
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya

JBB
8, 1

✉Novela Rizki Lestari¹

STIE Perbanas Surabaya, Jl. Nginden Semolo 34-36, Surabaya 60118
Jawa Timur, Indonesia

141

ABSTRACT

The global economy increase the competition in the banking sectors. For that reason, it is important to see the factors that can increase the users of the customer of internet banking. The purpose of this study was to examine the effect of perceptions of usability, perceived ease, and security problems on the decision to use internet banking for customers of BRI Bank Surabaya. The sample of this research consists of Bank BRI customers. They were taken by using a judgment sampling method which is based on certain criteria. The data were collected from 74 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression with SPSS. The results show that perception of usability and perceived ease and security issues have a significant and positive effect on customer decisions in using Bank BRI internet banking in Surabaya.

Received: 27 April 2017

Revised: 13 Juli 2018

Accepted: 31 Oktober 2018

JEL Classification:

G21

DOI:

10.14414/jbb.v8i1.1003

ABSTRAK

Ekonomi global meningkatkan persaingan di sektor perbankan. Untuk alasan itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan pengguna pelanggan internet banking. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi terhadap kegunaan, persepsi kemudahan, dan masalah keamanan pada keputusan untuk menggunakan internet banking untuk pelanggan Bank BRI Surabaya. Sampel penelitian ini terdiri dari nasabah Bank BRI. Mereka diambil dengan menggunakan metode judgment sampling yang didasarkan pada kriteria tertentu. Data dikumpulkan dari 74 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dan masalah keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan internet banking Bank BRI di Surabaya.

Keywords:

Perceived usefulness, perceived ease to use, security concerns, decision to use, internet banking

1. PENDAHULUAN

Ekonomi global saat ini membuat persaingan yang semakin tajam dalam ruang lingkup industri perbankan di Indonesia. Hal ini menjadi alasan bagi bank untuk memerlukan manajemen bank yang baik agar mereka mampu menghadapi dan mengantisipasi berbagai keadaan yang ada. Mereka juga harus mempunyai strategi pemasaran yang baru yang dapat menanggulangi masalah. Itu sebabnya mereka perlu pembaruan strategi pemasaran agar dikembangkan dengan cepat dan tepat dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan demikian, mereka dapat memperoleh nasabah yang terbaik sebagai sarana kegiatan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari bank.

Meningkatnya kepercayaan nasabah kepada perbankan, akan berdampak positif terhadap perkembangan perbankan. Dengan demikian, bank sebagai lembaga keuangan mampu menjembatani segala aktifitas

Journal of
Business and Banking

ISSN 2088-7841

Volume 8 Number 1
Mei - Oktober 2018

pp.141 - 156

© STIE Perbanas Press
2015

keuangan serta dapat memberikan keuntungan lain seperti adanya fasilitas-fasilitas yang menunjang penggunaan produk ataupun layanan.

Bank sebagai lembaga intermediasi juga dituntut agar mereka dapat memberikan pemahaman yang tepat tentang semua produk serta jasa yang ditawarkan, Oleh sebab itu, sebelum melakukan penawaran produk atau layanan, sebaiknya bank melakukan analisis terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan nasabahnya secara menyeluruh dan spesifik. Solusi yang tepat akan didapatkan dengan memperhatikan ketelitian tersebut dalam analisis yang dilakukan dan dapat memberikan jawaban atas segala kebutuhan nasabah terhadap manfaat produk yang diberikan. Dengan jawaban yang diberikan petugas bank tersebut, nasabah akan dapat mengolah informasi dan mempertimbangkan produk dan jasa manakah yang tepat dan terbaik. Sebaliknya, nasabah juga akan terus membandingkan kembali produk dan jasa yang dipilih dengan adanya keuntungan lain yang ditawarkan sehingga akan mendukung dirinya memberikan kepercayaan terhadap bank. Bank yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan nasabah lah yang akan dipilih untuk menjadi bank yang dapat dipercaya oleh nasabah. Banyaknya fasilitas-fasilitas yang ditawarkan bank juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah tersebut.

Perkembangan internet pada masa kini sangat mempengaruhi kehidupan sosial nasabah. Internet tidak hanya memudahkan seseorang untuk berkomunikasi, tetapi juga memudahkan seseorang untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Internet untuk dunia bisnis sangat berpengaruh besar di berbagai bidang kehidupan manusia. Perkembangan internet juga mempengaruhi dunia perbankan untuk memajukan pelayanannya dalam menggunakan teknologi informasi. Dengan melesatnya perkembangan teknologi informasi, pelayanan perbankan dengan menggunakan internet juga semakin berkembang. Jasa-jasa yang ditawarkan perbankan berupa internet yakni dengan adanya *internet banking*.

Di Indonesia, saat ini semua bank telah memberikan layanan *internet banking* untuk nasabahnya, di antaranya Bank BCA, Bank Mandiri, Bank CIMB Niaga, Bank BNI, serta Bank BRI. Mereka berlomba-lomba memajukan layanan *internet banking* karena dengan adanya *internet banking*, biaya yang dikeluarkan bank untuk kegiatan operasional semakin efisien. Dalam hal tersebut, keuntungan tidak hanya dirasakan oleh nasabah tetapi juga untuk pihak bank.

Lembaga riset *sharing vision* dalam ulasan *website* Marketing Research Indonesia, mencatat nilai transaksi *internet banking* di Indonesia telah mencapai Rp 3.642 triliun. Jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM dan debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012 dan diperkirakan akan mengalami peningkatan tiap tahunnya hingga saat ini. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat.

Untuk menggunakan suatu produk atau jasa, seorang nasabah biasanya dipengaruhi oleh beberapa hal seperti mempertimbangkan keuntungan dan kerugian menggunakan produk atau jasa tersebut untuk membuat suatu keputusan untuk menggunakan. Seperti halnya dengan adanya persepsi nasabah mengenai kegunaan, kemudahan, masalah keamanan yang muncul yang akan dihadapi dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut dihadapi oleh nasabah karena nasabah ingin

memperoleh suatu keputusan yang baik untuk dilakukan terus-menerus di masa mendatang.

Secara tidak langsung, *internet banking* juga dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah pada bank tersebut. Keuntungan lainnya, nasabah tidak perlu lagi mendatangi bank untuk bertransaksi sehingga nasabah diuntungkan dalam hal waktu dan biaya serta nasabah bisa mendapatkan layanan kapanpun sesuai dengan keinginan nasabah. Fitur dari *internet banking* sendiri tidak hanya melakukan pengecekan saldo, tetapi nasabah dapat melakukan transaksi lain seperti transfer dana, mutasi rekening, ataupun untuk mendapatkan informasi mengenai bank yang bersangkutan. Nilai kegunaan layanan *internet banking* tersebut menjadi salah satu pertimbangan nasabah untuk memutuskan menggunakannya.

Selain nilai kegunaan dari suatu layanan yang diberikan, kemudahan dalam penggunaannya juga perlu diperhatikan. Konsep penampilan dari *website internet banking* maupun prosedur transaksinya juga dapat mempengaruhi bagaimana nasabah akan memutuskan menggunakan suatu layanan tersebut. Apabila layanan tersebut merepotkan nasabah dengan susahnyanya akan pemahaman prosedur, maka keputusan nasabah menggunakan layanan tersebut dapat berkurang.

Masalah keamanan biasanya terlihat dari keluhan yang disampaikan pengguna *internet banking*. Hal tersebut dialami oleh kerabat sebuah akun bernama *Anwareshackers* pada situs kaskus dengan judul "Modus Penipuan Nasabah BRI via *Internet Banking*" di mana, seorang kerabat tersebut mengalami kasus penipuan via *internet banking*. Korban mendapati SMS yang berisikan OTP (*One Time Password*). Selang beberapa menit, ada telepon masuk dari nomor lokal yang tidak dikenal meminta kode yang telah dimasukkan korban. Tak butuh waktu lama, setelah korban memberikan kode tersebut kepada penelepon, korban mengecek saldo rekening dan saldo berkurang sekian juta rupiah. Setelah di cek melalui *Customer Service* Bank BRI, pegawai tersebut mengatakan bahwa saldo korban telah habis dan tercatat melakukan transfer sebanyak dua kali via *internet banking*.

Masalah keamanan yang dihadapi dalam penggunaan *internet banking* juga perlu diperhatikan karena selain keuntungan, hal-hal yang berpengaruh cukup besar dalam sebuah pertimbangan keputusan salah satunya berupa adanya kerugian. Masalah keamanan *internet banking* cukup beragam. Salah satunya dengan kebocoran informasi akan data atau privasi nasabah, transaksi *online* yang menyebabkan kerugian, kerugian ekonomi, dan masalah-masalah tersebut dapat mengakibatkan ketidakpercayaan nasabah terhadap penggunaan *internet banking*.

Oleh karena itu, dengan adanya kelebihan dan kekurangan dalam pertimbangan pengambilan keputusan tersebut, peneliti terdorong untuk meneliti tentang *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Masalah Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking pada Nasabah Bank BRI di Surabaya*.

2. RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Keputusan Menggunakan

Menurut Muhammad Rokibul Kabir (2013), keputusan menggunakan adalah suatu keputusan yang diambil nasabah dalam menggunakan suatu

layanan dengan melalui berbagai pertimbangan, seperti pertimbangan fisik, emosional, rasional, praktikan, interpersonal, serta struktural.

Adapun menurut Rajeev Kumra (2012), keputusan menggunakan yaitu sebuah keputusan yang diambil berdasarkan kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi dengan melalui beberapa proses dalam pengambilan keputusan. Proses pertimbangan dipengaruhi dari dalam diri sendiri maupun dari luar dirinya. Nasabah akan mencari informasi mengenai suatu produk yang akan digunakan dan melakukan evaluasi penilaian terhadap produk tersebut. Setelah melalui proses-proses tersebut, nasabah akan memutuskan apakah dirinya akan menggunakan produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu, indikator keputusan menggunakan dapat diukur dengan berbagai hal, seperti:

1. Membutuhkan *internet banking*
2. Mencari tahu informasi mengenai internet banking
3. Melakukan pertimbangan

Internet Banking

Semakin majunya zaman, semakin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking* untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan nasabah dalam hal memberikan layanan yang memadai dan dapat diandalkan. Aplikasi teknologi informasi *internet banking* dapat meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas serta dapat meningkatkan pendapatan bank melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi pada *internet banking*, maka *internet banking* tidak bisa berjalan dan tidak dapat dimanfaatkan oleh industri perbankan.

Menurut Gbolahan Olasina (2015), *internet banking* ialah suatu layanan perbankan agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan yang laus melalui elektronik dengan situs yang diberikan oleh bank yang bersangkutan. Dengan menggunakan *internet banking*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan yang meliputi informasi rekening, tranfer dana, pembayaran dan pembelian dimana saja dan kapan saja sesuai kebutuhan nasabah untuk mempermudah transaksi perbankannya tanpa perlu mendatangi kantor bank. Sehingga *internet banking* dapat memudahkan nasabah dalam mendapatkan layanan perbankan.

Persepsi Kegunaan

Kegunaan dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia* memiliki arti faedah, manfaat, laba, atau untung. Jadi, kegunaan dalam penelitian dapat dikatakan suatu keuntungan yang diperoleh nasabah dengan menggunakan *internet banking*. Adapun menurut Proteous dan Wishart dalam Gbolahan Olasina (2015), kegunaan suatu produk atau layanan dapat digunakan dimana saja sehingga adanya efektifitas layanan perbankan, menghemat waktu dalam penggunaan, dan adanya rasa nyaman yang didapatkan nasabah.

Menurut Gbolahan Olisina (2015), kegunaan adalah suatu hasil kerja dalam menggunakan sesuatu yang berguna seperti mendapatkan manfaat yang dirasa nasabah ketika menggunakan layanan *internet banking*. Kegunaan dalam *internet banking* juga dimaksudkan dapat membantu meningkatkan efektifitas layanan dalam kegiatan perbankan.

Dalam segi kegunaan, nasabah akan sangat mempertimbangkan manfaat yang akan didapat jika menggunakan *Internet Banking*.

**JBB
8, 1**

Jadi, indikator yang didapat dalam Gbolahan Olasina (2015) adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan efektifitas layanan perbankan
2. Mempercepat proses transaksi
3. Rasa nyaman ketika transaksi
4. Memudahkan dalam mendapatkan layanan perbankan

Gbolahan Olasina (2015) menyatakan, bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak terhadap keputusan menggunakan *internet banking*. Kegunaan dapat dijadikan tolok ukur bagaimana bank dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Nasabah memiliki harapan terhadap bank yang dipercaya dapat memberikan *value* yang baik untuk mereka. Di sisi lain, nasabah juga tidak ingin bank yang dipercaya memberikan kegunaan yang tidak baik untuknya. Untuk itu, persepsi kegunaan akan muncul apabila nasabah menganggap produk *internet banking* adalah produk paling baik dalam hal memberikan manfaat atau kegunaan untuk melakukan transaksi perbankan. Setelah persepsi itu muncul, maka nasabah dapat menjadikan persepsi tersebut sebagai pertimbangan untuk memutuskan menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan pada paparan teori dan empiris maka, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya.

Persepsi Kemudahan

Menurut Ankit Keshrwni dan Shailendra Singh Bisht (2011), nasabah lebih dapat menerima layanan *internet banking* apabila terdapat kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam proses atau pengoperasian sebuah teknologi yang dapat memberikan kontribusi untuk nasabah dalam peningkatan prestasi kerja dan mengurangi biaya transfer. Persepsi kemudahan juga dijelaskan oleh Ali Saleh Al-Ajam dan Khalil Md Nor (2013), bahwa seseorang merasakan terbebas dari upaya dalam menggunakan sistem atau aplikasi.

Adesina Aderonke A (2010), mengatakan bahwa aplikasi yang penggunaannya dirasa lebih mudah dari aplikasi lain, maka akan lebih mudah untuk diterapkan ataupun diterima. Adapun menurut Gbolahan Olasina (2015), persepsi kemudahan pengguna yang dirasakan oleh nasabah ketika menggunakan *internet banking* tanpa merasakan adanya kesulitan dalam pemahaman tampilan atau isi dari *website internet banking* tersebut sehingga mudah dalam mempelajari *internet banking*. dengan adanya kemudahan dalam pengoperasian, maka nasabah mampu mengoperasikan tanpa mengalami kesulitan atau kebingungan. Perilaku pengguna *internet banking* juga dapat berulang karena nasabah merasa bahwa dalam mengoperasikannya lebih mudah dan tidak ada hambatan yang menyulitkan.

Indikator pengukuran kemudahan penggunaan yang dirasakan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan ketika mempelajari *internet banking*
2. Mampu memahami *internet banking*
3. Mampu mengikuti prosedur dalam *internet banking*

4. Kemudahan melakukan transaksi perbankan melalui *internet banking*.
Semakin mudah dalam menggunakan *internet banking*, semakin yakin pula keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Keputusan menggunakan *internet banking* juga didasarkan pada kegunaan suatu layanan yang melahirkan suatu kemudahan bagi nasabah. Dalam hal ini, indikator baik kemudahan ini adalah apabila nasabah sudah merasakannya secara langsung pada saat penggunaan. Jika kemudahan dapat secara langsung dirasakan, suatu nilai akan tercipta untuk memberikan keputusan menggunakan *internet banking*. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari Gbolahan Olasina (2015) mengenai *Factors Influencing the Use of M-banking By Academics: Case Study SMS-Based M-banking* yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan

Merujuk kepada teori dan empiris yang telah dipaparkan, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya.

Persepsi Masalah Keamanan

Masalah keamanan dalam Rajeev Kumra (2012), yang dimaksudkan adalah sebuah risiko yang didapati nasabah ketika menggunakan *internet banking*. Masalah keamanan *internet banking* berasal dari adanya rasa takut bahwa layanan yang digunakan dapat mengakibatkan kerugian ekonomi yang tidak menguntungkan. Masalah tersebut juga ditambah dengan adanya masalah privasi yang terkait dengan layanan. Dengan demikian, risiko akan menjadi fungsi dari masalah keamanan tersebut. Oleh karena itu, persepsi masalah keamanan dapat diukur melalui beberapa hal, sebagai berikut:

1. Nasabah merasa privasi data tidak aman
2. Terdapat penyalahgunaan data nasabah
3. Kerugian dana dengan adanya kebocoran data

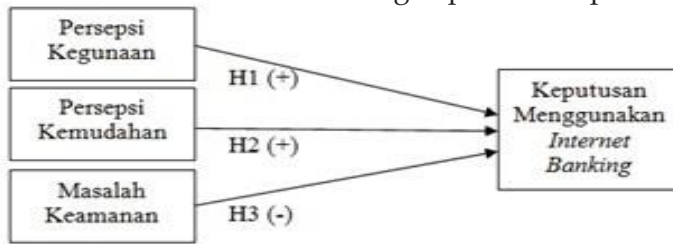
Dengan usaha bank untuk meminimalisir masalah keamanan, maka nasabah juga akan menerma *internet banking* dan memutuskan untuk menggunakannya.

Ada juga masalah keamanan dalam *internet* misalnya masalah kebocoran data yang menyebabkan penyalahgunaan data dan berpotensi kerugian dana nasabah. Oleh sebab itu, nasabah juga dapat terpengaruh kepercayaannya untuk tidak lagi menggunakan *internet banking* di kemudian hari. Hal tersebut dapat mengancam perkembangan *internet banking* dan menjadi terpuruk.

Untuk menanggulangnya, bank harus memperbaiki dan menjaga sistem keamanan layanan *internet banking* yang akan menjadi daya tarik nasabah untuk yakin dan memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. Hal ini juga didukung dengan penelitian dari Rajeev Kumra (2012) tentang *Internet Banking Usage : A Customer's Perspective* yang menyatakan bahwa masalah keamanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H3: Persepsi masalah keamanan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya.

Berikut ini adalah Gambar kerangka pemikiran penelitian.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

JBB
8, 1

147

3. METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Menurut Mudrajat Kuncoro (2013 : 118), populasi adalah kelompok elemen yang lengkap. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

Menurut Haris (1975) dan (1991) dalam Douglas and Wright (2013 : 391), penentuan ukuran sampel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = 50 + 8k \dots \dots \dots (1)$$

$$N = 50 + 8k$$

$$N = 50 + 8(3) = 74$$

Dimana :

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

Kemudian hasil dari perhitungan tersebut, responden yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan berjumlah minimal 74 responden.

Dalam penelitian ini, metode *sampling* yang digunakan yakni teknik sampel *non-random sampling*. Menurut Mudrajat Kuncoro (2013:139), dalam penarikan sampel tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian atau bisa dikatakan hanya beberapa anggota saja yang dapat mewakili seluruh anggota populasi tersebut. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan cara *judgement sampling* yang berarti *sampling* dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu agar sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Kriteria sampel penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Responden yang menggunakan *internet banking* yang telah menggunakan layanan *internet banking* BRI selama lebih dari 3 kali,
2. Bukan termasuk karyawan bank yang bersangkutan,
3. Serta dengan usia 17 tahun (memiliki kartu identitas).

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang diolah dengan menggunakan teknik perhitungan statistik (Syofian Siregar, 2013: 17). Data kuantitatif diperoleh dengan menggunakan data primer. Menurut Mudrajat Kuncoro (2013:148), yang dimaksud data primer adalah data yang diperoleh dengan cara survei lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi variabel dependen keputusan menggunakan dan variabel independen yang terdiri dari persepsi kegunaan, kemudahan, dan masalah keamanan.

**Definisi Operasional Variabel
Keputusan Menggunakan**

Persepsi nasabah sebagai responden terhadap keputusan menggunakan layanan *internet banking* BRI. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu :

- a. Adanya rasa membutuhkan *internet banking*
- b. Mencari tahu akan informasi *internet banking*
- c. Melakukan pertimbangan apakah *internet banking* secara efektif memenuhi kebutuhan nasabah

Persepsi Kegunaan

Persepsi nasabah sebagai responden terhadap kegunaan yang diperoleh dalam menggunakan layanan *internet banking* BRI. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu:

- a. Memberikan efektifitas dalam mendapatkan layanan perbankan
- b. Mempercepat dalam transaksi perbankan
- c. Adanya rasa nyaman ketika bertransaksi
- d. Memudahkan dalam mendapatkan layanan perbankan

Persepsi Kemudahan

Persepsi nasabah sebagai responden terhadap kemudahan dalam menggunakan *internet banking* BRI. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu:

- a. Nasabah mudah mempelajari *internet banking*
- b. Nasabah mampu memahami *internet banking*
- c. Nasabah mampu mengikuti prosedur dalam *internet banking*
- d. Mudah dalam transaksi menggunakan *internet banking*

Persepsi Masalah Keamanan

Persepsi nasabah sebagai responden terhadap masalah keamanan yang dihadapi dalam menggunakan *internet banking* BRI. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu:

- a. Adanya kebocoran data nasabah
- b. Terjadinya penyalahgunaan data nasabah
- c. Kerugian dana karena kebocoran data

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran hasil dari penelitian mengenai responden yang memutuskan menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI. Sebelum menganalisis data, peneliti menguji validitas dan reliabilitas terhadap beberapa variabel yang akan diteliti. Analisis deskriptif ini menjelaskan mengenai distribusi variabel bebas dan variabel terikat. Untuk memudahkan penilaian, peneliti melakukan distribusi frekuensi interval kelas yang sama.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

Tabel 1 menunjukkan bahwa jawaban terhadap Persepsi Kegunaan. Dari delapan pernyataan tersebut, spesifikasi jawaban yang memiliki *mean* paling tinggi adalah pada pernyataan PKG 4.1 dengan *mean* sebesar 4,05 yang termasuk dalam kategori "setuju", sedangkan jawaban yang memiliki *mean* paling rendah adalah pada pernyataan PKG 2.2 sebesar 3,38 yang termasuk dalam kategori "ragu-ragu".

Secara keseluruhan penilaian rata-rata tanggapan responden pada variabel persepsi kegunaan ini sebesar 3.80. Hal tersebut menunjukkan responden menyatakan "Setuju" terhadap seluruh indikator pada variabel Persepsi Kegunaan sehingga dapat dikatakan bahwa responden setuju dalam melakukan keputusan menggunakan *internet banking* Bank BRI berdasarkan kegunaan dari layanan *internet banking* Bank BRI.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan

Tabel 2 menunjukkan jawaban responden terhadap Persepsi Kemudahan. Jawaban yang memiliki *mean* paling tinggi adalah pada pernyataan PKM 2.2 dengan *mean* sebesar 4,12 yang termasuk dalam kategori "setuju", sedangkan jawaban yang memiliki *mean* paling rendah adalah pada pernyataan PKM 1.2 sebesar 3,90 yang termasuk dalam kategori "setuju".

Oleh karena itu, keseluruhan penilaian rata-rata tanggapan responden pada variabel persepsi kemudahan ini yaitu sebesar 3.96. Hal tersebut menunjukkan responden menyatakan "Setuju" terhadap seluruh indikator pada variabel Persepsi Kemudahan sehingga dapat dikatakan bahwa responden setuju dalam melakukan keputusan menggunakan *internet banking* Bank BRI berdasarkan kemudahan dari layanan *internet banking* Bank BRI.

Tabel 1
Hasil Tanggapan Responden Variabel Persepsi Kegunaan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PKG 1.1	3,86	Setuju
PKG 1.2	4,00	Setuju
PKG 2.1	3,92	Setuju
PKG 2.2	3,38	Ragu-ragu
PKG 3.1	3,80	Setuju
PKG 3.2	3,51	Setuju
PKG 4.1	4,05	Setuju
PKG 4.2	3,93	Setuju
<i>Mean</i>	3,80	Setuju

Sumber: Data Diolah

Tabel 2
Hasil Tanggapan Responden Variabel Persepsi Kemudahan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PKM 1.1	3,94	Setuju
PKM 1.2	3,90	Setuju
PKM 2.1	3,93	Setuju
PKM 2.2	4,12	Setuju
PKM 3.1	3,92	Setuju
PKM 3.2	3,93	Setuju
PKM 4.1	3,94	Setuju
PKM 4.2	4,00	Setuju
<i>Mean</i>	3,96	Setuju

Sumber: Data Diolah

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Masalah Keamanan

Tabel 3 menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap masalah keamanan internet banking. Dari enam pernyataan pada kuesioner, yang memiliki *mean* paling tinggi adalah pada pernyataan PMK 2.2 dengan nilai *mean* sebesar 4,15 yang termasuk dalam kategori "setuju", sedangkan jawaban yang memiliki *mean* paling rendah adalah pada pernyataan PMK 3.2 sebesar 3,86 yang termasuk dalam kategori "setuju".

Oleh karena itu, secara keseluruhan penilaian rata-rata tanggapan responden pada variabel masalah keamanan ini yaitu sebesar 4,00. Hal tersebut menunjukkan responden menyatakan "Setuju" terhadap seluruh indikator pada variabel Masalah Keamanan sehingga dapat dikatakan bahwa responden setuju dalam melakukan keputusan menggunakan *internet banking* Bank BRI berdasarkan keamanan dari layanan *internet banking* Bank BRI.

Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Menggunakan

Tabel 4 menunjukkan tanggapan responden terhadap keputusan menggunakan dengan jawaban kuesioner yang memiliki *mean* paling tinggi adalah pada pernyataan KMG 2.2 dengan *mean* sebesar 4,14 yang termasuk dalam kategori "setuju", sedangkan jawaban yang memiliki *mean* paling rendah adalah pada pernyataan KMG 3.2 sebesar 3,81 yang termasuk dalam kategori "setuju".

Secara keseluruhan, penilaian rata-rata tanggapan responden pada variabel Keputusan menggunakan ini yaitu sebesar 3,96. Hal tersebut menunjukkan responden menyatakan "Setuju" terhadap seluruh indikator pada variabel Keputusan Menggunakan sehingga dapat dikatakan bahwa responden setuju dalam melakukan keputusan menggunakan *internet banking* Bank BRI berdasarkan Keputusan Menggunakan dari layanan *internet banking* Bank BRI.

Tabel 3
Hasil Tanggapan Responden Variabel Persepsi Masalah Keamanan

Pernyataan	Mean	Penilaian
PMK 1.1	4,04	Setuju
PMK 1.2	3,99	Setuju
PMK 2.1	3,98	Setuju
PMK 2.2	4,15	Setuju
PMK 3.1	4,02	Setuju
PMK 3.2	3,86	Setuju
<i>Mean</i>	4,00	Setuju

Sumber: Data Diolah

Tabel 4
Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Menggunakan

Pernyataan	Mean	Penilaian
KMG 1.1	3,96	Setuju
KMG 1.2	3,93	Setuju
KMG 2.1	3,94	Setuju
KMG 2.2	4,14	Setuju
KMG 3.1	3,99	Setuju
KMG 3.2	3,81	Setuju
<i>Mean</i>	3,96	Setuju

Sumber: Data Diolah

Hasil Analisis dan Pembahasan

JBB
8, 1

Berikut ini adalah hasil uji statistic t test yang ditujukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (Tabel 5).

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Menggunakan

Hipotesis pertama pada variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Dalam teori, telah dijelaskan menyatakan pengaruh persepsi kegunaan terhadap keputusan menggunakan adalah positif. Hasil analisis regresi linear berganda penelitian ini menunjukkan hasil koefisien regresi positif sehingga hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan.

Temuan peneliti terhadap hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Hal tersebut didukung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya diterima.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Olasina (2015), penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel bebas persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat keputusan menggunakan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dan mampu mempengaruhi nasabah dalam melakukan keputusan untuk menggunakan.

Dengan kata lain, jika semakin tinggi kegunaan yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* Bank BRI, maka keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking* Bank BRI juga akan meningkat. Kegunaan dari *internet banking* Bank BRI dapat ditingkatkan dengan dilakukan penambahan benefit sehingga nasabah merasa lebih diuntungkan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan

Hipotesis pertama pada variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Teori yang telah dijelaskan menyatakan pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan adalah positif. Hasil analisis regresi linear berganda penelitian ini menunjukkan hasil koefisien regresi positif sehingga hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan.

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
PKG (X_1)	0.000	<0.05	Signifikan
PKM (X_2)	0.000	<0.05	Signifikan
PMK (X_3)	0.016	<0.05	Signifikan

Sumber: Data Diolah

Temuan peneliti terhadap hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Hal tersebut didukung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya diterima.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Olasina (2015), penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel bebas persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat keputusan menggunakan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dan mampu mempengaruhi nasabah dalam melakukan keputusan untuk menggunakan.

Dengan kata lain, jika semakin tinggi kemudahan yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* Bank BRI, maka keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking* Bank BRI juga akan meningkat. Kemudahan dalam penggunaan *internet banking* Bank BRI dapat ditingkatkan dengan diberikan tahap-tahap prosedur penggunaan *internet banking* Bank BRI melalui brosur dan dapat dijelaskan oleh *Customer Service* apabila nasabah mengalami kesulitan.

Pengaruh Masalah Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan

Hipotesis pertama pada variabel masalah keamanan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Teori yang telah dijelaskan menyatakan pengaruh masalah keamanan terhadap keputusan menggunakan adalah negatif. Hasil analisis regresi linear berganda penelitian ini menunjukkan hasil koefisien regresi negatif sehingga hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan.

Berdasarkan temuan peneliti terhadap hasil uji regresi linear berganda, ditunjukkan bahwa variabel masalah keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya. Hal tersebut didukung dengan nilai signifikansi 0,016 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya tidak diterima.

Hasil penelitian ini berberda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kumra (2012) penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel bebas persepsi masalah keamanan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel terikat keputusan menggunakan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi masalah keamanan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* dan mampu mempengaruhi nasabah dalam melakukan keputusan untuk menggunakan.

Dengan kata lain, jika semakin tinggi masalah keamanan yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* Bank BRI,

maka keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking* Bank BRI juga akan semakin tinggi, demikian pula sebaliknya. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa nasabah masih belum paham tentang masalah yang bisa mereka hadapi dalam bertransaksi dengan internet banking, dan terbukti dalam penelitian ini nasabah masih belum pernah mendapatkan masalah dalam keamanan selama mereka berinteraksi dalam *internet banking*.

SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN.

Simpulan

Dari hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya.", dapat didukung kebenarannya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya", dapat didukung kebenarannya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
3. Persepsi Masalah Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa "Persepsi Masalah Keamanan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya", dapat didukung kebenarannya.

Implikasi

Implikasi dari penelitian ini adalah dengan mendasarkan pada hasil penelitian, faktor kegunaan, kemudahan, dan masalah keamanan adalah bagian penting yang sangat dipertimbangkan oleh nasabah dalam menggunakan internet banking BRI. Oleh sebab itu, bagi penyedia layanan ini selayaknya menjadi bagian yang harus diperhatikan jika agar tiak kehilangan nasabahnya.

Saran

1. Bagi Bank BRI

Saran untuk Bank BRI di Surabaya, berdasarkan hasil penelitian ini, mereka diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk tetap menjaga manajemen pemasaran dalam perbankan agar tetap berjalan baik dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang telah diteliti oleh peneliti.

Jika dilihat dari hasil uji tanggapan responden pada variabel persepsi kegunaan, maka perlu diperhatikan dalam kenyamanan bertransaksi menggunakan *internet banking* karena nasabah merasa bahwa kenyamanan sangat mempengaruhi dalam pertimbangan memutuskan menggunakan *internet banking* dengan ditunjukkan *mean* tertinggi yaitu sebesar 4,05.

Dalam variabel persepsi kemudahan, terdapat *mean* terendah yaitu sebesar 3,90 yang menandakan bahwa meskipun nasabah tidak merasa kesulitan dalam menggunakan *internet banking*, tetapi sebaiknya Bank BRI tetap memperhatikan kemudahan penggunaannya dengan dilakukan penjelasan mengenai tahap-tahap penggunaannya.

Pada variabel persepsi masalah keamanan, terdapat *mean* paling kecil yaitu 3,86 mengenai penyalahgunaan data nasabah yang dapat mempengaruhi keamanan dana nasabah. Sehingga Bank BRI perlu memperhatikan keamanan sistem *internet banking* guna memberika kenyamanan bagi nasabahnya.

Jika ditinjau dari tanggapan responden dalam variabel keputusan untuk menggunakan jasa bank, dapat diketahui bahwa pertimbangan dalam mengambil keputusan berpengaruh besar. Hal itu ditunjukkan dengan adanya *mean* dalam pengujian tersebut paling kecil dibandingkan pernyataan lain yaitu sebesar 3,81. Oleh karena itu, Bank BRI perlu memberikan informasi lebih rinci mengenai prosedur dan kelebihan dari layanan *internet banking* pada nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan penambahan variabel-variabel bebas lainnya. Jika melihat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gbolahan Olasina (2015), maka peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel pengaruh sosial, kemampuan *ICT*, harapan pengguna, atau variabel lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini.

Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas penelitian agar memperoleh lebih banyak responden sehingga akan menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.

Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini sehingga dijabarkan sebagai berikut:

1. Peneliti mengalami kesulitan dalam mendapatkan responden yang bersedia mengisi angket kuesioner karena masalah waktu dan dianggap tidak efisien.
2. Terdapat responden yang terburu-buru mengisi angket kuesioner sehingga didapatkan data yang kurang tepat untuk di uji.
3. Tidak dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap sampel kecil maupun sampel besar, sehingga kesahihan dari data yang diperoleh patut diragukan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Saleh Al-Ajam, Khalil Md Nor. 2013. Internet Banking Adoption: Integrating Technology Acceptance Model and Trust. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No. 3, 2013
- Aderonke, A, Adesina, 2010. "An Empirical Investigation of the Level of Users Acceptance of E-Banking in Nigeria". *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol : 15 (April).
- Bonett, Douglas and Wright, Thomas. 2013. "Sample Size Planning for Multiple Correlation: Reply to Shieh". *Psicothema*. Vol 26 No. 3.

Kabir, Mohammad Rokibul, 2013. "Factors Influencing the Usage of Mobile Banking: Incident" *International Journal of Marketing Management*. Vol 3 No 3. **JBB 8, 1**

Kesharwani, Ankit and Bisht, Shailendra Singh, 2011. "The Impact of Trust and Perceived Risk on Internet Banking Adoption in India" *IBS Hyderabad, India*. Vol 30 No 4.

Kumra, Rajeev. 2012. "Internet Banking Usage: A Customer's Perspective." *International Journal of Management practices & Contemporary Thoughts*.

Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.

Olasina, Gbolahan. 2015. "Factors Influencing the Use of M-Banking By Academics: Case Study SMS-Based M-Banking." *The African Journal of Information Systems* Vol.7. Issue. 4

Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Koresponden Penulis

Penulis dapat dikontak pada e-mail: basuki@perbanas.ac.id