

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING*
Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**Nama : Anton Benny
NIM : 12090680**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2013**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING*
Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

Disusun Oleh :

Nama : Anton Benny

NIM : 12090680

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2013**

Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
INTERNET BANKING**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

ANTON BENY SUHENDRO

12090680

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 1 Oktober 2013

Nama Dosen

1. Astuti Yuli Setyani, S.E., M.Si., Ak.

(Dosen Pembimbing)

2. Christine Novita Dewi, S.E., M.Acc.

(Dosen Penguji)

3. Maharani Dhan Kusumawati, S.E., MSc.

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

:

:

:

:

:



Dekan,

Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi,

Putriana Kristanti, Dra., MM., Akt

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :
PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *INTERNET*
BANKING

(Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, Oktober 2013



DUTA WACANA

Anton Beny

12090680

“Timeo hominem unius libri.”

(Thomas Aquinas)

“Cogito ergo sum.”

(Descartes)

©UKDOWN

*Skripsi ini kupersembahkan untuk almamaterku
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta*

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*” (Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta). Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa selama persiapan, penyusunan, hingga terselesainya skripsi ini, tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak untuk memperlancar skripsi ini. Untuk itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan karunia yang diberikanNya kepada penulis, penyertaan serta pertolongan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
2. Kepada Papa dan Mama, Benny Suhendro dan Tan Mei Lin, atas kesabaran dan dukungan, doa dan support yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik, dan kepada kakak saya Sandra Yohana atas dukungan dan waktu yang diluangkan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya.

3. Keluarga Besar Ernawati Suhendro dan terlebih keluarga besar Om Silas Kristianto atas support yang telah diberikan dan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat kesempatan untuk menikmati bangku kuliah.
4. Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, terimakasih atas semua fasilitas yang telah diberikan kepada penulis dalam menuntut ilmu.
5. Astuti Yuli Setyani, S.E., M.Si., Ak., selaku dosen pembimbing, yang dengan segala kesabaran, kerelaan dan keikhlasan hati memberikan saran, membimbing, mengoreksi, mendukung dan menjadi teman diskusi dalam proses penyelesaian karya tulis.
6. Seluruh dosen Fakultas Bisnis, baik dosen-dosen biasa maupun dosen-dosen luar biasa yang pernah memberikan ilmu, wawasan, pengetahuan, dan membuat pola pikir peneliti lebih bijaksana agar dapat berusaha dan berbuat yang terbaik.
7. Kepada sahabat penulis Ko Sindu, Jimmy, Indra, Ucok, Dewi, Herlin dan Dante atas kesabaran dan support yang diberikan sehingga penulis mendapatkan motivasi untuk terus menyelesaikan studi ini.
8. Keluarga besar GKPb MDC Purwokerto (Pak Lambert, Bu Elles, Angga, Mas Jo, Mas Anung, dll) dan GKPb MDC jogjakarta atas support dan dukungan doa, tek lupa juga untuk keluarga besar kesan Mahanaim (Ko pin2, ko DJ, Ko Ferry, Mba Ari, Wanta, dll) untuk spirit yang diberikan bagi penulis.
9. Keluarga besar TOP GAS Regulator dan AXOR phone yang telah membesarkan nama penulis selama menjalani proses perkuliahan dan memberikan support dana bagi penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah banyak membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Besar harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, Oktober 2013

Penulis

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model</i>	8
2.1.2. Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	13
2.1.3. Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	15
2.1.4. Risiko (<i>Risk</i>).....	16
2.1.5. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	18

2.3. Kerangka Konsep	20
2.4. Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.1.1. Populasi Penelitian	24
3.1.2. Sampel Penelitian.....	24
3.2. Metode Pengambilan Sampel	24
3.3. Sumber Data.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data	25
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	26
3.6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	27
3.6.1. Uji Validitas	27
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.7. Metode Analisis Data.....	28
3.7.1. Persamaan Regresi	28
3.7.2. Pengujian Signifikansi.....	29
3.7.3. Koefisien Determinasi (R^2)	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Analisis Deskriptif.....	32
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kegunaan	33
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan	33
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Risiko	34
4.2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan.....	35
4.2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	36
4.3. Karakteristik Responden	36
4.3.1. Jenis Kelamin	37
4.3.2. Umur.....	37

4.3.3. Lama Memakai <i>Internet Banking</i>	38
4.3.4. Pengeluaran per Bulan.....	39
4.3.5. Frekuensi Memakai <i>Internet Banking</i>	40
4.4. Analisis Deskriptif.....	41
4.5. Hasil Analisis Regresi Ganda.....	42
4.5.1. Persamaan Regresi	43
4.5.2. Pengujian Signifikansi.....	43
4.5.3. Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.6. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Kriteria Skala Likert	26
Tabel 4.1.	Hasil Validitas Variabel Persepsi Kegunaan	33
Tabel 4.2.	Hasil Validitas Variabel Persepsi Kemudahan	33
Tabel 4.3.	Hasil Hasil Validitas Variabel Risiko	34
Tabel 4.4.	Hasil Hasil Validitas Variabel Kepercayaan	35
Tabel 4.5.	Hasil Validitas Variabel Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	36
Tabel 4.6.	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	37
Tabel 4.7.	Jumlah Responden Menurut Umur	38
Tabel 4.8.	Jumlah Responden Menurut Lama Memakai <i>Internet Banking</i>	39
Tabel 4.9.	Jumlah Responden Menurut Pengeluaran per Bulan	40
Tabel 4.10.	Jumlah Responden Menurut Frekuensi Memakai <i>Internet Banking</i> ...	41
Tabel 4.11.	Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.12.	Hasil Uji t	44
Tabel 4.13.	Hasil Uji F	47
Tabel 4.14.	Hasil Koefisien Determinasi Ganda (R^2)	48
Tabel 4.15.	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konsep	21
-----------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner
Lampiran B	Data Uji Coba
Lampiran C	Data Penelitian
Lampiran D	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran E	Hasil Analisis Regresi Ganda

©UKDW

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
*INTERNET BANKING***

Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

**Anton Beny
12090680**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang menggunakan *internet banking*. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 30 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), risiko (*risk*) dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan *internet banking*.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *internet banking* persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), risiko (*risk*), kepercayaan (*trust*),

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari, baik dalam pekerjaan, sekolah maupun untuk sekedar hiburan. Teknologi berkembang sangat cepat, salah satu fenomena yang menarik dari teknologi adalah munculnya *internet*. Walaupun *internet* tidak dapat dikatakan barang baru, tetapi kemunculannya telah merubah perilaku masyarakat, khususnya yang berhubungan dengan informasi dan komunikasi. Perkembangan *internet* yang cepat juga mengakibatkan informasi yang ada menjadi tumpah ruah, terkadang sangat sulit untuk membedakan antara data-data yang dapat dijadikan informasi, dan data-data yang merupakan *junk*. Banyak lembaga atau organisasi menyadari manfaat yang besar dari penggunaan *internet* ini, salah satunya adalah bank.

Pengadopsian perkembangan teknologi internet oleh industri perbankan digunakan untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Bank menyediakan fasilitas *internet banking* yang ditunjang dengan keamanan dan kemudahan bagi para nasabahnya. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking*

yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), kartu kredit dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar.

Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. *Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Dalam sistem informasi manajemen salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali dikemukakan oleh Davis (1989). TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang

berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi (*perceived ease of use*).

Kepercayaan (*trust*) terhadap layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *online banking*. Risiko juga merupakan aspek yang dapat berpengaruh terhadap penggunaan layanan *internet banking*. Risiko berarti bahwa sejauh mana individu memperkirakan kerugian yang dialami dirinya sendiri dalam melakukan aktivitas menggunakan suatu teknologi. Variabel risiko dan kepercayaan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku mahasiswa nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Masyarakat Indonesia masih banyak yang menggunakan *internet banking* hanya sekedar melihat saldo. Oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan internet dengan tujuan agar *value* yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi *e-payment* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *internet banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku konsumen belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan

memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *internet banking* tergolong baru bagi masyarakat.

Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan. Untuk tujuan meningkatkan pertumbuhan dan mempertahankan eksistensi, suatu perusahaan harus secara berkelanjutan melakukan improvisasi terhadap produk yang sudah ada dan secara periodik mengembangkan produk baru. Studi pemasaran tentang adopsi produk juga sangat penting karena rendahnya tingkat kesuksesan produk baru dalam memasuki pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan menggunakan teknologi (*internet banking*) di mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana. Sebagai calon *entrepreneur*, para mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana diharapkan dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi *internet banking*. Berkembangnya dunia bisnis dewasa ini berdampak pada kebutuhan akan cara-cara pembayaran yang praktis untuk menyelesaikan transaksinya. Tentu kemudahan bertransaksi melalui *internet banking* merupakan salah satu cara dan upaya para bankir untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kiranya perlu dilakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN

MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)”).

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini yaitu :
Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking*?

1.3. Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dimaksudkan agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah dan uraiannya dapat lebih dipusatkan pada permasalahan yang terjadi. Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel yang diteliti adalah mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *internet banking*. Adapun definisi dari masing-masing variabel adalah:
 - a. Persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka.
 - b. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.

- c. Risiko (*risk*) didefinisikan sebagai suatu keyakinan individu tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dalam menggunakan *Internet Banking*.
 - d. Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai keyakinan suatu individu terhadap pihak yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai dengan apa yang diharapkan.
 - e. Keputusan menggunakan *internet banking* adalah tindakan yang dilakukan untuk merespons secara positif atau negatif sebuah obyek tertentu, yaitu teknologi *internet banking*.
2. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana. Responden penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa yang memenuhi ketentuan sebagai berikut
- a. Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana yang aktif pada tahun 2012/2013.
 - b. Mahasiswa yang pernah menggunakan layanan *internet banking*.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

- 1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking*.

2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana dalam menggunakan *internet banking*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan, terutama yang berkaitan dengan persepsi teknologi informasi, kemudahan, kegunaan, risiko dan kepercayaan terhadap sikap serta pengaruhnya terhadap keputusan dalam menggunakan *internet banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *internet banking* pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan *internet banking*. Artinya, jika seseorang merasa yakin bahwa *internet banking* berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa *internet banking* kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.
2. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan *internet banking*. Artinya, nasabah akan lebih memilih menggunakan *internet banking* untuk melakukan transaksi perbankan bila mereka dapat dengan mudah menggunakan *internet banking*.
3. Risiko (*risk*) berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan *internet banking*. Artinya, tinggi rendah keyakinan pengguna mengenai risiko yang ditimbulkan dengan *internet banking* akan mempengaruhi keputusan menggunakan *internet banking*.

4. Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan *internet banking*. Artinya, jika semakin tinggi kepercayaan pengguna kepada pihak bank maka semakin tinggi pula keputusan menggunakan *internet banking*.

5.2. Saran

Terkait dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil penulis bermaksud mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun saran-saran yang diajukan penulis antara lain:

1. Kepada pihak bank disarankan untuk meningkatkan layanan *internet banking* dan tambahan fitur yang lebih dikhususkan bagi nasabah di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk bertransaksi menggunakan *internet banking* cukup tinggi.
2. Kepada pihak bank disarankan pula untuk mampu meningkatkan kredibilitasnya agar kepercayaan penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan. Selain itu, bank juga perlu memberikan keyakinan pada nasabah di kalangan mahasiswa bahwa penggunaan *internet banking* merupakan tindakan yang bebas risiko, sehingga nasabah di kalangan mahasiswa terpacu untuk menggunakan *internet banking* secara terus menerus.

3. Bagi peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar dilakukan penelitian dengan jangkauan wilayah yang lebih luas dan menggunakan sampel penelitian yang berbeda. Di samping itu, selain faktor-faktor yang terdapat pada model pengujian TAM masih terdapat beberapa faktor-faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menumbuhkan minat menggunakan *internet banking*, antara lain faktor persepsi kenyamanan, kredibilitas dan fitur pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari (2008) *Statistik Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Al-Somali, S.A, Gholami, R., and Clegg, B., (2008) An Investigation into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia. *Technovation*, Vol. 29, pp. 130-141.
- Amijaya, Gilang Rizky, (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Nasabah Bank BCA). *Skripsi* (Tidak diterbitkan), Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Cooper, Donald R. and William C. Emory, (2004), *Business Research Method*, Boston: Irwin Publishing.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MS Quarterly (online)*, Vol. 13 Iss. 3, pg. 318. <http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM1989.pdf>.
- Febriansyah, Andi Hakim, (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan. *Skripsi* (Tidak diterbitkan), Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Fullah, Latif dan Sevenpri Candra (2012), Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta), *Undergraduate thesis*, Universitas Bina Nusantara.
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi, (2007), *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>.
- Nor, K.M. and Pearson, J.M. (2007) The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 12, No. 2, 2007.

- Nugroho, Mahendra Adhi (2009) "Model Penerimaan E-Commerce", *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VII, No. 2 tahun 2009. Hal. 46-55.
- Oetomo, B.S.D. (2001) *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Purnama, Cahaya Agung dan Ibnu Widiyanto, (2012) "Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang", *Diponegoro Journal Of Management* Volume 1, Nomor 2 Tahun 2012, Halaman 300-310 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Riswandi, Budi Agus (2005), *Aspek Hukum Internet Banking*, Jakarta: Raja Grafindo. Persada.
- Santoso, Singgih, (2006), *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, U., (2003) *Research Methods for Business*, New York: John Wiley & Sons.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, (2005), *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta
- Sugiyono (2007) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suh, B. and Han, I. 2002. The Impact of Customer Trust and Perception of Security on the Acceptance of Electronic Commerce, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.7 (3), pp. 135-161.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Zaki Baridwan (2012), *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*,
- Vankatesh, Moris, M.G., Davis, G.B., and Davis F.D. 2003. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View". *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, September.