat mempengaruhi masyarakat Indonesia sebagai nasabah dalam menggunakan *e-banking*, sebab nasabah tidak begitu saja percaya terhadap teknologi *e-banking* yang disediakan bank. Nasabah akan memperhatikan dan memperhitungkan risiko-risiko yang mungkin timbul akibat dari penggunaan *e-banking* yang mereka lakukan. Dalam penelitian ini, responden sebagai masyarakat Indonesia juga memperhatikan faktor risiko apabila menggunakan *e-banking* dalam bertransaksi perbankan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin banyak informasi yang dapat diketahui individu mengenai *e-banking* yang bersifat positif, maka semakin kecil risiko yang dirasakan sehingga hal ini mengakibatkan semakin besar kemungkinan individu melakukan transaksi *e-banking*.

3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel reputasi organisasi (OR) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel reputasi organisasi (OR)

terhadap sikap penggunaan *e-banking* adalah sebesar 3,530216 atau bernilai $\geq 1,96$, hal ini menunjukkan bahwa reputasi organisasi (OR) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012) serta oleh Ayo *et al.* (2010).

Apabila nasabah telah mengetahui adanya publikasi negatif yang terkait dengan kegiatan usaha bank atau persepsi negatif terhadap bank, maka hal tersebut dapat mempengaruhi sikap nasabah termasuk dalam hal sikap penggunaan *e-banking*. Menurut hasil survei BRRM Nielsen, reputasi bank memiliki peran penting dalam pikiran konsumen dan merupakan salah satu faktor kunci konsumen memilih menggunakan *e-banking* (Bratahdarma, 2012). Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa keberadaan *e-banking* akan mengakibatkan adanya perubahan cara responden yaitu mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya aktif pada tahun ajaran 2012/2013 dalam melakukan transaksi perbankan. Namun responden tetap memperhitungkan reputasi bank, karena reputasi yang baik dapat menghasilkan persepsi bahwa kinerja bank selama ini dapat diandalkan, termasuk kualitas sistem dan layanan *e-banking*.

4. Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap penggunaan *e-banking* adalah sebesar 1,639334 atau bernilai $\leq 1,96$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 tidak didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2007) dan Artha (2011).

Peneliti menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini dapat disebabkan karena kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh layanan *e-banking* bukanlah merupakan faktor utama dalam menentukan sikap nasabah untuk menggunakan *e-banking*. Layanan *e-banking* terdiri dari *phone banking*, *SMS banking*, *m-banking* dan *internet banking* yang memerlukan alat pendukung yaitu telepon rumah, telepon selular, laptop atau PC dan koneksi internet. Responden (mahasiswa) telah terbiasa menggunakan alat-alat tersebut baik untuk berkomunikasi, alat pencari data, game online, sebagai sarana hiburan seperti situs pertemanan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu responden tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam menggunakan *e-banking*. Selain hal di atas, layanan *e-banking* digunakan oleh responden bukan karena

kemudahan penggunaan yang diterima namun lebih karena kebutuhan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*.

5. Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan (PU) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel persepsi kegunaan (PU) terhadap sikap penggunaan *e-banking* adalah sebesar 2,832250 atau bernilai $\geq 1,96$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (PU) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 5 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Olatokun dan Owoeye (2012), Ramadhani (2008) dan Wibowo (2007), namun tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artha (2011) serta oleh Kusuma dan Susilowati (2007).

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa yang berpendidikan dan berpengetahuan, sehingga responden telah cukup bijak memahami tentang manfaat *e-banking*. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang dikenal dengan keaktifan dan kemandirian sehingga proses kebiasaan *self service* mungkin dapat berkembang. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa adalah generasi muda yang mengenyam pendidikan mungkin di luar kota tempat tinggal mereka. Dengan demikian secara otomatis responden akan memperhatikan faktor manfaat yang diterima apabila menggunakan *e-banking*.

Ketika individu merasakan manfaat yang tinggi setelah menggunakan layanan *e-banking*, maka akan dapat mengurangi ketidakpuasan yang akan timbul dan pada akhirnya dapat meningkatkan penggunaan *e-banking*. Oleh karena itu, pihak bank harus bisa benar-benar menjaga nilai manfaat yang terdapat pada layanan tersebut.

6. Hipotesis 6

Hipotesis 6 menyatakan bahwa sikap (ATT) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking*. Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistic* dari variabel sikap (ATT) terhadap minat penggunaan *e-banking* adalah sebesar 7,076620 atau bernilai $\geq 1,96$, hal ini menunjukkan bahwa persepsi sikap (ATT) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 6 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2007) dan Nazar dan Syahrani (2008). Kedua penelitian tersebut menunjukkan hasil yang sama.

Sebelum individu memutuskan untuk menerima penggunaan *e-banking*, maka pembentukan positif terhadap sikap awal terhadap teknologi harus dilakukan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan

bahwa terjadinya minat mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya aktif pada tahun ajaran 2012/2013 dalam penggunaan layanan *e-banking* diawali dan dipengaruhi oleh pembentukan sikap terhadap layanan tersebut. Semakin banyak informasi yang diperoleh mengenai *e-banking* maka akan membentuk sikap positif ataupun negatif, dan pada akhirnya sikap tersebut mempengaruhi minat responden untuk menggunakan *e-banking*.

PENUTUP

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah minat (IT) penggunaan *e-banking* dipengaruhi oleh sikap (ATT), sedangkan sikap (ATT) penggunaan *e-banking* ditentukan oleh kualitas sistem dan layanan (SSQ), persepsi risiko (PR), reputasi organisasi (OR), dan persepsi kegunaan (PU), Hasil ini konsisten dengan hasil studi beberapa peneliti lain yaitu Olatokun dan Owoeye (2012), Nazar dan Syahrani (2008), Ayo *et al.* (2010), Ramadhani (2008) dan Wibowo (2007). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-banking*. Hasil ini konsisten dengan hasil studi beberapa peneliti lain yaitu Wibowo (2008) dan Artha (2011).

Terlepas dari keterbatasan, penelitian ini dapat memberikan masukan bagi sektor perbankan agar dalam pengadaan layanan *e-banking* lebih memperhatikan sikap, kualitas sistem dan layanan, persepsi risiko, reputasi organisasi, dan persepsi kegunaan. Hal tersebut dikarenakan minat individu atau nasabah terhadap penggunaan *e-banking* dipengaruhi oleh sikap individu tersebut, sedangkan sikap tersebut ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu kualitas sistem dan layanan, persepsi risiko, reputasi organisasi dan persepsi kegunaan terhadap layanan *e-banking* yang ditawarkan. Hal ini bertujuan agar layanan *e-banking* dapat dimanfaatkan oleh nasabah dengan maksimal sehingga dapat menunjang dan mempermudah pekerjaannya, sekaligus memberikan keuntungan bagi pihak perbankan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, objek penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, sehingga tidak dapat mewakili penggunaan *electronic banking* individu dengan jangkauan wilayah yang lebih luas. Sebaiknya penelitian berikutnya dilakukan dengan wilayah sebaran yang lebih luas agar hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi. Kedua, Indikator konstruk mengalami pengalih bahasaan sehingga dikawatirkan responden memiliki persepsi yang berbeda terhadap persepsi peneliti mengenai pernyataan indikator setiap konstruk dalam kuesioner. Ketiga, Penelitian ini dilakukan tidak fokus pada layanan *e-banking* pada suatu bank tertentu. Padahal

setiap bank mempunyai karakteristik tersendiri dalam hal penyediaan layanan *e-banking* kepada nasabah. Oleh sebab itu peneliti berikutnya sebaiknya lebih memfokuskan penelitian terhadap karakteristik satu jenis bank saja agar hasil penelitian yang diperoleh dapat mencerminkan kesetaraan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Hanudin., Ricardo Baba., dan Mohd Zulkifli Muhammad. 2006. An Analysis of Mobile Banking Acceptance by Malaysian Customers. *Sunway Academic Journal* 4. Universiti Malaysia Sabah.
- Atorf, Nasser dkk. 2002. *Internet Banking di Indonesia. Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 1. Juni 2002.
- Ayo, C.K., J.O. Adewoye, dan A.A. Oni. 2010. The State of e-Banking Implementation in Nigeria: A Post-Consolidation Review. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*. (JETEMS) 1, (1): 37-45.
- Bharati, P. and A. Chaudhury 2006. Product Customization on the Web: An Empirical Study of Factors Impacting Choiceboard User Satisfaction. *Information Resources Management Journal*, Vol. 19 No. 2, pp. 69-81.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cho, V. 2006. A study of the roles of trusts and risks in information-oriented online legal services using an integrated model. *Information & Management*. Vol. 43 502–520.
- Cooper, Donald R and C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga: Jakarta.
- Davis, Fred. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance if information technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 Iss. 3, pp. 319-340.
- Ferdiansyah, Irvan dan Putu Wuri Handayani. 2011. Penentuan CSF pada Website Internet Banking Ditinjau dari Aspek Kebutuhan Pengguna sebagai Nasabah Individual dengan Studi Kasus BCA, Bank Mandiri, dan BNI. *Journal of Information Systems*. Vol.7 Iss. 1. April 2011.
- Gan, C., M. Clemens, V. Limsombunchai, dan A. Weng. 2006. A logit analysis of electronic banking in New Zealand. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 24 No. 6, hal. 360-383.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit UNDIP: Semarang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto dan Willy Abdillah. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. BPFE: Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. ANDI: Yogyakarta.
- Kusuma, Hadri dan Dwi Susilowati. 2007. Determinan Pengadopsian Layanan *Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta*. *JAAI*. Volume 11 No. 2, Desember 2007: 125-139. Diakses pada tanggal 22 November 2012.
- 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, Mei 2006: 35-51.

- Mariana, Novita. 2006. Pengukur-Pengukur Kesuksesan Sistem Informasi Eksekutif. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. Vol. XI no.1.
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 21 (1), 5. 15 April 2013. [http://proquest.umi.com/pqdweb?did=289865501Fmt=4&clientId=46969&ROT=309&Vname=PQD\(Proquest\)database](http://proquest.umi.com/pqdweb?did=289865501Fmt=4&clientId=46969&ROT=309&Vname=PQD(Proquest)database)
- Nachrowi, Djalal Nachrowi dan Hardius Usman. 2005. *Penggunaan Teknik Ekonometri* (1 ed. Vol. 1). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nor, K.M. and J.M. Pearson. 2007. The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 12 No. 2, 2007.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Probo, R.A Marlien. 2010. Pengaruh Reputasi, Privasi, dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna Internet di Semarang dalam Sistem *E-Commerce*. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 14 No. 2, hlm. 92-99.
- Riasetiawan, M. 2006. Tinjauan Teoritis Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*. UGM. Yogyakarta.
- Saputro, Edy Purwo dan Fereshti Nurdiana Dihan. 2009. Teknologi Berbasis layanan Mandiri Untuk Kasus *E-Banking*. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 13 No. 2. Hlm. 107-129.
- Sarosa, Samiaji. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Grasindo.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Salemba Empat: Jakarta.
- Singarimbuan, Masri dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Penerbit LP3ES: Jakarta.
- Sugiarto, Agung. 2012. Adopsi *Internet Banking* bagi Keunggulan Performa Perbankan: Sebuah Studi Sektor Perbankan di Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 4 No. 1. pp. 13-19.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharini, Mieke. 2008. Persepsi Nasabah terhadap Penerimaan Sistem Layanan Produk dan Jasa *E-Banking*. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Administrasi dan Organisasi*. Vol. 15 No. 3. pp. 168-177.
- Sujianto, A. E. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Tan, Margaret dan Thompson Teo. 2000. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. *Journal of the Association for Information Systems*, (5). Vol.1. pp. 1-42.
- Wilkinson, Cerullo, Raval, dan Wong-On-Wing. 2000. *Accounting Information System*. John Wiley and Sons, Inc.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank

- dalam Menggunakan *Internet Banking*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Artha, Ulie. 2011. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan *E-Commerce*. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Darudiato, Suparto. 2007. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi PT. Maju Bersama (Studi Kasus: Penjualan dan Piutang Usaha). *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2007 (SNATI 2007)*, Yogyakarta, 16 Juni 2007.
- Davis, Fred. D. 1986. A technology acceptance model for empirically testing new end user information system: Theory and results. *Unpublished doctoral dissertation*. Massachusetts Institute of Technology.
- Dwityanti, Esthi. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan *Internet Banking* Mandiri. *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Elvandari, Dita Septi. 2011. Adaptasi Model Delone dan Mclean yang Dimodifikasi Guna Menguji Keberhasilan Implementasi Aplikasi Operasional Bank Bagi Individu Pengguna: Studi Empiris pada Bank Umum di Kota Semarang. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Handayani, Rini. 2005. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi. *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kurnia, Sherah dan Ai-Wen Chien. 2003. The Accaptance of Online Grocery Shopping. *16th Bled eCommerce Conference eTransformation Bled, Slovenia, June 9-11, 2003*.
- Mohamad, Karnoto. 2011. "Teknologi Bergerak Untuk *Brachless Banking*". dalam *Infobank*, Edisi Khusus, hal. 22-23. Jakarta: PT. Infoarta Pratama.
- Monalisa, Siti dan Erma Suryani. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank dengan Menggunakan Sistem Dinamik. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVII, Program Studi MMT-ITS, Surabaya 2 Februari 2013*.
- Mudjiati, Johanna. 2008. Studi Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Nazar, M.R dan Syahrhan. 2008. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara *Online*. Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Olatokun, Wole and Olalekan Joseph Owoeye. 2012. Influence of Individual, Organizational and System Factors on Attitude of Online Banking Users.

Africa Regional Centre for Information Science (ARCIS), University of Ibadan at Nigeria. Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE).

- Olawepo, Gabriel Tejumola dan Paul Ayobami Akanbi. Tanpa Tahun. An Empirical Investigation into Factors Influencing the Adoption of Internet Banking among Undergraduate Students in Nigeria. Department of Business Administration, Faculty of Social and Management Sciences. Oyo State Nigeria.
- Radityo, Dody dan Zulaikha. 2007. Pengujian Model Delone and Mclean dalam Pengembangan Sistem Informasi Manajemen (Kajian Sebuah Kasus). *Simposium Nasional Akuntansi X Unhas Makassar 26-28 Juli 2007.*
- Rahma, Suci Adinda. 2012. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit pada PT. Baskoro Kreasindo Utama. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Ramadhani, Risna. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking di Semarang: Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Ratnawati, A.A.Wahyu. 2012. Aplikasi *SMS Banking* pada Bank DKI Capem Universitas Gunadarma dengan J2SDK, PHP, MySQL. Universitas Gunadarma.
- Septema, Annilia. 2013. Perancangan Sistem Informasi Akuntansi atas Siklus pengeluaran pada Hotel Mutiara di Boyolali. Universitas Gunadarma.
- Soetarto dan M. Nasir. 2008. Tehnologi *E-Banking* di Kalangan *Smart Customer*: Kasus di Kota Solo. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Solo.
- 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.
- Wijayanti, Ratih. 2009. Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan *Internet Banking* (Studi Empiris terhadap Nasabah Bank di Depok). *Skripsi*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gunadarma.
- Agustiawan, Yosi dan Vidayana Subagyo. 2011. Kajian Penerimaan E-Learning Siswa RSBI dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk Meningkatkan Mutu Siswa SMA di Daerah (Studi Kasus RSBI Kab. Jombang). <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/4/4>. Diakses pada tanggal 3 Desember 2012.
- Harmadi, Ashur dan Hermana, Budi. 2005. Analisis Karakteristik Individu dan Perilaku Pengguna *Internet Banking*: Reliabilitas dan Validitas Instrumen Pengukuran. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2005 (SNATI 2005), Yogyakarta, 18 Juni 2005.*
- Haryono, Kholid. 2011. Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Daerah yang Berorientasi pada Kemandirian Audit. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2011 (SNATI 2011). Yogyakarta, 17-18 Juni 2011.*

- Kominfo. 2011. *Indikator TIK Indonesia 2011*. Jakarta: Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kurniasih, Apriyani. 2011. "Mengakses Bank Lewat Dunia Maya". dalam *Infobank*, Edisi Khusus, hal. 112-113. Jakarta: PT. Infoarta Pratama.
- Puspito, Harry. 2011. "E-Channel Terus Berkembang". dalam *Infobank*, Edisi Khusus, hal. 72-74. Jakarta: PT. Infoarta Pratama.
- Wiriyosukarto, Darto. 2011. "Terdepan di ATM". dalam *Infobank*, Edisi Khusus, hal. 128-129. Jakarta: PT. Infoarta Pratama.
- Anonim. 2012. Mengenal *Electronic Banking*. <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/24CDE8AA-F4F1-4523-9FCE-7F92A5A96DC6/1490/MengenalElectronicBanking.pdf>. Diakses pada tanggal 16 November 2012.
- Bratahdarma, Angga. 2012. Reputasi dan Akses Cepat Faktor Penting Memilih Internet Banking. <http://www.infobanknews.com/2012/05/reputasi-dan-akses-cepat-faktor-penting-memilih-internet-banking/>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2013.
- Kusumah, 2009. Apakah Minat itu?. <http://edukasi.kompasiana.com/2009/12/16/apakah-minat-itu-38700.html>. Diakses pada tanggal 22 Juli 2012.
- Mulyawan, Dimas. 2012. Teknologi Branchless Banking Jalan Tengah Bank Nasabah. <http://wartaekonomi.co.id/berita5599/teknologi-branchless-banking-jalan-tengah-banknasabah.html>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2013.
- Prihtiyani, Eny. 2012. Memaksimalkan Internet Banking. <http://nasional.kompas.com/read/2012/09/25/09282361/Memaksimalkan.Internet.Banking>. Diakses pada tanggal 16 Desember 2012.
- Rahardjo, Budi. 2001. Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking. <http://budi.insan.co.id/presentation/internet-banking-bi.pdf>. Diakses pada tanggal 24 November 2012.
- Ranking Web of Universities. 2012. Webometrics Ranking of World Universities. http://www.webometrics.info/en/Asia_Pacific/South%20East%20Asia. Diakses pada tanggal 10 September 2012.
- SISKA FEUB. 2012. Daftar Mahasiswa Aktif Semester Ganjil 2012/2013. <http://siskafeb.ub.ac.id/forms/daftarmhsaktif.php>. Diakses pada tanggal 29 Desember 2012.

SSQ6							0.585461
SSQ7							0.621860
SSQ8							0.689249
SSQ9							0.664631

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, IT : minat, OR: reputasi organisasi, PEOU: persepsi kemudahan penggunaan, PR: persepsi risiko, PU: persepsi kegunaan, SSQ: kualitas sistem dan layanan

Tabel Cross Loading

	ATT	IT	OR	PEOU	PR	PU	SSQ
ATT1	0.722466	0.485078	0.232723	0.437118	0.454483	0.639601	0.462570
ATT2	0.870036	0.505500	0.291702	0.333684	0.485799	0.630408	0.684728
ATT3	0.813060	0.518708	0.354251	0.339022	0.493720	0.509630	0.843628
ATT4	0.765734	0.553943	0.479882	0.278098	0.509389	0.530816	0.477999
ATT5	0.806752	0.539158	0.259889	0.520642	0.768976	0.685519	0.623642
IT1	0.578860	0.847075	0.257220	0.301581	0.449782	0.521719	0.612213
IT2	0.543795	0.705384	0.249953	0.233317	0.457512	0.434232	0.470320
IT3	0.411100	0.787119	0.072834	0.105882	0.349029	0.530129	0.356899
IT4	0.571778	0.922286	0.226310	0.285714	0.508966	0.562958	0.548716
OR1	0.407631	0.277583	0.940291	0.270779	0.175372	0.186868	0.260590
OR2	0.337461	0.191910	0.911570	0.251684	0.174761	0.253848	0.185100
PEOU2	0.477865	0.203721	0.359462	0.833841	0.303478	0.395381	0.373494
PEOU3	0.280553	0.190771	0.212859	0.757508	0.302306	0.264146	0.118529
PEOU4	0.422804	0.355286	0.193996	0.842495	0.365983	0.402504	0.379050
PEOU5	0.215951	0.118003	-0.001260	0.652403	0.211275	0.112892	-0.019131
PR1	0.332309	0.362266	0.040329	0.177367	0.801029	0.354992	0.332206
PR2	0.310324	0.337686	-0.002361	0.113801	0.709812	0.280973	0.251204
PR3	0.270005	0.231315	0.140615	0.117113	0.620214	0.303082	0.264050
PR4	0.806752	0.539158	0.259889	0.520642	0.768976	0.685519	0.623642
PR5	0.249391	0.271965	0.050163	0.060184	0.683547	0.295510	0.208726
PU1	0.438873	0.480260	0.118631	0.411492	0.439914	0.694640	0.323223
PU2	0.545981	0.503972	0.192407	0.338907	0.539787	0.706355	0.689249
PU3	0.424483	0.379718	0.160777	0.104242	0.304602	0.660328	0.267037
PU4	0.732049	0.487525	0.206196	0.346377	0.544982	0.868392	0.588985
SSQ1	0.722530	0.544555	0.226177	0.273922	0.441390	0.467755	0.907401
SSQ2	0.668551	0.489779	0.189218	0.224164	0.425253	0.437662	0.864948
SSQ3	0.693657	0.493035	0.229146	0.243829	0.383990	0.454988	0.851703
SSQ5	0.730802	0.558662	0.230500	0.257650	0.455776	0.486006	0.917704
SSQ6	0.441975	0.265840	0.099412	0.262126	0.382813	0.504124	0.585461
SSQ7	0.474297	0.452311	0.110036	0.206059	0.474097	0.562575	0.621860
SSQ8	0.545981	0.503972	0.192407	0.338907	0.539787	0.706355	0.689249
SSQ9	0.492095	0.509580	0.198472	0.288355	0.456939	0.620853	0.664631

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, IT : minat, OR: reputasi organisasi, PEOU: persepsi kemudahan penggunaan, PR: persepsi risiko, PU: persepsi kegunaan, SSQ: kualitas sistem dan layanan