

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP POSITIF PENGGUNAAN INTERNET BANKING (SURVEY PADA PENGGUNA KLIK BCA DI SEMARANG)

Ayub Willianto Tjayono

Paskah Ika Nugroho

Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRACT

Internet Banking is one of the bank services that enable customers to obtain information, communicate and banking transactions with online system. This research aims to determine the factors that influence the intention to use internet banking by users using Technology Acceptance Model (TAM).

The method used for collected data is purposive sampling method which classified as users of Internet Banking BCA in Semarang and the number of samples collected are 100 samples. The analytical technique in this research used multiple regression techniques.

This research proved that the factors that influence the intention to use the Internet Banking is perception of usefulness and perceived ease of use. Taken together, the usefulness (U) and ease of use (EOU) significantly affect on positive attitude of use (ATT). The value of Adjusted R² is 56.2%, it means that the attitude of internet banking users are explained by the variable usefulness (U) and ease of use (EOU) of 56.2%. While the rest of 43.8% explained by other variables.

Key Word : internet banking, usefulness, ease of use, positive attitude of use, Technology Acceptance Model (TAM)

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, teknologi informasi berkembang dengan pesat dan secara signifikan telah mempengaruhi industri perbankan. Bank dan lembaga keuangan lainnya telah meningkatkan fungsi perbankan sebagai perantara keuangan melalui berbagai pengadopsian teknologi informasi (Chang, 2003). Secara umum, ketika teknologi informasi bergabung dengan fungsi dari bank dan lembaga keuangan, hal itu disebut *electronic banking*. Di

antara berbagai teknologi perbankan, internet banking, yang merupakan tindakan melakukan intermediasi keuangan di Internet (Daniels dan VanHoose, 2003) adalah teknologi perbankan terbaru dan paling cepat menyebar.

Internet Banking adalah salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Internet Banking* pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, dimana lembaga keuangan di

Amerika Serikat memperkenalkan dan mempromosikan *Internet Banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik (Chan dan Lu 2004). Wang et al. (2003) menyatakan bahwa pada 1990-an internet teknologi perbankan ini digunakan organisasi bisnis hanya untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi penggunaan internet pun semakin banyak digunakan dalam berbagai aspek kehidupan. *The emergence of e-business requires management accounting systems to provide information that enables managers to deal with this new environment* (Hansen dan Mowen, 2007:10)

Bank - bank yang gagal menyikapi munculnya internet banking kemungkinan besar akan kehilangan pelanggan. Tart dan Teo (2000) mencatat bahwa tantangan untuk memperluas dan mempertahankan pangsa pasar perbankan telah mempengaruhi banyak bank untuk berinvestasi lebih terhadap pengembangan Internet di dalam suatu bank. Industri perbankan yang kuat penting dalam setiap negara dan dapat memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung pembangunan ekonomi melalui jasa keuangan yang efisien, (Al-Hajri dan Tatnall, 2008).

Pesatnya perkembangan bisnis *Internet Banking* di Indonesia perlahan menggeser gaya perbankan yang konvensional yang melibatkan puluhan juta nasabah bank di Indonesia. Bukan suatu yang mudah menggeser pola kebiasaan lama *cash and carry banking* atau *old banking style* ini ke *new banking style*. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan melalui penggunaan Internet Banking, nasabah bank dapat dengan mudah mengakses dari mana saja di seluruh Indonesia bahkan di seluruh dunia. Para pelaku bisnis yang sering bergerak (*mobile*) akan merasa lebih nyaman dan mudah bertransaksi, tanpa harus membuka rekening pada bank yang berbeda - beda di setiap tempat. Walaupun berbagai keuntungan

ditawarkan melalui internet banking, namun banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *Internet Banking* enggan untuk menggunakannya. Sebagian besar nasabah tersebut lebih memilih mengantri di bank atau menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi perbankan padahal para nasabah dimungkinkan untuk menggunakan fasilitas *Internet Banking* (Maharsi dan Mulyadi, 2007).

Dari fakta ini menimbulkan ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut maka pihak bank penyedia layanan *Internet Banking* dapat mendorong minat nasabah yang sebenarnya memiliki fasilitas untuk mengakses *Internet Banking* sehingga para nasabah mau menggunakan fasilitas *Internet Banking*.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penelitian yang paling populer yang digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi. Menurut Davis (1989), tujuan utama dari TAM adalah untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna. TAM menunjukkan bahwa ketika menghadapi pengguna teknologi informasi baru ada dua faktor utama yang mempengaruhi bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan sistem. Dua Faktor TAM adalah persepsi pengguna terhadap manfaat yang diperoleh (*Perceived Usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease of Use*) diyakini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan dan penggunaan bermacam-macam teknologi informasi (*actual usage*).

Kegunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana orang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Sedangkan kemudahan penggunaan didefinisikan

sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) (Davis, 1989). Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *Internet Banking* oleh penggunaannya dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM).

Penelitian ini merupakan replika dari sebagian penelitian yang telah dilakukan oleh Kusuma dan Susilowati (2007) dan juga penelitian yang dilakukan Chau dan Lai (2003) yang menunjukkan bukti bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dalam penggunaan sebagai faktor yang mempengaruhi sikap penerimaan nasabah terhadap layanan *Internet Banking*. Beda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada bank yang menyediakan fasilitas *Internet Banking*, penelitian Kusuma dan Susilowati (2007) dan penelitian Chau dan Lai (2003) meneliti fasilitas *Internet Banking* berdasarkan bank bank yang ada di wilayah penelitian masing masing tanpa ada pengkhususan fasilitas *Internet Banking* pada bank tertentu. Dengan penelitian tanpa ada pengkhususan fasilitas *Internet Banking* pada bank tertentu seperti ini dikhawatirkan akan terjadi bias dalam hasil penelitian yang akan diperoleh, karena fasilitas *Internet Banking* yang ditawarkan di setiap bank berbeda satu sama lain.

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *Internet Banking* oleh penggunaannya dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) pada bank BCA di daerah Semarang. Penelitian ini dikhususkan pada bank BCA karena menawarkan rangkaian jasa yang luas untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan spesifik para nasabah. Bank BCA yang layanan *Internet Banking*nya dikenal sebagai klik BCA, dianggap sebagai pelopor

adanya *Internet Banking* di Indonesia. Nama baik yang dimiliki BCA merupakan salah satu hal yang mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan *Internet Banking* pada BCA (Nugraha, 2005).

METODE PENELITIAN

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu, sedangkan Cuplikan adalah bagian dari elemen-elemen populasi (Supomo dan Indriantoro, 1999). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah bank BCA di daerah Semarang. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuisisioner berupa daftar pertanyaan tertulis dalam lembar formulir yang dibagikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi atas masalah yang diteliti. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah pengambilan sampel diperoleh dengan ciri-ciri yang dianggap oleh peneliti penting dan dapat mewakili populasi (Supramono dan Utami, 2003) dalam penelitian ini nasabah yang sudah pernah menggunakan *Internet Banking* (klikBCA).

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, jumlah sampel tersebut mengacu pada *rule of thumb* yang ditemukan oleh Roscoe (Supramono dan Utami, 2003) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak adalah berkisar antara 30-500 orang. Hal ini dikarenakan peneliti tidak mengetahui jumlah sesungguhnya dari pengguna layanan *Internet Banking* pada bank BCA yang terdapat di kota Semarang. Pada setiap responden diminta untuk memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skala Likert yaitu 1-5

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini merupakan replika penelitian yang dilakukan oleh Chau dan Lai (2003) dan juga Kusuma dan Susilowati (2007), sehingga peneliti juga menggunakan variabel yang sama. Ketiga variabel tersebut diadopsi dari instrumen-instrumen yang dikembangkan oleh para peneliti sebelumnya. Masing-masing variabel akan diukur dengan menggunakan item-item pertanyaan.

A. Kemudahan Penggunaan (*ease of use*)

Kemudahan Penggunaan (*ease of use*) diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: *Internet Banking* mudah dipelajari, kemudahan menggunakan *Internet Banking* dalam menyelesaikan tugas perbankan, percaya bahwa menggunakan *Internet Banking* mudah.

B. Manfaat (*usefulness*)

Manfaat (*usefulness*) diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan, yaitu: menyelesaikan tugas perbankan lebih cepat, kemudahan menyelesaikan tugas perbankan, *Internet Banking* lebih efektif dan *Internet Banking* lebih efisien.

C. Sikap Positif (*attitude positive*)

Sikap Positif (*attitude positive*) diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan, yaitu: perlunya menggunakan *Internet Banking*, *Internet Banking* bagus untuk digunakan dan sikap positif terhadap layanan tersebut.

Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan pengolahan dan analisis data maka terlebih dahulu dilakukan pengujian untuk mengetahui kualitas data yang didapat dari responden, Adapun uji yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas
2. Uji Normalitas
3. Uji Heteroskedastisitas
4. Uji Multikolinearitas
5. Uji Reliabilitas

Pengolahan dan analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*) dengan bantuan program SPSS 17. Persamaan Regresi berganda disusun sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Sikap positif penggunaan *internet banking*
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
 x_1 = Manfaat
 x_2 = Kemudahan penggunaan
e = Tingkat eror

Selanjutnya dengan menggunakan SPSS 17 akan dihasilkan *output* regresi yang akan menjelaskan mengenai uji t, uji signifikansi apakah variabel *independen* (manfaat dan kemudahan penggunaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (sikap positif penggunaan *internet banking*). Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan *p-value* dengan tingkat signifikansi. Jika *p-value* lebih besar dari tingkat signifikansi maka H_0 diterima demikian sebaliknya jika *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi maka H_0 ditolak.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Internet Banking

Menurut Kusuma dan Susilowati (2007), *Internet Banking* merupakan salah satu bentuk

electronic banking yang ditawarkan melalui internet dimana para nasabah dapat melakukan dan bertransaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu (*virtual environment*).

Internet Banking juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas perbankan yang dilakukan dari rumah, kantor atau tempat-tempat lain dengan memanfaatkan fasilitas internet (Lailatulfitria, 2009).

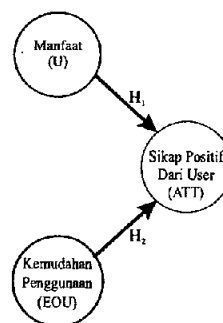
Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. Menurut Davis (1989) tujuan utama TAM adalah untuk menjelaskan faktor faktor penentu penerimaan terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna terhadap teknologi yang baru. Penggunaan system informasi dipengaruhi oleh 2 kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*).

Sikap disini sebagai hasil akhir dari pengaruh persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). Sikap menentukan apakah pengguna akan menggunakan sistem ini lagi atau tidak. Bila sistem dirasa bermanfaat dan mudah untuk digunakan pengguna lebih cenderung menggunakan sistem ini lagi untuk selanjutnya. Dan apabila sistem ini dirasa kurang bermanfaat dan atau sulit untuk digunakan maka pengguna cenderung untuk tidak menggunakan sistem ini lagi dikemudian hari.

Pengembangan Hipotesis

Pada penelitian ini *Technology Acceptance Model* (TAM) atas dasar modifikasi model seperti tampak pada gambar 1, hipotesis diuraikan sebagai berikut.



Gambar 1 : Model Penelitian

Manfaat (Usefulness)

Menurut Davis (1989) kemanfaatan (*usefulness*) diartikan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Menurut Chin dan Todd (1995) kemanfaatan juga dapat berupa pekerjaan lebih mudah (*make job easier*), bermanfaat (*useful*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), mendorong efektifitas (*enhance efectiveness*), dan meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*). Dapat diartikan bahwa tingkat penggunaan teknologi baru berkaitan dengan keuntungan atau manfaat yang akan dirasakan oleh para nasabah terhadap sistem tersebut. Manfaat terhadap penggunaan sistem yang baru mendorong orang untuk menggunakan sistem yang baru tersebut.

Penelitian Kusuma dan Susilowati (2007) menemukan bukti bahwa persepsi manfaat penggunaan *Internet Banking* berpengaruh terhadap sikap pengguna layanan *Internet Banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Chau dan Lai (2003), Kamel dan Hassan (2003), Chan dan Lu (2004) juga menemukan bukti bahwa seseorang akan menggunakan sistem yang baru jika dianggap sistem tersebut berguna. Sehingga hipotesis yang diuji :

H_1 : manfaat berpengaruh positif terhadap sikap positif penggunaan Internet Banking

Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Davis (1989) mendefinisikan Kemudahan Penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Menurut Adams et. al. (1992), intensitas penggunaan atas suatu sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hong et. al. (2000), Kamel dan Hassan (2003), dan Chan dan Lu (2004) minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem informasi juga didorong oleh persepsi mereka tentang kemudahan menggunakan sistem tersebut. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma dan Susilowati (2007), kemudahan digunakan layanan *Internet Banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap penggunaan sistem tersebut. Hipotesis yang diuji adalah:

H_2 : kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap positif penggunaan Internet Banking

Identitas Responden

Dari Tabel Umur dan Jenis Kelamin Responden dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna *internet banking* berada pada usia 26 - 30 tahun (49%), sedangkan pengguna *internet banking* yang paling sedikit berada pada umur 36 - 40 tahun hal ini mungkin terjadi karena pada usia ini pengguna jasa bank belum banyak yang mengetahui dan mengerti tentang manfaat dari *internet banking*. Sedangkan pada usia < 20 tahun tidak ada yang menggunakan *internet banking*, hal

ini mungkin dikarenakan mereka masih belum bekerja sehingga belum mempunyai tuntutan yang lebih dalam melakukan transaksi. Berdasarkan tabel Umur dan Jenis Kelamin Responden dapat diketahui pula jumlah responden pengguna *internet banking* terdiri dari 39 orang perempuan dan 61 orang laki-laki.

Tabel Umur dan Jenis Kelamin Responden

Usia (tahun)	Jenis Kelamin				Jumlah	Prosentase
	Laki-laki	%	Perempuan	%		
<20	0	0%	0	0%	0	0%
21-25	9	9%	7	7%	16	16%
26-30	29	29%	20	20%	49	49%
31-35	14	14%	10	10%	24	24%
35-40	2	2%	1	1%	3	3%
> 40	7	7%	1	1%	8	8%
Total	61	61%	39	39%	100	100

Sumber: data primer hasil kuesioner

Berdasarkan data mentah yang ada, diketahui pula bahwa sebanyak 83 responden memiliki tingkat pendidikan S1/S2/S3 sedang sisanya tingkat pendidikannya dibawah diploma. Selain itu, dapat dilihat pula penghasilan dari responden, sebagian besar responden (43 orang), berpenghasilan 3 juta 6 juta tiap bulannya. Sedangkan lamanya responden menggunakan *internet banking* bervariasi, tetapi rata-rata lamanya responden menggunakan *internet banking* adalah antara 6 bulan sampai 1 tahun.

Dari Tabel Tingkat Pendidikan Responden diketahui bahwa sebagian besar responden pengguna *internet banking* berada pada jenjang pendidikan S1/S2/S3 (83%). Hal ini terkait dengan analisis bahwa sebagian besar pengguna *internet banking* berada pada umur 26 - 30 tahun, dimana pada karakteristik tersebut jenjang pendidikan responden adalah S1/S2/S3.

Tabel 1
Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SLTP	1	1%
SMA	15	15%
Diploma	1	1%
S1/S2/S3	83	83%
Total	100	100%

Sumber: Data primer hasil kuesioner

Statistik Deskriptif

Dari Tabel Manfaat Penggunaan *Internet Banking* dapat diketahui bahwa rata-rata dari manfaat (U) sebesar 3.97 tergolong tinggi. Bila dilihat secara terpisah, dapat dilihat bahwa manfaat (U) setiap indikatornya memiliki rata-rata yang tergolong tinggi. Hal ini berarti bahwa responden memang menyadari betul manfaat dari fasilitas *internet banking* yang diberikan oleh bank BCA.

Tabel 2
Manfaat Penggunaan *Internet Banking*

	NO	Skor		Mean
		Min	maks	
Manfaat (U)	1	2.00	5.00	4.17
	2	2.00	5.00	4.03
	3	2.00	5.00	3.79
	4	1.00	5.00	3.89
Rata-rata manfaat				3.97

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 3
Kemudahan Penggunaan *Internet Banking*

	NO	Skor		Mean
		Min	maks	
Kemudahan Penggunaan (EOU)	1	1.00	5.00	3.53
	2	1.00	5.00	3.73
	3	1.00	5.00	3.59
Rata-rata Kemudahan Penggunaan				3.6167

Sumber : Data primer yang diolah

Dari Tabel Kemudahan Penggunaan *Internet Banking* diketahui kemudahan penggunaan (EOU) memiliki rata-rata tergolong tinggi (3.6167) yang berarti rata-rata responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan fasilitas *internet banking* dari bank BCA. Setiap indikator juga memiliki rata-rata yang tinggi.

Tabel 4
Sikap Positif Penggunaan *Internet Banking*

	NO	Skor		Mean
		Min	maks	
Sikap Positif (ATT)	1	2.00	5.00	3.40
	2	2.00	5.00	3.76
	3	1.00	5.00	3.46
Rata-rata Sikap Positif (ATT)				3.54

Sumber: Data primer yang diolah

Dari Tabel Sikap Positif Penggunaan *Internet Banking* diketahui sikap positif responden terhadap fasilitas layanan *internet banking* yang diberikan oleh bank BCA tergolong tinggi (3.54). hal ini menandakan bahwa responden menunjukkan sikap yang positif terhadap adanya fasilitas layanan *internet banking* yang diberikan oleh bank BCA. Setiap indikator mempunyai rata-rata yang tinggi.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas Indikator Empirik

Uji Validitas

Hasil uji validitas seluruh indikator empirik yaitu manfaat (U) yang berjumlah 4, kemudahan penggunaan (EOU) yang berjumlah 3, dan sikap positif (ATT) yang berjumlah 3 seluruh itemnya adalah valid. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai *correlated item total correlation* yang semuanya berada di atas nilai 0,3. Selain itu, hal ini juga dibuktikan dengan nilai korelasi masing masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*, dengan kriteria dikatakan handal atau reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Supramono dan Utami, 2003).

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* tiap-tiap instrument yang lebih dari 0,60.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal jika data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* berada pada tingkat signifikansi α ($p > 0,05$). Dari hasil uji normalitas diperoleh angka *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,108 untuk manfaat (U), kemudahan penggunaan (EOU) 0,199 dan 0,113 untuk sikap positif (ATT). Ketiga angka *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai signifikansi > 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dengan menggunakan uji *glejser* dengan tingkat signifikansi α ($p > 0,05$). Dari hasil uji heteroskedastisitas diperoleh persamaan *glejser* sebagai berikut: $Abs(U_t) = 0,819 + 0,044 U - 0,004 EOU - 0,034 ATT$. Ketiga angka dalam persamaan *glejser* memiliki nilai signifikansi > 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya heteroskeditas dalam data.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai VIF. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF

> 10. Dari hasil uji multikolinearitas melalui nilai VIF dan *Tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas dalam model. Ini ditunjukkan dengan nilai VIF dan *Tolerance* berturut-turut untuk X_1 (manfaat) dan X_2 (kemudahan penggunaan) adalah 1,385 ; 0,722 dan 1,385 ; 0,722.

Hipotesis pertama dan kedua menduga bahwa manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap positif (ATT). Untuk menguji apakah variabel bebas secara linear berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat dilakukan uji regresi linear berganda. Variabel dependen adalah sikap positif (Y), sedangkan variabel independen adalah manfaat (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) *internet banking*.

Secara bersama sama, manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap positif (ATT) ditunjukkan dengan nilai F dan sig berturut sebesar 64,608 dan 0,000. Besarnya Adjusted R square adalah 56,2%. hal ini berarti sikap positif pengguna *internet banking* dijelaskan oleh variabel manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) sebesar 56,2%. Sedangkan sisanya sebesar 43,8% dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 5
Hasil Perhitungan Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.756 ^a	.571	.562	1.47110	.571	64.608	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Manfaat

b. Dependent Variable: Sikap Positif

Adjusted R Square : 0,562

F : 64,608

Sig : 0,000

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, didapat tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), sehingga diperoleh suatu bukti bahwa manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap positif (ATT) penggunaan *internet banking*. Hal ini berarti H_1 pada hipotesis pertama dan kedua diterima dan H_0 pada hipotesis pertama dan kedua ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) *internet banking* terus meningkatkan sikap positif penggunaan *internet banking*. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 17, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis 1 dan Hipotesis 2

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t- test	Signifikansi
Manfaat (U)	0.361	4.716	0.000
Kemudahan Penggunaan (EOU)	0.507	6.303	0.000
Konstanta	-0.622		

Sumber: data primer yang diolah

Bentuk persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$\text{Sikap Positif (ATT)} = -0,622 + 0,361 \text{ manfaat (U)} + 0,507 \text{ kemudahan penggunaan (EOU)} + e$$

Hasil penelitian pada hipotesis pertama ini sesuai dengan penelitian Kusuma dan Susilowati (2007) yang menemukan bukti bahwa persepsi manfaat penggunaan *Internet Banking* berpengaruh terhadap sikap pengguna layanan *Internet Banking*. Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Chau dan Lai (2003), Kamel dan Hassan (2003), Chan dan Lu (2004) yang juga menemukan bukti bahwa seseorang akan menggunakan sistem yang baru jika dianggap sistem tersebut berguna. Sedang pada hipotesis kedua, hasil penelitiannya mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Hong et. al. (2000), Kamel dan Hassan (2003), dan Chan dan Lu

(2004) yang menghasilkan kesimpulan bahwa minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem informasi juga didorong oleh persepsi mereka tentang kemudahan menggunakan sistem tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi sikap positif penggunaan *Internet Banking* adalah manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU). Secara bersama sama, manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap positif (ATT). Variabel manfaat (U) dan kemudahan penggunaan (EOU) secara bersama sama mempunyai pengaruh sebesar 0,562 terhadap sikap positif penggunaan *internet banking*. Sedangkan sisanya sebesar 0,438 dijelaskan oleh variabel lain.

Saran

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian dalam mengukur minat menggunakan teknologi informasi. Saran untuk Bank BCA, Bank BCA dapat mempertahankan dan tetap meningkatkan layanan *Internet Banking* (klikBCA) dalam hal manfaat dan kemudahan penggunaan karena akan mempengaruhi sikap positif penggunaan *Internet Banking*. Saran untuk penelitian mendatang, peneliti dapat memilih bank yang lain yang memiliki fasilitas *Internet Banking* yang berbeda dengan bank BCA dan memilih responden yang belum pernah menggunakan fasilitas *Internet Banking*. Di sisi lain, penelitian ini hanya menggunakan dua faktor penentu yang mempengaruhi sikap positif penggunaan *Internet Banking*, penelitian yang akan datang dapat menambahkan faktor faktor

lain sebagai yang mempengaruhi sikap positif penggunaan *Internet Banking*. Penelitian selanjutnya dapat membahas sistem dan prosedur *internet banking* pada suatu bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, 1992. "Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication", *MIS Quarterly*, 16 (2), pp. 227-247.
- Al-Hajri, S. dan Arthur Tatnall, 2008. Technological Innovation and the Adoption of internet banking in Oman, *The electronic Journal for Virtual Organization and Networks*, Vol 10 August:61-83.
- Chan, Siu-chung and Ming-te Lu, 2004. Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hongkong Perspective, *Journal of Global Information Management*, Jul-Sep, pp. 21-43.
- Chang, Yoonhee Tina. 2003. *Dynamics of Banking Technology Adoption: An Application to Internet Banking*, <http://ssrn.com>.
- Chau, P.Y.k and Vincent S.K. Lai, 2003. An Empirical Investigation of the Determinants of User Acceptance of Internet Banking, *Journal of Organization Computing and electronic Commerce*, 13(2), 123-145.
- Chin W Wynne, dan Todd Peter. 1991. *On The use Usefulness, Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A note of Caution*. *Management Information System Quarterly*.
- Daniels, Joseph P. & VanHoose, David D., 2003. Currency substitution, seigniorage, and currency crises in interdependent economies, *Journal of Economics and Business*, Elsevier, vol. 55(3), pages 221-232.
- Davis, F.D. 1986. *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*, doctoral dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, *MIS Quarterly*, September, pg. 319-339.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., 1989. *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science* (online), Vol. 35 Iss. 8, pg. 982.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hansen, D.R. dan Maryanne M.M., 2007. *Managerial Accounting*, Thomson South Western, USA.
- Hong, W., Thong, J.Y.L., Wong, W.M., and Tam, K.Y., 2000. Determinants of user acceptance of digital libraries: An empirical examination of individual differences and systems characteristics. *Journal of Management Information Systems* (online journal from Proquest), Vol. 18, Iss. 3, pg. 97.

- Kamel, S. and Ahmed, H., 2003. *Assessing the Introduction of Electronic Banking in Egypt Using the Technology Acceptance Model*, *Annals of Cases on Information Technology*, Vol 5, pg. 1.
- Kusuma, H. dan Dwi S., 2007. Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol 11 No.2 Desember:125-139.
- Lailatulfitria. 2009. *Pengertian Internet Banking*. <http://lailatulfitria.wordpress.com/2009/02/16/pengertian-internet>. 16 February 2009.
- Maharsi, S. Dan Mulyadi Y., 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 9 No.1 Mei:18-28.
- M. Tan and T. S. H. Teo, 2000. "Factors influencing the adoption of Internet banking," *Journal of the Association for Information Systems*, vol. 1, no. 5, pp. 144.
- Nugraha, Dwi Ellen. 2005. Pengaruh Persepsi Pengguna atas e-SQ yang menggunakan fasilitas internet banking terhadap kepuasan pengguna jasa yang menggunakan fasilitas internet banking. *Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan)*.
- Supomo dan Indriantoro. 1999. *Metodologi Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, UGM
- Supramono dan Intiyas Utami, 2003. *Desain Proposal Penelitian*, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Wang, Y.S., 2002. The adoption of electronic tax filing systems: An empirical study. *Government Information Quarterly (online)*, Vol. 20, pg. 333. <http://lib.ncue.edu.tw/exam/93/Td/be08.pdf>(2006, 24 Januari).
- Wang, Y.S., Wang, Y.M., Lin, H.H., and Tang, T.I., 2003. Determinants of user acceptance of internet banking: An empirical study. *International Journal of Service Industry Management (online journal from Proquest)*, Vol.14, Iss.5, pg. 501.
- Wang, Y.S., Wang, Y.M., Lin, H.H., and Tang, T.I. 2004. Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking services. pg. 1660 (*online*). <http://www.pacis-net.org/file/2004/S34-003.PDF> (2006, 24 Januari).