

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENYAMANAN  
AKESTABILITAS, KEAMANAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP  
MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA E-BANKING  
(Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Internet Banking di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**IKHSAN TOGA KHARISMAWAN  
NIM. 12010110141137**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2015**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Ikhsan Toga Kharismawan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141137

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENYAMANAN, KEESTABILITAS, KEAMANAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA E-BANKING (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna E-banking di Kota Semarang)**

Dosen Pembimbing : Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, PhD

Semarang, 21 September 2015

Dosen Pembimbing,

Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, PhD

NIP. 19620603 199001 1001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Nama : Ikhsan Toga Kharismawan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141137

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, KENYAMANAN  
AKESTABILITAS, KEAMANAN  
PENGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING TERHADAP MINAT  
BERTRANSAKSI ULANG SECARA E-  
BANKING (Studi Kasus Pada Nasabah  
Pengguna E-banking di Kota Semarang)**

Dosen Pembimbing : Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, PhD.

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 21 September 2015**

Tim Penguji :

1. Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, PhD (.....)
2. Drs. Sutopo, MS (.....)
3. Drs. Suryono Budi Santoso, M.M (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Erlang A. Purwanggono, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENYAMANAN AKESTABILITAS, KEAMANAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA E-BANKING (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Internet Banking di Kota Semarang)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang,

Yang membuat pernyataan,

Ikhsan Toga Kharismawan

NIM. 12010110141137

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Barangsiapa bertaqwa kepada Allah, nescaya Dia menjadikan baginya jalan keluar (2). Dan memberi rezeki kepadanya tanpa di duga, dan barangsiapa bertawakkal kepada Allah, nescaya Dia akan mencukupkannya, sesungguhnya Allah melaksana urusan yang dikehendakiNya, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu (3). (Surah At-Thalaq: 2 -3)*

*The Ones who are crazy enough to think that they can change the world, are the ones who do. (Steve Jobs)*

*You have to fight to reach your dream. You have to sacrifice and work hard for it. (Filippo Inzaghi)*

**Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

Allah SWT, Keluargaku, dan semua temanku

Terima kasih atas segala kebaikannya.

## **ABSTRACT**

The research aims to determine whether the perceived ease of use, perceived enjoyment access, security and trust to intention to use internet banking, this research aims to analyze the factors most dominant influence on Intention to Use Internet Banking.

The population used in this study is a customer who had used internet banking facilities. The sample in this study of 400 respondents and the techniques used are non-probability sampling technique with accidental sampling approach (sampling by customer who had used internet banking facilities more than doubled to conduct online transactions). The analytical method used was quantitative analysis is multiple regression analysis. This analysis includes: validity and reliability, classic asumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing via test t and test f, the coefficient of determination ( $R^2$ ) and test intervening.

Keywords: perceived ease of use, perceived enjoyment access, security, trust, reintonention to use internet banking

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking. Dan penelitian ini juga bertujuan menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah menggunakan fasilitas layanan internet banking. Sampel pada penelitian ini sebanyak 400 responden dan teknik yang digunakan adalah tehnik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* (pengambilan sampel berdasarkan nasabah yang sudah pernah menggunakan e-banking lebih dari dua kali untuk melakukan transaksi secara online). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta uji intervening.

Kata kunci : kemudahan penggunaan, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan, kepercayaan, minat bertransaksi ulang secara e-banking.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta keberuntungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENYAMANAN AKESTABILITAS, KEAMANAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA E-BANKING”**.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan motivasi dan nasehat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
3. Drs. Suryono Budi Santoso, MM selaku dosen wali yang senantiasa memberikan nasehat serta motivasi.



4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mengajarkan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat. Serta seluruh staf tata usaha dan perpustakaan Universitas Diponegoro atas segala bantuan selama penulis menempuh kuliah.
5. Kedua orang tua penulis Drs. Joko Raharjo, M.MPd. dan Dra. Ovina Mulianny yang telah memberikan seluruh kasih sayang dan senantiasa membantu baik moril maupun materiil yang tidak dapat terhitung. Khususnya Ibu tercinta terima kasih atas kasih sayang, doa, bimbingan, nasehat, pendidikan, dan banyak lagi yang telah penulis terima selama ini dengan tulus tanpa pamrih.
6. Ucapan spesial penulis persembahkan untuk teman-teman Manajemen kelas A angkatan 2010 selaku teman kuliah yang membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, memberi dorongan yang tidak ada hentinya. Sukses untuk kalian semua!
7. Terima kasih penulis ucapkan kepada Yasir Arafat, Datuk Muda, Ponco Rainskian, Reza Adyuta, Wahyu Rizki sahabat terbaik yang penulis miliki, yang selalu memberikan semangat dan dorongan motivasi ketika penulis dalam keadaan sedang jatuh maupun bangun, Terima kasih banyak.
8. Sahabat sedari SMA, keluarga besar SMA Negeri 1 Semarang angkatan 2010 yang masih menjalin silaturahmi secara baik yang masih saling berkabar dan bermain bersama, terima kasih penulis sampaikan. Kalian luar biasa!

9. Terima kasih teman-teman kreatif Blisslabs Team, Antariksa, Abankirenk Semarang, Garmentlabs, Corner FEB, The Haritage Coffee, Nestcology Team, Zociatehuis, Orenji Sushi, Siecle Laundry and Shoecare. Ide kalian yang selalu menjadi idola sampai kapanpun.
10. Teman-teman KKN di desa Ngampeldento kecamatan Salaman, Magelang :Arsyad, Fauzi, Fajar, Hilmi, Luthfi, Ida, Putri, Abi. Terimakasih atas semuanya, Saya belajar banyak bersama dengan kalian berpuluh-puluh hari dan silaturahmi itu.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai input bagi penulis agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 September 2015

Ikhsan Toga Kharismawan

**DAFTAR ISI**

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx

<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1	Latar Belakang Masalah .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	10
1.3	Tujuan Penelitian .....	11
1.4	Kegunaan Penelitian .....	12
1.5	Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1	Landasan Teori .....	15
2.1.1	Transaksi Secara Online .....	15
2.1.2	Internet Banking .....	19
2.1.3	Minat Bertransaksi Ulang Secara E-banking .....	22
2.1.4	Kemudahan Penggunaan .....	24
2.1.5	Kenyamanan Aksestabilitas.....	25
2.1.6	Keamanan Penggunaan .....	27
2.1.7	Kepercayaan Pelanggan.....	29
2.2	Model Penelitian & Ringkasan Penelitian .....	31
2.2.1	Model Penelitian.....	31
2.2.2	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Definisi Konseptual Variabel.....	33
2.4	Hipotesis .....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.1.1 Variabel Penelitian .....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Tahap Pengumpulan Data .....	51
3.6 Metode Analisis Data.....	52
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.6.2 Analisis Regresi Berganda .....	53
3.6.3 Teknik Analisis Data .....	55
3.6.3.1 Uji Validitas .....	55
3.6.3.2 Uji Realiabilitas .....	55
3.6.4 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6.4.1 Uji Normalitas .....	56
3.6.4.2 Uji Multikolinieritas .....	56
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
3.6.5 Uji Hipotesis .....	58
3.6.5.1 Uji F Statistik.....	58
3.6.5.2 Uji T Statistik .....	59
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinan.....	60
3.6.6 Uji Intervening/ Uji Sobel .....	60

<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian .....	62
4.2 Hasil Penelitian .....	66
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	66
4.2.1.1 Analisis Terhadap Kemudahan Penggunaan .....	67
4.2.1.2 Analisis Terhadap Kenyamanan Aksestabilitas .....	69
4.2.1.3 Analisis Terhadap Keamanan Penggunaan .....	70
4.2.1.4 Analisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	71
4.2.1.5 Analisis Terhadap Minat Bertansaksi Ulang .....	73
4.2.2 Hasil Analisis Data .....	74
4.2.2.1 Uji Validitas .....	74
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.2.3 Model 1 .....	77
4.2.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.2.3.2 Uji Kelayakan Model .....	82
4.2.3.3 Analisis Regresi Linier .....	83
4.2.3.4 Pengujian Hipotesis .....	85
4.2.4 Model 2 .....	86
4.2.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	86
4.2.4.2 Uji Kelayakan Model .....	91
4.2.4.3 Analisis Regresi Linier .....	93
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis .....	94
4.3 Pembahasan.....	96

4.4 Uji Intervening .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.1.1 Implikasi Manajerial .....	114
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	116
5.3 Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Kemudahan Penggunaan .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Kenyamanan Aksestabilitas.....	43
Tabel 3.3 Definisi Operasional Keamanan Penggunaan.....	44
Tabel 3.4 Definisi Operasional Kepercayaan Pelanggan.....	45
Tabel 3.5 Definisi Operasional Minat Bertransaksi Ulang .....	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	63
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	66
Tabel 4.6 Hasil Responden Terhadap Kemudahan Penggunaan .....	68
Tabel 4.7 Hasil Responden Terhadap Kenyamanan Aksestabilitas.....	69
Tabel 4.8 Hasil Responden Terhadap Keamanan Penggunaan .....	70
Tabel 4.9 Hasil Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	72



Tabel 4.10 Hasil Responden Terhadap Minat Bertransaksi Ulang.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas.....	76
Tabel 4.13 Hasil Multikolinieritas Model 1.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji F Model 1 .....	82
Tabel 4.15 Hasil Determinasi Model 1 .....	83
Tabel 4.16 Hasil Regresi Berganda Model 1 .....	84
Tabel 4.17 Hasil Uji T Model 1 .....	85
Tabel 4.18 Hasil Multikolinieritas Model 2.....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji F Model 2 .....	91
Tabel 4.20 Hasil Determinasi Model 2 .....	92
Tabel 4.21 Hasil Regresi Berganda Model 2 .....	93
Tabel 4.22 Hasil Uji T Model 2 .....	95
Tabel 4.23 Uji Sobel Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat.....	101
Tabel 4.24 Uji Sobel Kenyamanan Aksestabilitas Terhadap Minat.....	102
Tabel 4.25 Uji Sobel Keamanan Penggunaan Terhadap Minat.....	103
Tabel 4.26 Pengaruh Langsung & Tidak Langsung Antar Variabel.....	104

Tabel 5.1 Regresi Kemudahan Terhadap Minat Melalui Kepercayaan.....	106
Tabel 5.2 Regresi Kenyamanan Terhadap Minat Melalui Kepercayaan.....	107
Tabel 5.3 Regresi Keamanan Terhadap Minat Melalui Kepercayaan.....	108
Tabel 5.4 Regresi Kemudahan Terhadap Minat Bertansaksi Ulang.....	109
Tabel 5.5 Regresi Kenyamanan Terhadap Minat Bertansaksi Ulang.....	110
Tabel 5.6 Regresi Keamanan Terhadap Minat Bertansaksi Ulang.....	111
Tabel 5.7 Regresi Kepercayaan Terhadap Minat Bertansaksi Ulang.....	112
Tabel 5.8 Implikasi Manajerial Kemudahan.....	114
Tabel 5.9 Implikasi Manajerial Kenyamanan.....	114
Tabel 5.10 Implikasi Manajerial Keamanan.....	115
Tabel 5.11 Implikasi Manajerial Kepercayaan.....	115
Tabel 5.12 Implikasi Manajerial Minat Bertansaksi Ulang.....	115

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna E-banking.....	4
Gambar 1.2 Data Awareness Terhadap E-banking.....	6
Gambar 1.2 Data Transaksi Online.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	31
Gambar 2.2 Definisi Konseptual Kemudahan .....	34
Gambar 2.2 Definisi Konseptual Kenyamanan .....	35
Gambar 2.2 Definisi Konseptual Keamanan .....	36
Gambar 2.2 Definisi Konseptual Kepercayaan.....	37
Gambar 2.2 Definisi Konseptual Minat Bertransaksi Ulang .....	38
Gambar 3.1 Analisis Regresi Berganda .....	54
Gambar 4.1 Uji Normalitas Model 1 .....	78
Gambar 4.2 Grafik Normal Plot Model 1 .....	79
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Model 1 .....	81
Gambar 4.4 Uji Normalitas Model 2 .....	87
Gambar 4.5 Grafik Normal Plot Model 2 .....	88
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas Model 2 .....	90

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
<b>LAMPIRAN A DAFTAR PERUSAHAAN SAMPEL.....</b>	123
<b>LAMPIRAN B TABULASI DATA .....</b>	132
<b>LAMPIRAN C HASIL KORELASI DATA .....</b>	154
<b>LAMPIRAN D HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....</b>	158
<b>LAMPIRAN E HASIL REGRESI .....</b>	164

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era informasi saat ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mempengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas dan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu bidang yang mempengaruhi perkembangan teknologi informasi adalah industri perbankan serta para pelaku bisnis. Pada dunia bisnis, perubahan tersebut dilakukan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta. Hal ini dikarenakan media internet merupakan suatu inovasi yang cukup memberikan peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk internet banking. Saat ini internet banking menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk menyampaikan maupun untuk persaingan antar bank.

Nasabah bank di Indonesia masih banyak yang menggunakan internet banking hanya sekedar melihat saldo, oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang akan menggunakan internet dengan tujuan agar value yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi e-

paymen dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat internet banking ini. Untuk mempermudah dan mempercepat proses pembayaran sangat dibutuhkan bantuan teknologi. Teknologi masa kini identik dengan komputerisasi. Tentu kemudahan bertransaksi melalui internet banking merupakan salah satu cara dan upaya para banker untuk mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan bank tersebut.

Layanan internet banking diberikan oleh bank dengan tujuan utama dalam memberikan kemudahan kepada para nasabah. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari satu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan.

Internet Banking tidak hanya bermanfaat bagi nasabah tetapi juga bermanfaat bagi pihak bank, internet banking telah memberikan keuntungan bagi bank untuk bertahan dalam persaingan dengan meningkatkan kustomisasi besar besaran, kegiatan pemasaran dan komunikasi untuk memelihara serta menarik nasabah.

Keuntungan bagi sektor perbankan diantaranya adalah keuntungan dalam aspek peningkatan produktivitas profitabilitas, efisiensi, layanan yang lebih cepat, kepuasan pelanggan, kenyamanan, fleksibilitas, 24 jam per hari dan 7 hari seminggu operasi, serta penghematan ruang dan biaya (Nasri, 2012).

Terdapat banyak faktor yang menyebabkan nasabah menaruh uang di bank pilihannya. Mulai dari kedekatan lokasi, layanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor fasilitas kemudahan

bertransaksi. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar bank cukup tinggi. Ketika layanan, tingkat keamanan, dan kedekatan lokasi (cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyak fasilitas yang memberikan kemudahan bertransaksi. Isu fasilitas kemudahan bertransaksi inilah yang kemudian ditangkap oleh bank BCA untuk melakukan investasi besar - besaran dalam menyediakan fasilitas KlikBCA. Dengan KlikBCA, maka banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan. Karena, tanpa harus ke bank, tetap dapat bertransaksi di mana saja asal dapat terhubung dengan jaringan internet. Respon positif terhadap fasilitas KlikBCA ini telah menciptakan peningkatan jumlah nasabah bank BCA menjadi luar biasa tinggi. Akibatnya, BCA menjadi salah satu pemimpin pasar internet banking yang mampu mengumpulkan dana pihak ketiga. Yang kemudian menarik adalah, bagaimana strategi bank BCA untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitif produk KlikBCA agar tidak tersalip oleh usaha duplikasi dan adopsi bank komersial yang lain (<http://marsnewsletter.wordpress.com>).

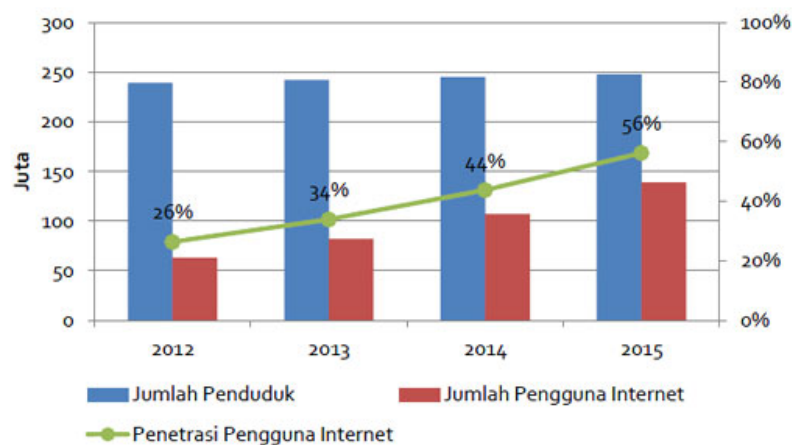
Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan teknologi, menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan satu peneliti kadang tidak konsisten dengan penelitian serupa yang dilakukan peneliti lainnya. Hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena 6 perbedaan sampel, waktu penelitian, dan populasi yang diteliti. Contohnya penelitian yang dilakukan oleh Restu Guriting (2012) yang berjudul Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan

Modified Theory Of Planned Behavior (Subjek Penelitian Pada Karyawan Dengan Posisi Middle Up Di Universitas Brawijaya Malang) dari hasil penelitian tersebut Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Digunakannya Layanan Internet Banking, sedangkan pada penelitian Totok Tri Setyanto (2011) yang berjudul Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Semarang) dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat.

Dalam penelitian yang dilakukan *www.sharingvision.com* diteliti tentang persentase jumlah pengguna internet terhadap nasabah bank di Indonesia, yang ditunjukkan dalam gambar 1.1.

**Gambar 1.1**

**Data pengguna internet banking**



\*Berdasar data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia, 2012

Sumber: Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Sumber: <http://www.sharingvision.com>



Meningkatnya angka pengguna dari internet banking menunjukkan bahwa tingkat penerimaan terhadap layanan internet banking telah mengalami peningkatan. Tingkat penerimaan terhadap layanan internet banking oleh nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penerimaan terhadap teknologi informasi tersebut adalah TAM (Technology Acceptance Model) (Davis, 1989). Sesuai TAM, faktor persepsi terhadap manfaat yang diperoleh (Perceived Usefulness) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) diyakini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan teknologi informasi. Kedua faktor tersebut mempengaruhi niatan untuk menggunakan teknologi informasi (intention to use) sebelum akhirnya tercipta penggunaan secara actual dalam keseharian (actual usage) (Davis, 1989).

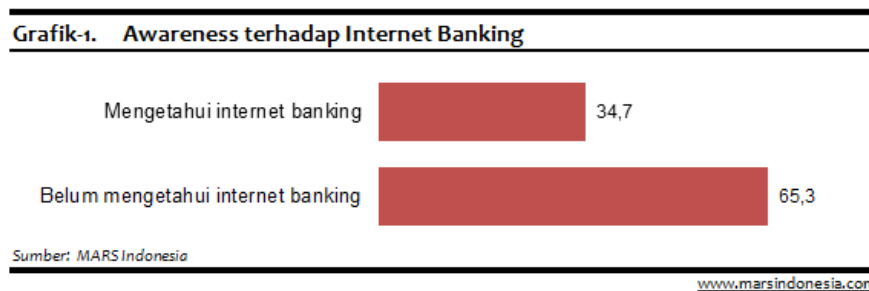
Meningkatnya loyalitas nasabah yang menggunakan internet banking maka akan mendorong peningkatan kinerja keuangan perbankan yang ditunjukkan dengan meningkatnya pendapatan dan penurunan biaya operasional. Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui internet banking dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang baru. Sebagai contoh transaksi lewat internet banking jauh lebih menguntungkan BCA karena setiap transaksi dengan tatap muka langsung membutuhkan biaya US\$ 1 sedangkan setiap transaksi melalui internet bankingnya membutuhkan biaya US\$ 0,1 - 0,2 (Yuliani, 2007).

Keuntungan terakhir yang bisa diperoleh dari penyediaan fasilitas internet banking adalah bank dapat memiliki keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan bank lain yang tidak memiliki internet banking. Kebutuhan nasabah yang

semakin meningkat dan kompleks menuntut manusia harus dapat menghemat waktu tidak berlama-lama mengantri di bank dan transaksi keuangan tidak lagi terbatas hanya pada jam kerja tetapi bisa 24 jam. Internet banking merupakan salah satu sarana yang dapat memenuhi semua kebutuhan tersebut bagi nasabah (Hasan, 2005).

Berdasarkan hasil survei MARS belum lama ini terungkap bahwa dari 1.710 nasabah di 5 kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan) yang disurvei, sebanyak 34,7% menyatakan aware atau melek internet banking, yang dapat di lihat pada gambar 1.2

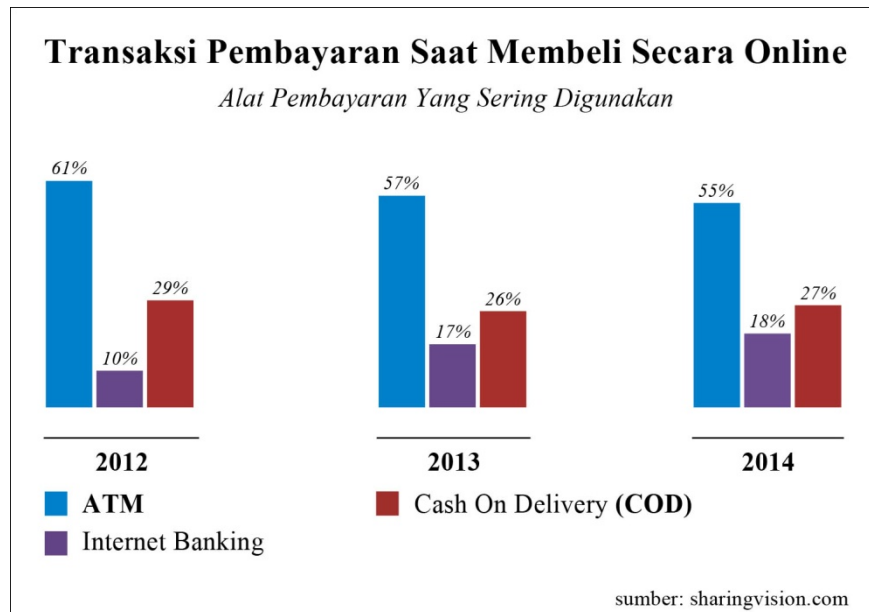
**Gambar 1.2**  
**Data Awareness Terhadap E-Banking**



Sumber: MARS Indonesia

Walaupun berbagai keuntungan telah ditawarkan melalui penggunaan internet banking, namun fasilitas ini kurang diminati oleh nasabah bank di Indonesia. Sebagian besar nasabah masih terikat dengan cara-cara konvensional dalam melakukan transaksi yaitu melalui ATM atau Cash on Delivery (COD). Hal ini juga di tunjukan oleh gambar 1.3 berikut:

**Gambar 1.3**  
**Data transaksi saat membeli secara online**



Sumber: <http://www.sharingvision.com>

Dari tabel diatas meskipun pengguna fasilitas bertransaksi secara online melalui internet banking meningkat setiap tahunnya, dapat dilihat kondisi pengguna e-banking meningkat di setiap tahunnya sampai pada tahun 2014 menunjukkan angka presentase 18%. Namun angka pengguna internet banking masih dirasa kurang populer jika dibandingkan dengan pengguna ATM. Sebagian besar nasabah masih terikat dengan cara-cara konvensional dalam melakukan transaksi yaitu melalui ATM dikarenakan nasabah lebih merasa aman untuk bertransaksi melalui ATM karena adanya struk dan berbagai bukti transaksi. Artinya walaupun pengguna internet banking di setiap tahunnya tetapi transaksi melalui internet banking dirasa masih rendah sehingga adanya keyakinan minat bertransaksi ulang secara internet banking rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali et al. (2008) menjelaskan bahwa kepercayaan mempunyai kontribusi dalam memengaruhi sikap penerimaan internet banking. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2003) yang menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan internet banking. Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan internet banking sehingga bank Create PDF with GO2PDF for free, if you wish to remove this line, click here to buy Virtual PDF Printer 4 harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan. Menurut Davis (1989) persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) merupakan sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Penelitian tentang persepsi kegunaan juga dilakukan oleh AlSomali et al. (2008) yang menjelaskan bahwa persepsi ini mempunyai dampak positif terhadap sikap diterimanya internet banking.

Penelitian tentang persepsi kemudahan dilakukan oleh Al-Somali et al. (2008) yang menjelaskan bahwa persepsi ini mempunyai dampak positif terhadap sikap diterimanya internet banking. Namun, hasil ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Noor dan Pearson (2007) yang menyebutkan bahwa tidak adanya pengaruh yang diberikan oleh persepsi kemudahan terhadap minat untuk dilakukannya penerimaan internet banking. Menurut Pikkarainen et al. (2004)

Penelitian yang dilakukan oleh Ulun dan Nuray (2011) dilakukan di Turki pada tahun 2011 sedikit berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Pada penelitian Ulun dan Nuray kali ini menggunakan mobile banking sebagai objek

penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived benefit*, *perceived social risk*, *perceived performance risk*, *perceived financial risk*, *perceived time risk*, *perceived security risk*, *perceived privacy risk*, *attitude of toward using*, dan *intention to use*. Penelitian ini termasuk dalam golongan dalam penelitian yang berbasis sistem informasi akuntansi, dimana penelitian ini mencoba menjelaskan bagaimana sebuah sistem akuntansi mampu memberikan manfaat bagi penciptanya dan pemakainya. Fokus penelitian ini berada pada bagaimana intensitas perilaku nasabah dalam menggunakan layanan internet banking. Persepsi nasabah akan manfaat dan kemudahan yang ditimbulkan dari pemakaian internet banking akan menentukan sikap nasabah dalam penggunaan layanan internet banking. Sikap nasabah dalam menerima internet banking bisa ditunjukkan dengan intensi pemakaian layanan internet banking. Jika sikap 10 nasabah dalam menanggapi layanan internet banking ini baik, maka dapat dipastikan nasabah akan berminat untuk melakukan penggunaan secara berulang. Semua aktivitas nasabah tersebut akan memberikan dampak yang besar terhadap pertumbuhan pendapatan bank. Objek penelitian ini adalah nasabah layanan pengguna internet banking dari 3 kota di Indonesia yaitu Semarang, Jakarta, dan Batam.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah meskipun adanya kenaikan pengguna internet di setiap tahunnya akan tetapi angka pengguna internet banking masih kurang populer jika dibandingkan dengan pengguna yang bertransaksi melalui ATM. Pada umumnya nasabah lebih merasa aman untuk bertransaksi melalui ATM ataupun cash on delivery karena adanya struk atau kwitansi sebagai bukti transaksi. Hal tersebut perlu dijadikan pertimbangan bagi bank agar lebih memperhatikan kemudahan penggunaan, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan, dan kepercayaan pengguna untuk lebih meningkatkan minat bertransaksi ulang secara online melalui e-banking.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih banyaknya nasabah yang bertransaksi melalui ATM Cash On Delivery dibandingkan menggunakan internet banking serta tingginya keluhan minat nasabah bertransaksi secara online melalui internet banking. Berdasarkan permasalahan tersebut, faktor apa saja yang dapat meningkatkan minat bertransaksi ulang secara online melalui e- banking.

Dari masalah penelitian tersebut diajukan pertanyaan peneliti sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan aksestabilitas terhadap kepercayaan pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh keamanan penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan ?

4. Apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking?
5. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan aksestabilitas terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking?
6. Apakah terdapat pengaruh keamanan penggunaan terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking?
7. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan dengan minat bertransaksi secara e-banking?

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan :

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian yang dirumuskan. Sesuai dengan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penulis ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan pada e-banking.
2. Untuk menganalisis kenyamanan aksestabilitas penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan pada e-banking.
3. Untuk menganalisis pengaruh keamanan penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan pada e-banking
4. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat

bertransaksi ulang secara e-banking.

5. Untuk menganalisis pengaruh kenyamanan aksestabilitas terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking.
6. Untuk menganalisis pengaruh keamanan penggunaan terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi penulis.

Menambah pengetahuan dan wawasan yang mendalam tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan terhadap internet banking pada nasabah bank di Semarang.

2. Bagi bank penyedia layanan internet banking

Penelitian ini dapat berguna untuk memberikan masukan bagi pihak manajemen dalam melakukan edukasi nasabah agar jumlah pengguna internet banking di masa mendatang dapat ditingkatkan lagi. Faktor-faktor yang diteliti dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan selanjutnya.

3. Bagi nasabah pengguna internet banking

Penelitian ini dapat menghasilkan suatu temuan baru tentang faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan internet banking dan



menjadi pelengkap dari penelitian-penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini.

Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai pengertian dan berbagai teori tentang keunggulan bersaing dan faktor-faktor yang minat bertransaksi secara e-banking. Dalam hal ini juga dibahas mengenai kerangka penelitian, model penelitian serta hipotesis.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV: HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menguraikan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data dari pembahasannya sehingga dapat diketahui hasil analisa yang diteliti mengenai hasil pembuktian hipotesis sampai dengan pengaruh variabel-variabel independennya terhadap variabel dependen.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini terdiri kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran kepada pihak-pihak terkait dari hasil penelitian yang telah dilakukan.