

ANALISIS PERILAKU INDIVIDU DALAM PENERIMAAN SISTEM BERBASIS *INTERNET BANKING*

Oleh :

Vergiawan Septianto Dwi Saputra

Pembimbing:

Prof. Eko Ganis S, SE., M.Com-Hons., CSRS., Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku individu dalam penerimaan untuk menggunakan layanan *internet banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan model interaktif. Peneliti mengambil enam nasabah bank yang menggunakan *internet banking* dalam menjalankan aktivitas perbankannya di Kota Malang sebagai obyek penelitian. Gambaran ini diperoleh melalui wawancara langsung terhadap objek penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar para responden memiliki kepercayaan terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh *internet banking* yang terkait dengan jaminan keamanan transaksi yang dilakukan dan adanya jaminan dari bank yang bersangkutan. Berdasarkan persepsi kegunaannya, *internet banking* dapat memberikan kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dari segi persepsi kemudahan, *internet banking* menunjukkan adanya kemudahan dalam proses pengoperasian dan mendapatkan informasi yang jelas. Sikap pengguna *internet banking* menunjukkan bahwa selama ini responden puas dengan fasilitas yang ditawarkan karena memberikan dukungan atas transaksi yang dilakukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa para responden tetap memiliki minat dalam menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh *internet banking*. Bagi pengguna *internet banking* disarankan untuk lebih berhati-hati dan teliti dalam proses transaksi dengan menggunakan *internet banking* dan menggunakan provider atau jaringan internet yang terpercaya sehingga aktivitas perbankan dapat dilakukan secara optimal.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, sikap, minat, *Internet Banking*, Kota Malang.

PENDAHULUAN

Internet banking pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an di mana lembaga keuangan di Amerika Serikat memperkenalkan dan mempromosikan internet banking untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik (Chan and Lu, 2004). Al-Somali *et al.* (2008) menyebutkan bahwa *internet banking* adalah cara dimana nasabah dapat melakukan transaksi keuangan mereka secara elektronik melalui internet, komputer pribadi ataupun laptop dengan waktu yang sesuai dengan keinginan mereka, tanpa harus dibatasi waktunya. Pelayanan *internet banking* meliputi aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer dana antar rekening atau antar bank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti: listrik, telepon, kartu kredit, dan lain sebagainya. Dengan beraneka ragamnya pelayanan *internet banking* ini maka semakin berkembang juga perkembangan pengguna internet.

Berdasarkan artikel yang dituliskan oleh Sharing Vision (2012) terdapat beberapa gambaran pengguna *internet banking* di Indonesia dengan perhitungan lima bank sebagai patokan utama yaitu Bank BCA, Bank BNI, Bank Mandiri, CIMB Niaga, dan Bank BRI. Terdapat 2,8 juta jumlah pengguna *internet banking* dari bank BCA, 582 ribu pada bank BNI, 22,8 juta jumlah transaksi pada Bank Mandiri, 600 ribu pengguna *internet banking* CIMB Niaga dan 25 ribu pengguna *internet banking* dari bank BRI. Survei tersebut dilakukan oleh Sharing Vision pada periode 2011-2012.

Secara garis besar, banyak keuntungan yang akan diperoleh dengan memanfaatkan *internet banking* bagi penggunanya terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *internet banking* dapat dilakukan di mana saja sepanjang penggunanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *internet banking* tersebut. Dengan hadirnya *internet banking* tidak hanya penggunanya saja yang mendapatkan manfaat melainkan juga menciptakan manfaat yang lain bagi bank, yakni meningkatkan pendapatan berbasis komisi atau biaya (*fee based income*). Sebagian besar *fee* berasal dari layanan transaksi yang ditawarkan *internet banking*. Selain itu biaya operasional juga menjadi sangat murah dibandingkan dengan biaya transaksi melalui kantor

cabang, biaya di cabang relatif lebih besar karena untuk membayar karyawan, pengamanan, listrik, dan biaya sewa gedung (www.denisuryana.wordpress.com).

Dengan berbagai manfaat yang diciptakan *internet banking*, tentunya para pengguna *internet banking* dari tahun ke tahun akan semakin meningkat. Namun fasilitas ini tidak sepenuhnya digunakan oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia masih menyukai untuk melakukan transaksi secara manual. Pihak bank dalam mempromosikan *internet banking* menyebutkan bahwa kecilnya resiko yang akan muncul, tapi apabila diselidiki lebih lanjut layanan ini juga mempunyai resiko yang dapat menurunkan minat pengguna layanan *internet banking*. Pihak perbankan sendiri perlu untuk mengkaji ulang dan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperbaiki layanan ini.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku individu dalam penerimaan *internet banking*. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2002). Suh dan Han (2002) melakukan penelitian tentang beberapa persepsi dan kepercayaan yang mempengaruhi sikap dan minat diadopsinya *internet banking* di negara Korea Selatan. Peneliti melakukan penelitian yang sama namun peneliti menggunakan jenis penelitian yang berbeda yaitu analisis kualitatif, dikarenakan peneliti ingin mengetahui alasan mendalam dari pengguna *internet banking* terhadap layanan tersebut. Apabila penelitian sebelumnya meneliti negara Korea Selatan, maka peneliti ingin melakukan penelitian di Indonesia tepatnya di Kota Malang. Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena sesuai dengan domisili peneliti. Peneliti ingin membuktikan pula apakah hasil dari penelitian pendahulu dapat menghasilkan kesimpulan yang sama dengan waktu dan kondisi yang berbeda.

RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut: 1) Bagaimanakah kepercayaan penggunaan *internet banking*? 2) Bagaimanakah persepsi kegunaan

internet banking? 3) Bagaimanakah persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*? 4) Bagaimanakah sikap pengguna *internet banking*? 5) Bagaimanakah minat pengguna dalam menggunakan *internet banking*?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil empiris dan menjelaskan secara empiris beberapa hal, seperti: 1) Untuk menganalisis kepercayaan penggunaan *internet banking*. 2) Untuk menganalisis persepsi kegunaan *internet banking*. 3) Untuk menganalisis persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*. 4) Untuk menganalisis sikap pengguna *internet banking*. 5) Untuk menganalisis minat pengguna dalam menggunakan *internet banking*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada pengguna *internet banking* di Kota Malang. Penelitian ini menjelaskan fenomena-fenomena sosial yang ada dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Metode penelitian ini akan membahas dan menganalisis masalah berdasarkan kondisi yang sebenarnya yang terjadi di objek penelitian. Data yang diperoleh selama penelitian akan diolah, dianalisis, diproses lebih lanjut dengan dasar teori yang ada dan telah dipelajari. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2011), penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik yaitu dilakukan pada kondisi yang alamiah, bersifat deskriptif, menekankan pada proses, analisis data secara induktif, serta lebih menekankan pada makna. Penelitian deskriptif menurut Sekaran (2006) adalah penelitian untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah memberikan sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari

perspektif seseorang, organisasi, ataupun orientasi industri kepada peneliti. Pada dasarnya penelitian deskriptif akan menguraikan karakteristik mengenai suatu keadaan pada waktu tertentu (Supranto, 1997). Pelaksanaan penelitian dengan menggunakan pendekatan studi kasus merupakan penelitian tentang suatu subyek penelitian (individu, kelompok, lembaga atau masyarakat) yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan obyek tersebut. Studi kasus yang bersifat kualitatif berguna untuk menerapkan solusi pada pemecahan pada masa lalu. Hal tersebut juga berguna dalam memahami fenomena tertentu dan menghasilkan teori lebih lanjut untuk penilaian empiris dalam hal ini mengenai analisis perilaku individu dalam penerimaan sistem berbasis *internet banking*.

Objek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun objek yang penulis teliti adalah nasabah bank yang menggunakan *internet banking* dalam menjalankan aktivitas perbankannya. *Internet banking* tersebut dipilih karena objek penelitian merupakan nasabah bank yang pada umumnya ingin memudahkan aktivitas perbankannya dengan menggunakan jaringan internet. Kota Malang dipilih menjadi lokasi penelitian karena lokasinya yang sama dengan domisili penulis dan karena penulis mengamati semakin banyak fasilitas jaringan internet dan jasa layanan *internet banking* yang ditawarkan di Kota Malang. Karena itu, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap lima nasabah bank di Kota Malang yang menggunakan jasa layanan *internet banking* dalam melakukan aktivitas perbankannya.

Agar lebih spesifik dalam melakukan penelitian, penulis menetapkan fokus penelitian sebagai berikut: a) Menganalisa kepercayaan penggunaan *internet banking*. b) Menganalisa pengaruh persepsi kegunaan *internet banking*. c) Menganalisa persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*. d) Menganalisa sikap pengguna *internet banking*. e) Menganalisa minat pengguna dalam menggunakan *internet banking*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro dan

Supomo, 2009). Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti menggunakan alat bantu daftar pertanyaan.

Setelah data-data diperoleh, maka data tersebut selanjutnya diolah kemudian dilakukan analisis. Analisis data adalah cara atau langkah-langkah untuk mengelola data primer maupun data sekunder, yang bermanfaat bagi penelitian guna mencapai tujuan akhir penelitian. Teknik analisis data merupakan proses pengorganisasian dan pengaturan secara sistematis data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan dan hipotesis kerja seperti yang disarankan data dan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut untuk dipresentasikan kepada orang lain (Moleong, 2004). Sesuai dengan jenis dan metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif. *Miles dan Huberman (1994)* menyebutkan bahwa dalam analisa data kualitatif dengan model interaktif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka.

Berdasarkan teori *Milles dan Huberman (1994)* maka tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Membuat pertanyaan untuk wawancara dengan responden. 2) Melakukan wawancara kepada pengguna *internet banking* dengan alat bantu daftar pertanyaan. 3) Mereduksi hasil wawancara dengan memilih data-data yang penting dan memfokuskan pada hal-hal yang pokok. 4) Melakukan penelitian dan pembahasan dengan menggunakan hasil dari wawancara. Analisis yang dilakukan adalah analisis kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap penerimaan penggunaan sistem *internet banking*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepercayaan penggunaan *internet banking*

Kepercayaan pada dasarnya dapat terbentuk apabila seseorang dapat menanggung risiko yang akan diterima serta segala bentuk konsekuensinya

atas keputusan yang telah dipilih, dalam hal ini mengenai penggunaan *internet banking* untuk mendukung aktivitas yang dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam menggunakan *internet banking* para responden menyatakan memiliki kepercayaan terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh *internet banking*. Bentuk kepercayaan ini terkait erat dengan jaminan keamanan transaksi yang dilakukan. Berbagai permasalahan yang terkait dengan transaksi yang dilakukan misalnya masalah *cyber crime* tidak mengurangi tingkat kepercayaan responden dalam menggunakan *internet banking*. Adanya jaminan dari bank juga menjadi indikator tingkat kepercayaan responden dalam menggunakan *internet banking*. Kepercayaan ini terbentuk karena adanya kepercayaan responden dalam menggunakan fasilitas yang ditawarkan, jaminan atas kemudahan dalam melakukan transaksi dapat menjadikan para responden tetap menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh fasilitas *internet banking*. Para responden tidak terlalu mempermasalahkan terkait dengan adanya permasalahan dalam menjalankan aktivitas transaksi yang dilakukan.

Kepercayaan juga dapat dipertimbangkan tingkah laku membeli seseorang. Kepercayaan ini berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), atau kepercayaan yang mengandung unsur perasaan. Kepercayaan menyebabkan orang berperilaku secara tetap terhadap suatu objek yang sama. Semakin positif sikap individu terhadap penggunaan *internet banking*, semakin kuat niat individu untuk menggunakan fasilitas tersebut. Oleh karena itu informan harus memiliki hal yang mendasar dalam melakukan pembelian melalui *internet* yaitu memiliki kepercayaan yang tinggi. Secara umum, semakin percaya seseorang dengan *internet*, semakin positif sikap mereka tentang pembelian melalui *internet*. Sikap positif terhadap pembelian melalui *internet* seharusnya memiliki pengaruh positif pada niat individu untuk melakukan pembelian melalui *internet*.

Kepercayaan yang dimiliki responden menunjukkan bahwa responden benar-benar memahami atas keunggulan dari fasilitas *internet banking* sehingga aktivitas kegiatan yang dilakukan dapat dilakukan sesuai dengan

harapan dan keinginan para responden. Kepercayaan para responden dimiliki karena melalui transaksi dengan menggunakan media tersebut para responden mendapatkan jaminan atas keamanan yang akan diterima ketika transaksi dilakukan. Hasil penelitian didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Lau dan Lee (1999) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Faktor kepercayaan ini erat kaitannya dengan persepsi risiko, karena seseorang tidak akan mempercayai suatu hal apabila merasa bahwa risiko yang masih mungkin terjadi cukup besar.

Kepercayaan merupakan gambaran dari suatu tindakan kognitif, afektif dan konatif (Nazar dan Syahrani, 2008). Faktor kepercayaan ini erat kaitannya dengan persepsi risiko, karena seseorang tidak akan mempercayai suatu hal apabila merasa bahwa risiko yang masih mungkin terjadi cukup besar. Selanjutnya menurut Suh dan Han (2002) pada dasarnya kepercayaan disini terdiri dari tiga karakteristik: kemampuan, kebajikan dan integritas. Kemampuan disini diartikan bahwa seseorang dapat percaya apabila seorang yang dipercaya mampu melakukan apa yang dia inginkan. Kebajikan diartikan sebagai sejauh manasejauh mana seseorang yang dipercaya dapat melakukan yang terbaik untuk dirinya. Sedangkan integritas disini berarti bahwa seorang yang dipercaya dapat berindak secara etis dan dapat memenuhi janji-janji.

Persepsi kegunaan *internet banking*

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan oleh responden yaitu dapat memberikan jaminan atas kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Manfaat yang diterima oleh responden secara langsung dapat memberikan kemudahan setiap transaksi yang dilakukan. Selain itu informan juga mengetahui dampak atau risiko yang dapat terjadi dengan melakukan transaksi dengan menggunakan fasilitas yang ditawarkan dengan menggunakan *internet banking*. Namun demikian risiko yang dapat terjadi tersebut tidak mengurangi keinginan informan untuk tetap menggunakan fasilitas *internet banking*. Manfaat yang dimiliki dari fasilitas

internet banking secara langsung segala bentuk kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan atau perbankan dapat dilakukan secara cepat dan sesuai dengan harapan responden.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Wibowo (2008) yang menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai derajat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis 1989). Davis menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel kausal yang mempengaruhi persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan sendiri didefinisikan sebagai derajat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Yaitu tingkatan dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Davis (1989) juga mendefinisikan persepsi mengenai kegunaan (*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu *capable of being used advantageously*, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.

Persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*

Apabila ditinjau dari segi kemudahan penggunaan *internet banking* menunjukkan bahwa selama ini dalam reponden dapat dengan mudah dalam mengoperasikan *internet banking* yang dikarenakan adanya kemudahan dalam proses untuk mendapatkan informasi yang jelas dari masing-masing bank sebagai *server internet banking*. Hasil penelitian sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ramadhani (2008) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat

dengan mudah digunakan dan dipahami (Ramadhani, 2008). Menurut Amijaya (2010) persepsi kemudahan ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Sikap pengguna *internet banking*

Apabila ditinjau dari sikap pengguna *internet banking* para responden merasa puas atas fasilitas yang diberikan oleh sistem tersebut. Kepuasan ini mengindikasikan bahwa fasilitas yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan responden sehingga pada akhirnya dapat memberikan dukungan atas transaksi yang dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Wibowo (2008) yang menyebutkan bahwa sikap dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Annamalai (2006) menjelaskan bahwa sikap adalah perasaan seseorang *positif* atau *negative* dalam hal melakukan perilaku tertentu. Sikap terdiri dari kepercayaan bahwa seseorang terakumulasi selama masa hidupnya. Beberapa keyakinan tersebut terbentuk dari pengalaman langsung, beberapa informasi dari luar ataupun dari kesimpulan yang dihasilkan oleh diri sendiri. Menurut Rahadi (2007) menjelaskan tentang faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas komponen Kognisi (*cognitive*), Afeksi (*affective*), dan komponen komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).

Minat pengguna dalam menggunakan *internet banking*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa para responden tetap memiliki minat dalam menggunakan *internet banking*. Minat tersebut terbentuk dari upaya responden untuk tetap menggunakan fasilitas yang ditawarkan dan sesuai dengan segala bentuk kekurangan dan kelebihan dari fasilitas *internet banking* yang disediakan. Minat merupakan suatu gejala jiwa yang tercermin dari adanya rasa

suka terhadap suatu objek yang timbul secara internal. Minat merupakan momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Minat juga dapat diartikan sebagai faktor pendorong yang dapat menyebabkan individu memberikan perhatian terhadap suatu obyek tertentu (dapat berupa orang, benda ataupun suatu aktivitas). Minat mengandung unsur perhatian dan hal ini menjadikan individu cenderung untuk mengadakan kontak yang lebih aktif dengan sesuatu yang menjadi obyeknya.

Selain itu minat juga menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang atau suatu barang atau kegiatan atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan itu. Jika sesuatu itu mendapat penghargaan dan menghidupkan perasaan senang seseorang, maka ia akan tertarik kepada hal tersebut. Minat berhubungan erat sekali dengan penghargaan dan perasaan. Minat bersifat lebih lama dan tetap. Menurut Kusuma (2007) seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut. Selain itu minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Wibowo,2008) dan Thompson *et al.* (1991) menyatakan bahwa keyakinan seseorang akan manfaat SI akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu tersebut akan menggunakan SI dalam pekerjaannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka kesimpulan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Para responden memiliki kepercayaan terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh *internet banking*. Bentuk kepercayaan ini terkait dengan jaminan keamanan transaksi yang dilakukan dan adanya jaminan dari bank sebagai *server online* dari bank yang bersangkutan.

2. Apabila ditinjau dari kegunaan yang dirasakan oleh responden yaitu dengan menggunakan *internet banking* dapat memberikan jaminan atas kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan.
3. Ditinjau dari segi kemudahan penggunaan *internet banking* menunjukkan adanya kemudahan dalam proses pengoperasian dan mendapatkan informasi yang jelas dari masing-masing bank sebagai *server internet banking*.
4. Apabila ditinjau dari sikap pengguna *internet banking* menunjukkan bahwa selama ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan responden sehingga pada akhirnya dapat memberikan dukungan atas transaksi yang dilakukan.
5. Hasil analisis menunjukkan bahwa para responden tetap memiliki minat dalam menggunakan *internet banking*. Minat tersebut terbentuk dari upaya responden untuk tetap menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh *internet banking* yang disediakan

Dari kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Pengguna internet
 - a. Bagi pengguna *internet banking* disarankan untuk lebih berhati-hati dalam proses transaksi dengan menggunakan *internet banking*, karena dibutuhkan ketelitian dalam proses transaksi menggunakan *internet banking*.
 - b. Dalam menggunakan fasilitas layanan *internet banking* harus menggunakan provider yang benar-benar terpercaya sehingga aktivitas perbankan dapat dilakukan secara maksimal.
2. Peneliti Selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih memfokuskan penelitian terhadap karakteristik satu jenis bank saja sehingga dapat memberikan suatu kesimpulan yang lebih spesifik.