

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Penggunaan Internet Banking di Jabodetabek

Bani Saad

STIE Indonesia Banking School

Bani.saad@ibs.ac.id

Abstract

Internet banking service allows customers to conduct banking transactions online via bank's website, anytime, anywhere, faster, and relatively lower cost compared to another physical media services. According to that condition, the researcher were motivated to analyze the influence of some factors that affect customer acceptance of Internet Banking in Jabodetabek, using the framework of Technology Acceptance Model (TAM) based on Pikkarainen et al. (2004). Some variables analyzed in this research are Perceived usefulness (PU), Perceived ease of use (PEoU), Perceived enjoyment (PE), Information on Internet Banking (I), Security and privacy (SP), Quality of internet connection (Q), & internet banking use (U). The respondents of this research are Bank customers in Jabodetabek who use Internet Banking. Based on the data analysis, only information on internet banking has a positive and significant effect to internet banking use, Other independent variable doesn't have significant effect to internet banking use.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Internet Banking

Abstrak

Layanan perbankan internet memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi perbankan secara online melalui situs web bank, kapan saja, di mana saja, lebih cepat, dan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan layanan media fisik lainnya. Menurut kondisi itu, peneliti termotivasi untuk menganalisis pengaruh beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan Internet Banking di Jabodetabek, menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) berdasarkan Pikkarainen et al. (2004). Beberapa variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah Persepsi kegunaan (PU), Persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), Persepsi Kesenangan (PE), Informasi tentang Internet Banking (I), Keamanan dan Privasi (SP), Kualitas koneksi internet (Q), & penggunaan internet banking (U). Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank di Jabodetabek yang menggunakan Internet Banking. Berdasarkan analisis data, hanya informasi tentang internet banking yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet banking, variabel independen lainnya tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model (TAM), Internet Banking

1. Pendahuluan

Di era jejaring global dengan tingkat persaingan bisnis yang tinggi saat ini, adopsi terhadap teknologi informasi sudah bukan merupakan alternatif, tetapi merupakan suatu kebutuhan untuk kemajuan dan keberhasilan bisnis.

“(Dari) segi volume, penggunaan electronic banking meningkat mulai dari Rp 4.441 triliun tahun 2012, Rp 5.495 triliun tahun 2013, dan Rp 6.447 triliun tahun 2014,” menurut Deputy Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Irwan Lubis di Jakarta, Kompas Senin (14/9/2015).

Direktur Consumer Banking PT Bank Central Asia (BCA), Henry Koenaifi mengatakan, digital banking sudah menjadi sebuah kebutuhan untuk industry (InfoBank, 2015).

Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini mereplikasi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pikkarainen et al. (2004) di Finlandia. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik mengambil judul “Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking di Jabodetabek”. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menguji model penelitian sebelumnya mengenai adopsi internet banking di Finlandia yang dikembangkan oleh Pikkarainen et al. (2004) dengan sampel yang berbeda yaitu nasabah inter-

net banking di Jabodetabek.

1. Menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap internet banking use (U)?
2. Menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEoU) terhadap internet banking use(U)?
3. Menganalisis pengaruh *Perceived Enjoyment* (PE) terhadap internet banking use (U)?
4. Menganalisis pengaruh Information on Internet Banking (I) terhadap internet banking use (U)?
5. Menganalisis pengaruh *Security and Privacy* (SP) terhadap internet banking use (U)?
6. Menganalisis pengaruh *Quality of Internet Connection* (Q) terhadap internet banking use (U)?

2. Landasan Teori Internet Banking

Pikkarainen et al. (2004) mendefinisikan internet banking sebagai portal internet, yaitu saluran bagi nasabah untuk menggunakan berbagai macam jasa perbankan mulai dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi.

Internet Banking di Indonesia

Downes & Mui (1998) memperlihatkan proses virtualisasi perbankan yang dimulai dari penyampaian layanan perbankan dengan prasarana fisik (kantor cabang)

Tabel 1. Manfaat Internet Banking

Bagi Nasabah	Bagi Bank
a. Dapat mengakses kapan saja (24 jam)	a. Mempertahankan nasabah bank yang ingin menggunakan fasilitas internet banking agar tidak pindah ke bank lain yang mempunyai fasilitas tersebut.
b. Dapat mengakses dimana saja selama ada akses internet	b. Mengurangi biaya operasi, biaya per transaksi untuk internet paling murah dibanding dengan delivery channel yang lain
c. Menghemat waktu, tidak perlu mengantri	c. Bank tidak perlu membuka banyak ATM dan cabang
d. Bisa membayar tagihan tepat waktu	d. Memiliki kemampuan untuk bersaing dengan bank-bank lainnya yang lebih besar di dunia maya.
e. Dapat memanaje bank account sendiri di meja sendiri	
f. Transaksi di internet, kalau dikelola dengan baik akan sangat aman	

menuju layanan perbankan tanpa prasarana fisik (menggunakan prasarana virtual)

Penggunaan Internet Banking oleh Nasabah

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Pikkarainen et al. (2004) pada responden pengguna internet banking di Finlandia.

Technology Acceptance Model

Menurut Agarwal & Karahana (2000), beberapa penelitian terdahulu memfokuskan perhatian pada faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam menerima teknologi informasi.

Pengembangan Hipotesis

Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use

H₁ : *Perceived usefulness* (PU) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

H₂ : *Perceived ease of use* (PEoU) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

Perceived Enjoyment

H₃ : *Perceived enjoyment* (PE) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

Information on Internet Banking

H₄ : *Information on Internet Banking* (I) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

Security and Privacy

H₅ : *Security and privacy* (SP) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

Quality of Internet Connection

H₆ : *Quality of internet connection* (Q) mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use* (U).

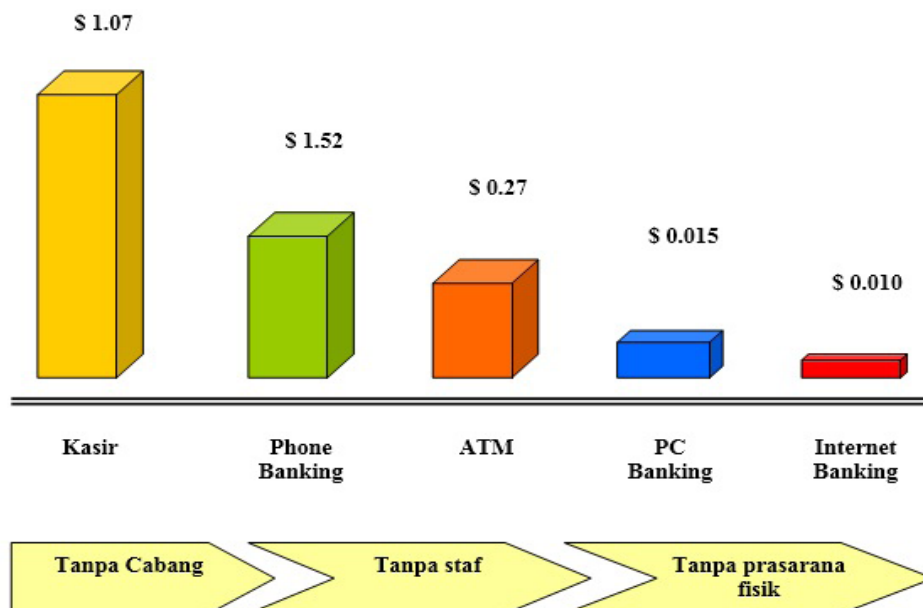
Rerangka Pemikiran

Rerangka Pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.

3. Metode Penelitian

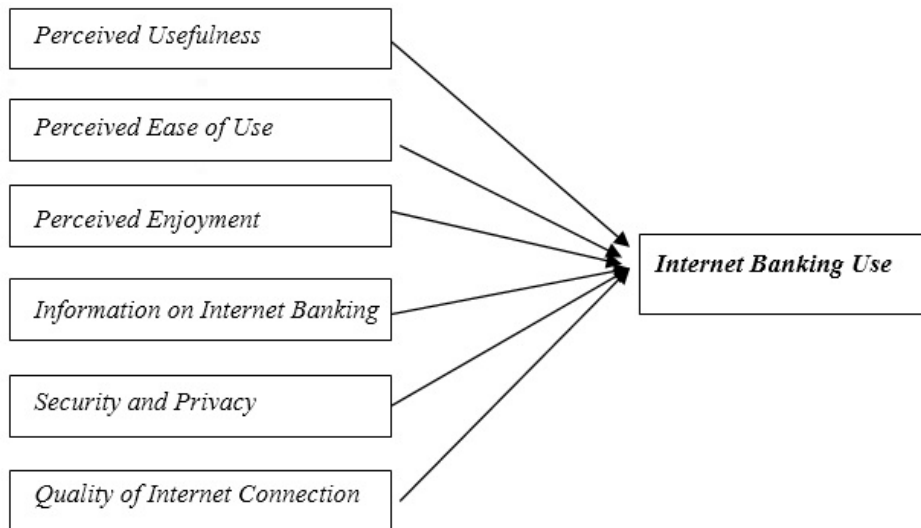
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah bank yang pernah menggunakan fasilitas internet banking di bank Jabodetabek. Metode pengambilan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling* atau pengambilan sampel secara nyaman



Gambar 1. Virtualisasi Perbankan

Sumber: Downes & Mui (1998) Dikutip dari Hamsal (2002)



Gambar 2. Rerangka Pemikiran
 Sumber: Pikkarainen, et al. (2004)

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian adalah data primer.

Variabel Independen

Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan instrumen yang digunakan oleh Pikkarainen et al. (2004). Jawaban-jawaban dalam variabel ini diukur dengan nilai positif menggunakan skala Likert 5 poin yaitu terkecil 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Internet Banking Use**. Jawaban-jawaban dalam variabel ini diukur dengan nilai positif menggunakan skala Likert 5 poin yaitu terkecil 1 (hampir tidak pernah) sampai dengan 5 (hampir selalu).

Metoda Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam metoda analisis multivariate ini menggunakan model regresi linear berganda (*multiple regression model*).

Perumusan Model Persamaan Regresi Berganda

$$y_i = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + \varepsilon_i$$

Notasi:

- Y_i = Penggunaan internet banking
- b_0 = Konstanta
- b_{1-6} = Koefisien Regresi
- PU = *Perceived Usefulness*
- $PEoU$ = *Perceived Ease of Use*
- PE = *Perceived Enjoyment*
- I = *Information on Internet Banking*
- SP = *Security and Privacy*
- Q = *Quality of Internet Connection*
- e_i = Variabel pengganggu

4. Analisis dan Pembahasan
Gambaran Umum dan Objek Penelitian
Karakteristik Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang menggunakan layanan internet *banking* untuk

bertansaksi di JABODETABEK.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Tabel 3)
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden (Tabel 4)
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden (Tabel 5)
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Responden (Tabel 6)
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Internet Banking (Tabel 7)
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Mengakses Internet Banking (Tabel 8)
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Dalam 1 Kali Akses (Tabel 9)
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Internet Banking (Tabel 10)
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Informasi Internet Banking (Tabel 11)

Analisis dan Hasil Penelitian
Uji Statistik Deskriptif

Tabel 12 menunjukkan jumlah responden (N) sebanyak 49. Nilai minimum variabel *perceived usefulness* sebesar 3 dan nilai maksimumnya sebesar 10, rata-rata nilainya sebesar 7.5306. Nilai minimum variabel *perceived ease of use* sebesar 3 dan nilai maksimumnya sebesar 10, rata-rata nilainya sebesar 7.3265. Nilai minimum *perceived enjoyment* sebesar 10 dan nilai maksimumnya sebesar 30, rata-rata nilainya sebesar 24.4898. Nilai minimum variabel *information on internet banking* sebesar 10 dan nilai maksimumnya sebesar 30, rata-rata nilainya sebesar 24.1429. Nilai minimum variabel *security and privacy* sebesar 7 dan nilai maksimumnya sebesar 25, rata-rata nilainya sebesar 18.7347. Nilai minimum variabel *quality of Internet connection* sebesar 11 dan nilai maksimumnya sebesar 28, rata-rata nilainya sebesar 21.0816. Nilai minimum variabel *internet banking use* sebesar 5 dan nilai maksimumnya sebesar 20, rata-rata nilainya sebesar 13.6531

Uji Validitas

Berdasarkan tabel 13 dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel dinyatakan valid.

Tabel 2. Instrumen Variabel Penelitian

Variabel	Item	Pernyataan yang diajukan
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	1. Dengan internet banking, saya dapat memanfaatkan layanan bank dengan lebih cepat.
	PU2	2. Menggunakan internet banking meningkatkan pelaksanaan transaksi perbankan saya.
	PU3	3. Menggunakan internet banking meningkatkan produktivitas kerja saya.
	PU4	4. Saya dapat memanfaatkan layanan bank secara efektif dengan menggunakan internet banking.
	PU5	5. Menggunakan internet banking lebih mempermudah saya dalam memanfaatkan layanan bank.
	PU6	6. Secara keseluruhan, internet banking bermanfaat bagi saya untuk melakukan transaksi keuangan saya.
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEoU)	PEoU1	1. Menggunakan internet banking merupakan hal yang mudah bagi saya.
	PEoU2	2. Saya merasa mudah melakukan transaksi perbankan yang saya inginkan dengan internet banking.
	PEoU3	3. Interaksi saya menggunakan internet banking adalah jelas dan dapat dipahami.
	PEoU4	4. Saya memandang internet banking sebagai media transaksi yang fleksibel untuk digunakan.
	PEoU5	5. Mudah bagi saya untuk mengoperasikan penggunaan internet banking.
	PEoU6	6. Secara keseluruhan, saya merasa penggunaan internet banking merupakan hal yang mudah.
<i>Perceived Enjoyment</i> (PE)	PE1	1. Menggunakan internet banking menyenangkan.
	PE2	2. Saya merasa gembira menggunakan internet banking.
	PE3	3. Menggunakan internet banking adalah hal yang positif.
	PE4	4. Saya merasa asyik bertransaksi menggunakan internet banking.
	PE5	5. Keputusan saya menggunakan internet banking adalah bijaksana.
<i>Information on Internet Banking</i> (IIB)	I1	1. Saya telah mengetahui cukup informasi tentang internet banking.
	I2	2. Saya telah memperoleh cukup informasi mengenai manfaat menggunakan internet banking.
<i>Security and Privacy</i> (SP)	SP1	1. Menggunakan internet banking aman bagi transaksi keuangan saya.
	SP2	2. Saya percaya internet banking mampu menjaga privasi saya.
	SP3	3. Saya percaya pada teknologi internet banking.
	SP4	4. Saya mempercayai internet banking sebagai cara bertransaksi perbankan saya.
	SP5	5. Saya tidak ragu terhadap keamanan internet banking.
	SP6	6. Masalah keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan saya menggunakan internet banking.
<i>Quality of Internet Connection (QIC)</i>	Q1	1. Akses internet saya cepat.
	Q2	2. Akses internet saya dapat dipercaya.
<i>Internet Banking Use</i> (U)		Saya menggunakan fasilitas internet banking untuk :
	U1	1. Mengecek saldo
	U2	2. Melakukan pembelian
	U3	3. Membayar tagihan
	U4	4. Transfer dana
U5	5. Lainnya	

Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 14 dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Uji Normalitas

Berdasarkan pada tabel 15 diketahui bahwa nilai signifikansi (Asym.Sig 2-tailed) sebesar 0,200. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka residual terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Pada tabel 16 menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 pada semua variabel, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Dapat dilihat pada gambar 3 dari scatterplot bah-

wa data yang di pakai tidak membentuk suatu pola tertentu yang menandakan bahwa tidak ada hetero data, berarti data yang digunakan tidak terjadinya ketidaksamaan variance dari residual.

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 3.483 + 0.152 X_1 + 0,269 X_2 - 0.113 X_3 + 0.485 X_4 + 0.221 X_5 - 0.285 X_6 + E$$

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Berdasarkan tabel 17 diketahui bahwa nilai koefisien *adjusted R square* adalah sebesar 0,373 atau 37.3%. Hal ini berarti bahwa 37.3% variabel *internet banking use* dapat dijelaskan oleh keenam variabel independen, sedangkan sisanya (100% - 37.3% = 62.7%) dipengaruhi

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pengguna Internet Banking

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	13	26.53%
2	Perempuan	36	73.47%
Total		49	100%

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari Rp 2.500.000	29	59.18%
2	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	13	26.54%
3	Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000	3	6.12%
4	Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000	1	2.04%
5	Lebih dari Rp 10.000.000	3	6.12%
Total		49	100%

Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Internet Banking

No	Nama Tempat	Jumlah	Persentase
1	Kantor	5	10.20%
2	Rumah	32	65.31%
3	Sekolah	7	14.29%
4	lainnya	5	10.20%
Total		49	100%

Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

Jumlah Transaksi	Jumlah	Persentase
1-2 Kali Transaksi	42	85.71%
3-5 Kali Transaksi	7	14.29%
Total	49	100 %

Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Internet Banking

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1	Bank	26	53.08%
2	Internet	10	20.40%
3	Temen	6	12.24%
4	Keluarga	5	10.20%
5	Iklan	2	4.08
6	lainnya	-	-
Total		49	100%

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Total
1	Mahasiswa	39	79.60%
2	Wiraswasta	1	2%
3	Pegawai Negri	1	2%
4	Pegawai Swasta	5	10.20%
5	Lainnya	3	6.20%
Total		49	100%

Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Bank Responden

No	Nama Bank	Jumlah	Persentase
1	Bank Central Asia	17	34.70%
2	Bank Mandiri	17	34.70%
3	Bank Negara Indonesia	5	10.20%
4	Bank Rakyat Indonesia	6	12.24%
5	Lainnya	4	8.16%
Total		49	100%

Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Mengakses Internet Banking

Mengakses Internet Banking	Jumlah	Persentase
1-3 kali dalam sebulan	16	32.65%
4-7 kali dalam sebulan	12	24.49%
8-10 kali dalam sebulan	13	26.54%
>10 kali dalam sebulan	8	16.32%
Total	49	100%

Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Internet Banking

Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
1-3 Bulan	8	16.33%
4-7 Bulan	7	14.29%
8-10 Bulan	2	4.08%
>10 Bulan	32	65.30%
Total	49	100%

Tabel 12. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
PIB	49	5.00	20.00	669.00	13.6531	3.55640
PU	49	3.00	10.00	369.00	7.5306	1.70907
PEoU	49	3.00	10.00	359.00	7.3265	1.53280
PE	49	10.00	30.00	1200.00	24.4898	5.01715
I	49	10.00	30.00	1183.00	24.1429	4.97075
SP	49	7.00	25.00	918.00	18.7347	3.90393
Q	49	11.00	28.00	1033.00	21.0816	4.42924
Valid N (listwise)	49					

Sumber: Hasil olahan penulis

Tabel 13. Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X(1) <i>Perceived Usefulness</i>	X1.1	0.698	0.2816	Valid
	X1.2	0.505	0.2816	Valid
X(2) <i>Perceived Ease of Use</i>	X2.1	0.494	0.2816	Valid
	X2.2	0.671	0.2816	Valid
X(3) <i>Perceived Enjoyment</i>	X3.1	0.857	0.2816	Valid
	X3.2	0.882	0.2816	Valid
	X3.3	0.625	0.2816	Valid
	X3.4	0.899	0.2816	Valid
	X3.5	0.826	0.2816	Valid
	X3.6	0.811	0.2816	Valid
X(4) <i>Information on Internet Banking</i>	X4.1	0.829	0.2816	Valid
	X4.2	0.843	0.2816	Valid
	X4.3	0.858	0.2816	Valid
	X4.4	0.812	0.2816	Valid
	X4.5	0.891	0.2816	Valid
	X4.6	0.882	0.2816	Valid
X(5) <i>Security and Privacy</i>	X5.1	0.803	0.2816	Valid
	X5.2	0.788	0.2816	Valid
	X5.3	0.829	0.2816	Valid
	X5.4	0.784	0.2816	Valid
	X5.5	0.895	0.2816	Valid
	X(6) <i>Quality of Internet Connection</i>	X6.1	0.642	0.2816
X6.2		0.772	0.2816	Valid
X6.3		0.758	0.2816	Valid
X6.4		0.694	0.2816	Valid
X6.5		0.707	0.2816	Valid
X6.6		0.531	0.2816	Valid
Y <i>Internet Banking Use</i>	Y1	0.725	0.2816	Valid
	Y2	0.392	0.2816	Valid
	Y3	0.342	0.2816	Valid
	Y4	0.584	0.2186	Valid

Sumber: Hasil olahan penulis

Tabel 14. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Perceived Usefulness X(1)</i>	0.743	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use X(2)</i>	0.666	Reliabel
<i>Perceived Enjoyment X(3)</i>	0.832	Reliabel
<i>Information on Internet Banking X (4)</i>	0.948	Reliabel
<i>Security and Privacy X (5)</i>	0.951	Reliabel
<i>Quality of Internet Connection X (6)</i>	0.924	Reliabel
<i>Internet Banking Use (Y)</i>	0.925	Reliabel

Sumber: Hasil olahan penulis

Tabel 15. Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63417535
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.062
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

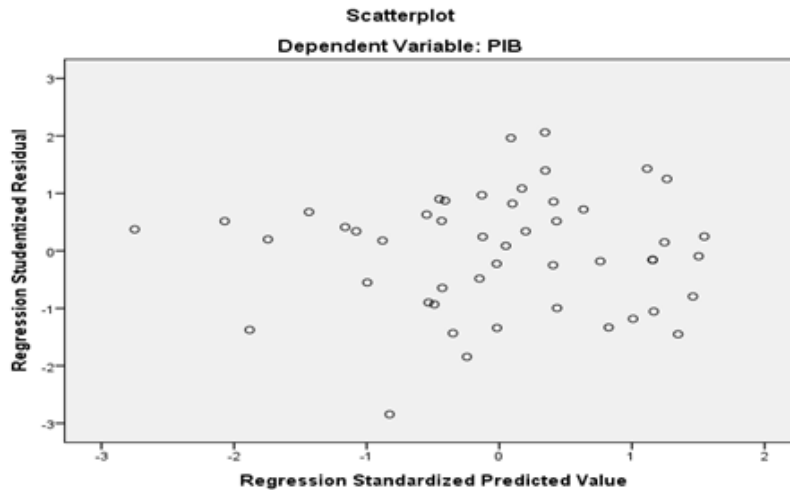
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olahan penulis

Tabel 16. Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
<i>Perceived Usefulness X(1)</i>	0.476	2.103	Bebas
<i>Perceived Ease of Use X(2)</i>	0.500	2.001	Bebas
<i>Perceived Enjoyment X(3)</i>	0.158	6.329	Bebas
<i>Information on Internet Banking X(4)</i>	0.122	8.219	Bebas
<i>Security and Privacy X(5)</i>	0.131	7.656	Bebas
<i>Quality of Internet Connection X(6)</i>	0.319	3.134	Bebas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji nilai F yang ditunjukkan tabel 4.17 diperoleh nilai p value sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi tentang *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment*, *information on internet banking*, *security and privacy* dan *quality of Internet connection* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *internet banking use*.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Hasil Uji Hipotesis 1 dan pembahasan: *Perceived usefulness (PU)* mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use (U)*.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* akan

meningkatkan *internet banking use*.

Hasil Uji Hipotesis 2 dan pembahasan: *Perceived ease of use (PEoU)* mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use (U)*.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* akan meningkatkan *internet banking use*.

Hasil Uji Hipotesis 3 dan pembahasan: *Perceived enjoyment (PE)* mempunyai pengaruh terhadap *internet banking use (U)*.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *perceived enjoyment* tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived enjoyment* akan mengurangi *internet banking use*.

Tabel 17. Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.483	2.453		1.420	.163		
	PU	.152	.345	.073	.441	.662	.476	2.103
	PEoU	.269	.375	.116	.717	.477	.500	2.001
	PE	-.113	.204	-.160	-.556	.581	.158	6.329
	I	.485	.234	.678	2.069	.045	.122	8.219
	SP	.221	.288	.242	.767	.447	.131	7.656
	Q	-.285	.162	-.355	-1.756	.086	.319	3.134

a. Dependent Variable: PBU

Tabel 18. Hasil Analisis Determinasi (*Adjusted R Square*)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.451	.373	2.81605

a. Predictors: (Constant), Q, PEoU, PU, PE, SP, I

b. Dependent Variable: PBU

Tabel 19. Hasil Nilai Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.036	6	45.673	5.759	.000 ^b
	Residual	333.066	42	7.930		
	Total	607.102	48			

a. Dependent Variable: PBU

b. Predictors: (Constant), Q, PEoU, PU, PE, SP, I

Tabel 20. Hasil Nilai Uji t**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.483	2.453		1.420	.163		
	PU	.152	.345	.073	.441	.662	.476	2.103
	PEoU	.269	.375	.116	.717	.477	.500	2.001
	PE	-.113	.204	-.160	-.556	.581	.158	6.329
	I	.485	.234	.678	2.069	.045	.122	8.219
	SP	.221	.288	.242	.767	.447	.131	7.656
	Q	-.285	.162	-.355	-1.756	.086	.319	3.134

a. Dependent Variable: PBU

Hasil Uji Hipotesis 4 dan pembahasan: information on internet banking (I) berpengaruh terhadap internet banking use (U).

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *information on internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *information on internet banking* akan meningkatkan *internet banking use*.

Hasil Uji Hipotesis 5 dan pembahasan: security and privacy (SP) mempunyai pengaruh terhadap internet banking use (U).

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *security and privacy* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *security and privacy* akan meningkatkan *internet banking use*.

Hasil Uji Hipotesis 6 dan pembahasan: quality of internet connection (Q) mempunyai pengaruh terhadap internet banking use (U).

Penulis mengambil kesimpulan bahwa variabel *quality of internet connection* tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *quality of internet connection* akan mengurangi *internet banking use*.

5. Kesimpulan dan Saran**Kesimpulan**

1. Variabel *Perceived usefulness* (PU) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use* (U)

2. Variabel *Perceived ease of use* (PEoU) use tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use* (U)
3. Variabel *perceived enjoyment* tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*
4. Variabel *information on internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *internet banking use*
5. Variabel *security and privacy* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*
6. Variabel *quality of internet connection* tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet banking use*

Saran

1. Sebaiknya penelitian mendatang dapat memperluas populasi dan sampel penelitian diluar area JABODETABEK.
2. Sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel *information on internet banking* terbukti secara empiris berpengaruh positif dan signifikan terhadap *internet banking use*. Industri perbankan sebaiknya lebih meningkatkan lagi sosialisasi mengenai fungsi dan kegunaan Internet Banking kepada masyarakat luas, sehingga pelayanan kepada nasabah perbankan lebih optimal, jumlah pengguna internet banking dapat meningkat, dan dampaknya akan menekan biaya operasional perbankan dengan memanfaatkan Internet Banking tersebut.

Daftar Referensi

- Adams, D.A., Nelson, R.R. and Todd, P.A. "Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage Of Information Technology: A Replication," *MIS Quarterly*, June 1992, pp. 227-47.
- Bradley, L. and Stewart, K. "A Delphi Study of the Drivers and Inhibitors of Internet Banking," *The International Journal of Bank Marketing*, 2003, Vol. 20 No. 6, pp. 250-60.
- Davis, F.D. "Perceived Usefulness, Perceived Easy Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", *MIS Quarterly*, September 1989, Vol. 13, No. 3, pp. 319-40.
- Eriksson, K., Kerem, K., & Nilsson, Daniel. "Customer Acceptance of Internet Banking in Estonia," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23 No. 2, 2005, pp. 200-216.
- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS," Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Hartono, Jogyanto, "Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman," BPF UGM, 2004.
- Karjaluto, H., Mattila, M. and Pentto, T. "Electronic Banking in Finland – Consumer Beliefs and Reactions to a New Delivery Channel", *Journal of Financial Services Marketing*, 2002, Vol. 6 No. 4, pp. 346-61.
- Kolodinsky, J. M., Hogarth, J. M., and Hilgert, M. A. "The Adoption of Electronic Banking Technologies by US Consumers," *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22 No. 4, 2004, pp. 238-259.
- Polatoglu, V.N. and Ekin, S. "An Empirical Investigation Of The Turkish Consumers' Acceptance Of Internet Banking Services", *International Journal of Bank Marketing*, 2001, Vol. 19 No. 4, pp. 156-65.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen K., Karjaluto, Heikki and Pahnla, Seppo., "Consumer Acceptance of On-line Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model," *Internet Research*, Vol. 14, No. 3, pp. 224–235, 2004.
- Sathye, M. "Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Empirical Investigation", *International Journal of Bank Marketing*, 1999, Vol. 17 No. 7, pp. 324-34.
- Sekaran, Uma. "Metode Penelitian untuk Bisnis," Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Suryani et al. "Sikap dan Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Internet Banking," *Ventura*, Desember 2005, Vol. 8, No. 2.
- Tan, M. and Teo, T.S.H. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking", *Journal of the Association for Information Systems*, 2000, Vol. 1 No. 5, pp. 1-42.
- Venkatesh, V. and Davis, F.D. "A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development And Test", *Decision Sciences*, 1996, Vol. 27 No. 3, pp. 451-81.
- Yuani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking" *Jurnal Maksi UGM*, 2007.