

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

WANANDI YOSO HANUR CAHYO

10412144037

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOKYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

WANANDI YOSO HANUR CAHYO

10412144037

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 17 Juli 2014

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing,



Endra Murti Sagoro, S.E., M.Sc.
NIP. 19850409 201012 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

Wanandi Yoso Hanur Cahyo
NIM. 10412144037

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Pendidikan Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta,

Pada tanggal 12 Agustus 2014 dan dinyatakan lulus

Nama Lengkap

DEWAN PENGUJI

Jabatan

Tanda Tangan

Tanggal

Dhyah Setyorini, M.Si.

Ketua Penguji



19/8/2014

Endra Murti Sagoro, M.Sc.

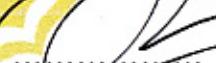
Sekretaris Penguji



19/8/2014

Mahendra Adhi Nugroho, M.Sc

Penguji Utama



19/8/2014

Yogyakarta, 10 Agustus 2014
Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Yogyakarta
Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si
NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

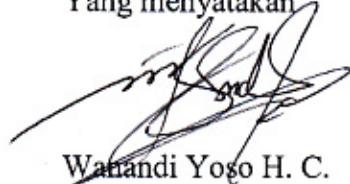
Nama : Wanandi Yoso Hanur Cahyo
NIM : 10412144037
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 17 Juli 2014

Yang menyatakan



Wanandi Yoso H. C.

NIM. 10412144037

MOTTO

”Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu, yaitu orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya”

(QS. Al-Baqarah: 45-46)

“Belajarlah mengalah sampai tak seorangpun yang bisa mengalahkanmu. Belajarlah merendah sampai tak seorangpun yang bisa merendahkanmu.

(Gobind Vashdev)

“Karena dengan berhenti berusaha maka kita tidak lebih baik dari seorang pengecut”

(Bambang Pamungkas)

“Berperanglah untuk kesedihan. Berkorbanlah untuk kebahagiaan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, sebuah karya kecil ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SwT, yang telah memberikan hidayah, kehidupan dan kesempatan untuk terus belajar dan berusaha.
2. Almarhum Ayahanda dan Ibunda yang tercinta. Tidak ada untaian kata yang sanggup aku ungkapkan betapa besar pengorbanan, keikhlasan, dan kasih sayang yang telah engkau berikan untukku.
3. Kedua kakakku, Sasongko Ika Haryadi dan Amenia Arun Dati, terima kasih atas doa, dukungan, dan motivasi yang telah kalian berikan.

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Oleh:

Wanandi Yoso Hanur Cahyo
10412144037

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, (2) pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, (3) pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, (4) pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, (5) pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk penelitian survai. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang berjumlah 2443 orang (data bulan Januari 2014), sampel yang diambil berjumlah 139 orang. Uji coba instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu diadakan pengujian persyaratan analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online banking*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,147, koefisien korelasi (r) sebesar 0,273 dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $3,317 > 1,656$. 2) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online banking*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,425, koefisien korelasi (r) sebesar 0,266 dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $3,230 > 1,656$. 3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online banking*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,580, koefisien korelasi (r) sebesar 0,368 dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $4,633 > 1,656$. 4) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online banking*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,175, koefisien korelasi (r) sebesar 0,349 dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $4,363 > 1,656$. 5) Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,579 dan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu sebesar $16,865 > 2,4392$.

Kata Kunci: Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Penggunaan *Online banking*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SwT atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul ”Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” dengan baik, lancar, dan tepat waktu. Tugas Akhir Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dhyah Setyorini, M.Si., Ak., Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Endra Murti Sagoro, S.E., M.Sc., dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan Tugas Akhir Skripsi.

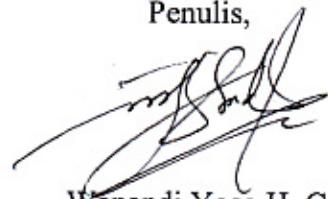
6. Mahendra Adhi Nugroho, S.E., M.Sc., dosen narasumber yang telah memberikan banyak masukan dan pertimbangan agar skripsi ini lebih sempurna.
7. Bapak Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tak ternilai harganya kepada penulis selama belajar di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
8. Orangtua tercinta (Alm) Ayah Sujadi dan Bunda Sri Murniasih yang dengan penuh kasih sayang selalu mendukung, membimbing, mendoakan, memberikan semangat dan perhatian yang sangat luar biasa. Tiada hal yang bisa membayar perjuangan dan pengorbanan kalian.
9. Kakak-kakakku Sasongko Ika Haryadi, Amenia Arum Dati atas doa yang selalu dipanjatkan serta perhatian, kasih sayang dan dukungan baik moril maupun materiil pada penyusunan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudaraku yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, doa dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Ana Mukarromatun Islamiyah yang selalu menginspirasi, mendukung, membantu, dan sabar mendoakanku. Tiada kata-kata yang bisa mewakili seluruh perhatian, pengorbanan, dan kesabaran mu untuk ku.
12. Sandy, Sidiq, Wibi, Fajar, Eko, Huda, Teguh, Ardi, Mirza, Wildan, Aziz M.S, Widhi, Hesty, Nana, dan segenap keluarga besar Aksi B 2010 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebahagiaan dan kenangannya selama masa perkuliahan yang tak mungkin terlupakan.

13. Bambang Pamungkas, sosok pemain idola yang selalu memberikan inspirasi kepada penulis untuk terus berusaha, bekerja keras, dan pantang menyerah.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan, semangat serta bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini. Akhirnya harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 17 Juli 2014

Penulis,



Wanandi Yoso H. C.

NIM. 10412144037

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Deskripsi Teori.....	13

1. Pengertian Sistem Teknologi Informasi.....	13
2. Pengertian <i>Online Banking</i>	15
3. Teori-teori tentang Pengadopsian Teknologi	20
4. Penggunaan <i>Online Banking</i>	22
5. Persepsi Kebermanfaatan	24
6. Keamanan.....	26
7. Kepercayaan	27
8. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	28
B. Penelitian yang Relevan	30
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Paradigma Penelitian	43
E. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Desain Penelitian.....	45
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian	48
E. Instrumen Penelitian.....	52
F. Metode Pengumpulan Data.....	56
G. Uji Coba Instrumen	56
H. Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
A. Deskripsi Data.....	69

B. Hasil Penelitian	74
C. Pembahasan Hasil Penelitian	110
D. Keterbatasan Penelitian	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Kesimpulan	120
B. Implikasi	123
C. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	131

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pentingnya peran sistem teknologi informasi pada saat ini tidak hanya untuk meningkatkan komunikasi, efisiensi, dan efektivitas, tetapi juga untuk kolaboratif dan kompetitif. Kemajuan sistem teknologi komunikasi sekarang mempunyai pengaruh pada pengembangan pengolahan data. Data dari suatu tempat dapat dikirim ke tempat lain dengan alat komunikasi. Perkembangan sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh pada berbagai bidang, termasuk dalam bidang perbankan.

Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Bank mengembangkan layanan-layannya dengan berbagai cara dan inovasi, seperti slogan layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga dapat memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu layanan yang dimiliki dan dikembangkan oleh perbankan yaitu *online banking*.

Online banking merupakan layanan transaksi perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Beberapa

layanan yang termasuk dalam *online banking* yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM). *Automatic Teller Machine* (ATM) atau dalam Bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai anjungan tunai mandiri. Berkat semakin berkembangnya teknologi ATM nasabah dapat melakukan transaksi-transaksi baik finansial maupun non-finansial seperti cek saldo rekening, transfer uang antar rekening, penarikan tunai serta pembayaran tagihan tanpa harus datang ke kantor bank. Selain ATM, *electronic banking* atau *e-banking* merupakan salah satu jasa *online banking* yang menyesuaikan perkembangan teknologi dengan gaya hidup nasabah masa kini yang lebih mengutamakan kemudahan dan ketepatan waktu. Beberapa layanan yang termasuk dalam *e-banking* yaitu *Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, dan Phone Banking*.

Sesuai dengan perkembangan teknologi, banyak digunakan transaksi berbasis elektronik yaitu seperti komputer, telepon selular, dan sebagainya. Dengan adanya *online banking*, setiap proses transaksi dalam suatu perbankan dapat diatasi dan dilakukan dengan efektif dan efisien dimanapun dan kapanpun. Dengan berbagai fasilitas dan manfaat dari *online banking*, fasilitas ini belum sepenuhnya digunakan oleh nasabah dalam bertransaksi, masih banyak nasabah yang memilih melakukan transaksi secara konvensional yaitu bertransaksi langsung di kantor kas.

Pihak bank dapat mengembangkan layanan berbasis *online* dengan menggunakan mahasiswa sebagai objek atau sasaran dalam pelaksanaan programnya. Mahasiswa dapat menjadi sasaran yang baik dan potensial dalam

pengembangan layanan *online banking* apabila pihak bank mampu menyediakan berbagai layanan yang baik untuk memberikan kepercayaan serta daya tarik agar mahasiswa berminat untuk menggunakan layanan tersebut. Tidak dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan terutama *online banking* dalam hal ini termasuk mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta merupakan Fakultas yang terbentuk di Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2011. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta memiliki 2016 mahasiswa S1 aktif (data bulan Januari 2014) yang terdaftar dalam Sistem Informasi Akademik Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta memberikan fasilitas KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) yang berfungsi sebagai kartu identitas mahasiswa dan juga memiliki fungsi tambahan yaitu dapat digunakan sebagai kartu ATM. Fasilitas ini diberikan untuk mempermudah mahasiswa dalam melakukan proses pembayaran kuliah tiap semester, penerimaan beasiswa, menyimpan tabungan pribadi, bisnis atau kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan mahasiswa itu sendiri.

Meskipun banyak layanan yang telah ditawarkan pihak bank kepada nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dengan berbagai kemudahan dan kelebihan dalam melakukan transaksi, tetapi banyak pula mahasiswa yang lebih memilih untuk

melakukan transaksi dengan langsung mendatangi kantor bank baik kantor cabang maupun kantor pusat bank yang bersangkutan. Nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *online banking*. Hal ini menimbulkan sudut pandang yang berbeda dalam persepsi manfaat yang diterima nasabah melalui layanan *online banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *online banking* bermanfaat maka *online banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *online banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *online banking* tersebut.

Dengan semakin maraknya penipuan-penipuan yang terjadi dalam penggunaan layanan *online banking*, membuat sebagian nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta merasa belum yakin untuk menggunakan layanan *online banking* tersebut. Nasabah harus mempertimbangkan faktor keamanan untuk menjamin dana dan data nasabah. Berbagai kasus yang terjadi seperti penipuan yang dialami ketika melakukan transaksi melalui *online banking* dikarenakan adanya serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu.

Keengganan nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk menggunakan layanan *online banking* tentunya dipengaruhi beberapa faktor salah satunya seperti kepercayaan atas tingkat keamanan layanan. Berbagai kasus yang terjadi pada layanan *online banking* seperti *card trapping* atau jebakan kartu. *Card trapping* menggunakan modus kartu ATM nasabah tersangkut di mesin ATM yang sudah direncanakan oleh pelaku dengan menggunakan lidi sehingga kartu ATM tersangkut dan tidak bisa keluar, kemudian pelaku menempelkan nomor telepon *customer service* palsu pada pintu ATM untuk memperdaya nasabah. Penipuan menggunakan rekening fiktif dan meminta sejumlah uang untuk ditransfer melalui pesan singkat atau SMS, pembobolan melalui skimming EDC (*Electronic Data Capture*), penipuan melalui *e-banking* dengan modus nasabah dinyatakan menang undian berhadiah dan kemudian nasabah tanpa sadar diminta registrasi *mobile banking* melalui mesin ATM dan kasus-kasus lainnya (Reipita Sari, 2013)

Selain itu, tidak sedikit nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang belum mau menggunakan jasa *online banking* karena merasa *online banking* merupakan sesuatu yang rumit. Kerumitan transaksi melalui *online banking* membuat nasabah berpikir ulang mengenai risiko untuk melakukan kesalahan dalam bertransaksi yang lebih besar karena pada saat melakukan transaksi nasabah tidak dibantu oleh petugas *teller*. Nasabah berhadapan langsung dengan

sebuah sistem yang melayani transaksi-transaksi yang ingin dilakukan oleh nasabah. Sebuah sistem yang dianggap rumit biasanya tidak akan sering digunakan oleh penggunanya, padahal tolak ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari penggunaannya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan.

Transaksi yang dilakukan dengan *online banking* dapat melalui berbagai media, seperti komputer, telepon selular, dan telepon rumah. Dalam pelaksanaan disetiap media tentunya memiliki karakteristik serta cara yang berbeda-beda. Kemampuan nasabah dalam berinteraksi serta mengetahui prosedur dan cara bertransaksi merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi penggunaan *online banking* itu sendiri.

Dari beberapa alasan tersebut tentunya mahasiswa memiliki kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih layanan perbankan yang akan digunakan. Kriteria ini pun tidak lepas dari besarnya manfaat layanan yang dapat dirasakan oleh nasabah. Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *online* atas dasar penerimaan nasabah terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau

pengadopsian teknologi. Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis, 1989: 320).

Dalam suatu sistem informasi, aspek keamanan sangat penting. Hal yang menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan yaitu terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Rahardjo, 2005: 2), maka dari itu keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

Layanan *online banking* adalah layanan yang diakses jarak jauh, nasabah tidak lagi dilayani oleh *teller* ataupun *customer services*. Dalam akses jarak jauh tentunya nasabah membutuhkan rasa percaya. Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya (Morgan dan Hunt, 1994) dalam Reipita Sari (2013). Orang-orang sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan (Pavlou, 2001). Karena itu, semakin nasabah percaya pada layanan

online banking maka semakin sering nasabah akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya semakin nasabah kurang percaya pada layanan *online banking* maka nasabah semakin enggan menggunakannya.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada *online banking* disuatu bank, maka bank perlu mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *online banking*. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian: **“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta telah merasa nyaman dalam melakukan transaksi pada layanan perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *online banking*.
2. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta masih ragu menggunakan *online banking* karena tingkat keamanan pada layanan *online banking* kurang terjamin dengan adanya beberapa kasus penipuan yang terjadi.

3. Masih ada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang enggan menggunakan layanan *online banking* dengan beberapa alasan, salah satunya kepercayaan akan keamanan dalam penggunaan *online banking*.
4. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta belum berkeinginan menggunakan jasa *online banking* karena merasa bahwa *online banking* merupakan sesuatu yang rumit.

C. Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang fokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka penelitian ini dititikberatkan kepada pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?

3. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

5. Mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pengembangan teori mengenai pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti Lain

Untuk melatih berpikir secara ilmiah yang didapat di bangku kuliah terhadap masalah-masalah yang terjadi di dunia perbankan khususnya dalam penggunaan jasa dari bank salah satunya yaitu *Online Banking*, serta penelitian in dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan.

b. Bagi Manajer Bank

Untuk membantu pihak bank mengetahui karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan *online banking* oleh nasabah, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya

peningkatan kinerja bank, mengembangkan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar.

c. Bagi Penulis

Sebagai tolak ukur daya serap mahasiswa dalam hal Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Sistem Teknologi Informasi

Pada awalnya sistem teknologi informasi dikenal dengan istilah sistem informasi manajemen. Sistem informasi manajemen (*management information system*) merupakan sistem-sistem informasi fungsional, yaitu sistem-sistem yang diterapkan di fungsi-fungsi organisasi (Jogiyanto, 2005: 2). Sistem merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan dan saling bekerjasama untuk mencapai beberapa tujuan. Menurut Haag den Keen (1996) dalam Abdusy Syarif (2010: 1) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Menurut Martin (1999), teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras atau lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Menurut Williams dan Swayer (2003), teknologi informasi adalah teknologi yang menghubungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.

Dari beberapa definisi di atas jelas terihat bahwa sistem teknologi informasi, seperangkat komponen yang berhubungan dan saling

bekerjasama yang didalamnya melibatkan teknologi komputer dan teknologi komunikasi. Penjelasan atas dua teknologi yang mendasari adalah sebagai berikut:

- a. Teknologi Komputer adalah teknologi yang berhubungan dengan komputer, termasuk peralatan yang berhubungan dengan komputer, seperti printer, pembaca sidik jari.
- b. Teknologi Komunikasi adalah teknologi yang berhubungan dengan komunikasi jarak jauh, termasuk dalam kategori teknologi ini adalah telepon, radio, dan televisi (Abdusy Syarif, 2010: 2).

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan teknologi komunikasi menyebabkan munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian adalah *online banking*. Pada *online banking* terdapat banyak aplikasi teknologi baik dalam bentuk perangkat keras (*hardware*) seperti komputer dan telepon selular, juga perangkat lunak (*software*) seperti jaringan internet dan perangkat-perangkat lain yang mampu meningkatkan aktivitas bisnis dari bank yang bersangkutan dan nasabah sebagai pengguna (*brainware*).

Nasabah selaku pengguna jasa *online banking*, maka akan berhubungan langsung dengan *online banking* yang merupakan salah satu penerapan sistem teknologi informasi. Sistem teknologi informasi akan berhasil beroperasi jika dipengaruhi dengan berbagai faktor positif dari penggunanya. Persepsi pengguna sistem yang terlibat dalam implementasi

akan berpengaruh terhadap akhir suatu sistem, apakah sistem tersebut dapat diterima atau tidak oleh pengguna. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa interaksi antara pengguna dengan sistem informasi yang digunakan sangat dipengaruhi oleh persepsi yang melekat pada diri manusia sebagai pengguna. Penerapan sistem informasi tidak bisa terlepas dari aspek perilaku karena pengembangan sistem informasi terkait dengan masalah individu dan organisasional pengguna sistem tersebut, sehingga sistem yang digunakan harus berorientasi kepada penggunanya (Fahmi N. Nasution, 2004).

2. Pengertian *Online Banking*

Pikkarainen et. al. (2004: 204) mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Daniel (1999), Mols (1998) dan Sathye (1999) dalam Mukherjee dan Nath (2003: 5) mengartikan *online banking* sebagai beberapa aktivitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Jones et. al. (2000) dalam Mukherjee dan Nath (2003: 5) menyatakan bahwa *online banking* menyediakan informasi mengenai produk dan layanan, akses ke data deposit akun, pengiriman produk dan

layanan secara elektronik, menggunakan jaringan (*networks*) atau teknologi komunikasi yang menciptakan nilai digital.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai *online banking* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, kantor atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Dengan dikembangkannya *online banking* ini diharapkan nasabah bisa melakukan transaksi-transaksi perbankan tanpa perlu mendatangi kantor bank secara langsung, cukup melalui mesin ATM pada lokasi-lokasi tertentu, mengunjungi situs tertentu yang telah disediakan oleh bank yang bersangkutan atau melalui telepon baik telepon seluler maupun telepon rumah.

Layanan *online banking* terdiri atas dua tipe layanan yaitu:

a. *Automatic Teller Machine* (ATM)

Menurut Allen H. Lipis (1992) dalam Wati Aris Astuti (2011), *Automatic Teller Machine* (ATM) yang di Indonesia juga dikenal dengan sebutan Anjungan Tunai Mandiri merupakan alat kasir otomatis tanpa orang, ditempatkan di dalam atau di luar perkarangan bank, yang sanggup untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi-transaksi perbankan yang rutin. ATM merupakan perangkat yang mampu menggantikan sebagian besar fungsi tugas dari seorang *teller*

dalam melaksanakan pelayanan bank tanpa dibatasi oleh waktu operasional bank tersebut.

b. *Electronic Banking (E-banking)*

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya. Tujuan dari *e-banking* adalah sebagai sarana penyediaan *multi channel* dan juga dapat menghemat biaya transaksi bank, nasabah lebih bebas, mudah, dan memberikan keamanan 24 jam sehari dimanapun nasabah berada.

Layanan *e-banking* meliputi *Internet Banking*, *Mobile Banking*, SMS *Banking* dan *Phone Banking* (www.bi.go.id/ diakses tanggal 8 Januari 2014).

1) *Internet Banking*

Layanan *internet banking*, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan via web tersebut. Web yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking* (Pikkarainen et. al., 2004: 224).

2) *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan *Menu Layanan Data* atau *SIM Toolkit*. *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, *handphone*, asuransi), pembelian pulsa (pulsa isi ulang, saham), kecuali penarikan tunai. Dengan adanya *mobile banking*, pihak perbankan berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Nasabah yang telah memiliki layanan *mobile banking* tentu saja tidak perlu pergi ke ATM atau kantor cabang bank karena dengan *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

3) *SMS Banking*

Short Message Service Banking (SMS Banking) memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*. Hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia dan *SIM card*, sedangkan *SMS banking* menggunakan media *SMS Plain* (*SMS manual*) untuk mengakses layanan. Pada dasarnya *SMS* merupakan pesan tertulis yang dapat

diterima dan dikirim ke pengguna *handphone*. Dengan adanya kerja sama antara bank dan operator selular serta nasabah maka transaksi perbankan via SMS *banking* dan *mobile banking* dapat dilakukan dengan mudah. Nasabah bisa mengirimkan SMS dengan format tertentu sesuai dengan transaksi yang ingin dilakukan ke nomor layanan yang telah disediakan oleh bank yang bersangkutan. Transaksi tersebut kemudian akan dikonfirmasi oleh pihak bank dan SMS jawaban dikirimkan ke nasabah untuk ditindak lanjuti. Setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan dikonfirmasi dan dicatat oleh pihak bank pada jam, hari, tanggal dan tahun terjadinya transaksi (Irmadhani, 2012).

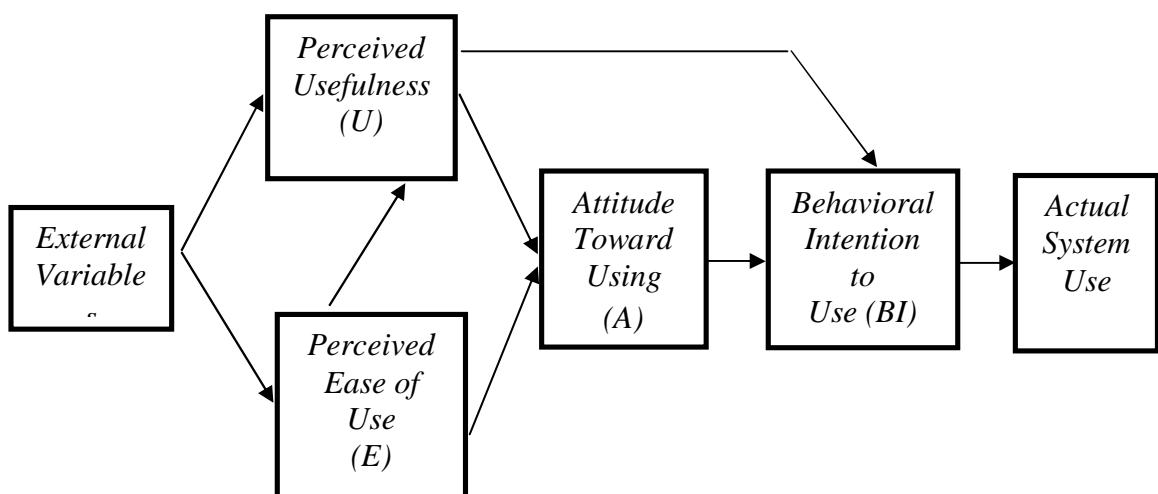
4) *Phone Banking*

Layanan *phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan layanan perbankan non-*cash* melalui telepon. Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*. Biasanya nasabah juga dapat berbicara langsung dengan *customer representative* untuk mengajukan pertanyaan, keluhan atau bantuan secara pribadi. Saat ini hampir semua bank berusaha menyediakan layanan *customer representative phone banking* 24 jam sehari 7 hari seminggu untuk menjamin kepuasan pelanggan dalam mengakses informasi dan transaksi perbankan.

Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan non-finansial (www.bi.go.id), antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identifying Number*).

3. Teori-teori tentang Pengadopsian Teknologi

TAM (*Technology Acceptance Model*) diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989). TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan). Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):



Gambar 1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989)

Perceived Usefulness (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) mempengaruhi *Attitude Toward Using* individu terhadap penggunaan teknologi. Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan keefektifan kinerja (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989: 987). *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. *Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Arief Wibowo, 2006).

TAM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen (Dishaw dan Strong, 1999). Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi

informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu diantara 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 manfaat teknologi informasi. Implikasi akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual.

Tujuan dari TAM adalah untuk meneruskan pengukuran yang lebih baik dalam memprediksikan dan menjelaskan penggunaan. Fokus penelitian pada konstruk teoritis, Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, yang diteorikan sebagai faktor fundamental atas penggunaan sistem. (Davis, 1989: 320).

4. Penggunaan *Online Banking*

Online Banking diciptakan untuk memberikan keuntungan bagi pihak nasabah maupun bank. Alasan beberapa bank berinvestasi pada sistem informasi seperti *online banking* karena dapat menghemat biaya, meningkatkan kualitas produk dan jasa, dan dapat memproduksi lebih tanpa peningkatan biaya (Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, 2007: 127). Dengan adanya *online banking*, maka pihak nasabah dapat melakukan transaksi dengan efisien dan efektif karena nasabah dapat langsung melakukan transaksi tanpa harus mendatangi kantor cabang bank tersebut.

Sikap para nasabah dalam mengadopsi atau menerima *online banking* mempunyai dampak serius dalam keberhasilan *online banking*. Jika para nasabah tidak bersedia menerima *online banking*, maka *online banking* tidak dapat memberikan manfaat maksimal kepada bank. Semakin para nasabah dapat menerima *online banking*, maka nasabah semakin bersedia melakukan perubahan-perubahan dalam praktik dan menggunakan waktu dan usahanya untuk memulai menggunakan *online banking* (Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, 2007: 127).

Definisi penggunaan *online banking* merujuk pada salah satu konstruk TAM, *Actual System Usage* yaitu kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Arif Wibowo, 2006). Sedangkan Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati (2007: 129) menyatakan bahwa penggunaan *online banking* dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan. Dalam penelitian ini Penggunaan *Online Banking* didefinisikan sebagai kondisi nyata nasabah yang menggunakan *online banking* yang dikonsepkan dalam bentuk pengukuran frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *online banking*.

Intensitas atau frekuensi dalam penggunaan *online banking* merupakan ukuran seberapa sering nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *online banking*. Intensitas nasabah dalam

menggunakan *online banking* tersebut tergantung pada tujuan nasabah yang berbeda-beda. Penggunaan *online banking* juga dapat diukur dari diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Transaksi yang bisa dilakukan dalam *online banking* antara lain pengambilan uang tunai, transfer uang, cek saldo rekening dan informasi lainnya, membayar berbagai macam tagihan pembayaran dan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *online banking* adalah kondisi nyata penggunaan *online banking* oleh nasabah. Pada penelitian ini, penggunaan *online banking* dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui *online banking*.

5. Persepsi Kebermanfaatan

Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut. Menurut Jogiyanto (2008: 114) persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Menurut Davis dalam Mangin et. al. (2008: 14) persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang pecaya

bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989: 320). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan Persepsi Kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

Venkatesh dan Morris (2003) menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi. Venkatesh dan Davis (2000: 201) membagi dimensi Persepsi Kebermafaatan menjadi berikut:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).

Adamson dan Shine (2003) menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Penelitian - penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Kebermanfaatan dengan penggunaan layanan *online banking*.

Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan dalam *online banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *online banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *online banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *online banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan *online banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *online banking* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan keefektifan kinerja serta *online banking* bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu, Persepsi Kebermanfaatan *online banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap Penggunaan *Online Banking* itu sendiri.

6. Keamanan

Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia.

Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood (2007: 7) dalam konteks *internet banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

7. Kepercayaan

Pengertian kepercayaan menurut Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Mayer et. al. (1995) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Gefen (2002) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan

tanggung jawab. Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan (Gilbert & Tang, 1998 dalam Mukhrejee dan Nath, 2003). Berdasarkan beberapa definisi di atas kepercayaan adalah kepekaan individu terhadap nilai-nilai yang dibagi antar kedua pihak yang sifatnya menguntungkan bagi kedua pihak. Jadi kepercayaan terhadap *online banking* merupakan proses pertukaran nilai-nilai antara bank dengan nasabahnya yang nilai-nilai ini menguntungkan bagi pihak bank maupun bagi pihak nasabah.

Dalam penelitian ini kepercayaan berkenaan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan *online banking* yang dalam penelitian ini ditujukan dalam beberapa tolak ukur, yaitu sistem keamanan bank, sistem kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan kompensasi kerugian karena alasan keamanan dan kerahasiaan. Menurut Jia, Shen (2003) dalam Reipita Sari (2013) terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kepercayaan (*trust*) yaitu: (1) sistem kemanan bank; (2) sistem kerahasiaan bank.

8. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989: 320). Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya

bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Menurut Amijaya yang mendasar pada Iqbaria (2000) persepsi kemudahan ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Goodwin dan Silver dalam Adam et. al., 1992: 229).

Venkatesh dan Davis (2000: 201) dalam Irmadhani (2012) membagi dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat dimensi diatas sebagai dasar butir pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian.

Dalam penelitian ini, konteks Persepsi Kemudahan Penggunaan *online banking* berarti nasabah percaya bahwa bertransaksi melalui media *online banking* mudah untuk dipahami. Persepsi Kemudahan Penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) para nasabah dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui *online banking*. Dengan demikian, apabila layanan *online banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (*user*).

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anindita Wulan (2012) dengan judul Pengaruh *Perceived Usefulness*, Kualitas Informasi dan *Perceived Ease of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna Pembayaran SPP *Online* Mahasiswa Melalui Layanan Bank Tabungan Negara (BTN). Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Hasil penelitian Anindita Wulan (2012) menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *Online* mahasiswa melalui layanan BTN. Hal ini terbukti dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,791 dan t hitung sebesar $3,511 > t$ tabel 1,661 pada taraf di bawah signifikansi ($0,001 < 0,05$). Jadi terdapat pengaruh

positif dan signifikan antara variabel *Perceived Usefulness* (X_1) dengan variabel Kepuasan Pengguna (Y). Tingkat *Perceived Usefulness* pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN tergolong sedang. (2) Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN. Hal ini dibuktikan dari perhitungan regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa koefisien variabel Kualitas Informasi (X_2) sebesar 0,882 dan t hitung $8,601 > t$ tabel 1,661 serta signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Jadi terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Informasi dengan Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN. Tingkat Kualitas Informasi pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN tergolong sedang. (3) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN. Hipotesis ini terbukti dari hasil output regresi linear sederhana yang menunjukkan koefisien regresi *Perceived Usefulness* (X_3) sebesar 0,770 dan t hitung 5,301 yang mengindikasikan terdapat pengaruh positif karena taraf signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Jadi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen yaitu *Perceived Ease of Use* dengan variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN tergolong sedang. (4) *Perceived Usefulness*, Kualitas Informasi, dan *Perceived Ease of Use* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online*

mahasiswa melalui layanan BTN. Hipotesis ini dibuktikan dari hasil output uji regresi berganda, terlihat bahwa terdapat tanda positif untuk semua prediktor didukung level signifikansi semua prediktor yang dibawah 0,05. Hasil uji F juga mendukung hipotesis ini. Dari hasil uji F diperoleh nilai F sebesar $32,918 > F$ tabel 2,70 dengan probalitas signifikansi mendekati nol (p value = 0,000). Jadi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen secara bersama - sama dengan variabel dependen. Tingkat Kepuasan Pengguna pembayaran SPP *online* mahasiswa melalui layanan BTN tergolong sedang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Anindita Wulan (2012) terletak pada variabel penelitian yang digunakan. Penelitian Anindita Wulan (2012) menggunakan variabel kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel keamanan dan kepercayaan. Persamaan penelitian Anindita Wulan (2012) dan penelitian ini sama-sama meneliti variabel persepsi kemudahan dan kebermanfaatan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Irmadhani (2012) dengan judul Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan *computer self efficacy* terhadap penggunaan *online banking*.

Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

(1) Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,482), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,579, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,335, nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $8,303 > 1,980$. (2) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,061), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,074, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,005, nilai t hitung $< t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $0,865 < 1,980$. (3) *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,287, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,203, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,041, nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $2,424 > 1,980$. (4) Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif pada semua variabel independen dan nilai F hitung $>$ F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $23,561 > 2,68$. Perbedaan penelitian Irmadhani (2012) dengan penelitian ini terdapat pada penambahan variabel yaitu persepsi keamanan dan kepercayaan serta menghilangkan variabel *computer self efficacy*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irmadhani (2012) yaitu variabel persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Devvy Pisheila Pratiwi (2012) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan *Mobile banking* dengan Dimediasi Niat Penggunaan *Mobile banking* Nasabah Bank BCA di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman terhadap niat penggunaan *mobile banking*.

Objek penelitian ini adalah nasabah BCA di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* bagi nasabah Bank BCA di Surabaya. Karena dari ketiga variabel bebas, hanya persepsi manfaat yang secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap perilaku penggunaan

mobile banking. Variabel pengalaman tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*.

Perbedaan penelitian Devvy Pisheila Pratiwi (2012) dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang digunakan yaitu pada variabel pengalaman. Pada penelitian ini menambahkan variabel keamanan dan kepercayaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Devvy Pisheila Pratiwi (2012) yaitu pada variabel kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Reipita Sari (2013) dengan judul Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan *computer self efficacy* terhadap penggunaan *e-banking*.

Objek dari penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *E-banking*, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,582, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,338 dan nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $8,371 > 1,980$. (2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *E-banking*, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,233, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,054 dan nilai t hitung $> t$ tabel

pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $2,810 > 1,980$. (3) *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dengan tidak signifikan terhadap Penggunaan *E-banking*, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,091, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,008 dan nilai t hitung $< t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $1,068 < 1,980$. (4) Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,588, koefisien determinasi (*adjusted R*²) sebesar 0,332 dan nilai F hitung $> F$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $23,882 > 2,68$.

Perbedaan penelitian Reipita Sari (2013) dengan penelitian ini terdapat pada perubahan variabel yang digunakan, penelitian ini menggunakan variabel keamanan dan variabel persepsi kemudahan penggunaan untuk melihat tingkat penggunaan *online banking* serta menghilangkan variabel *computer self efficacy* pada penelitian Reipita Sari (2013). Persamaan penelitian ini dengan penelitian Reipita Sari (2013) yaitu variabel persepsi kebermanfaatan dan variabel kepercayaan digunakan dalam penelitian ini.

5. Penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Nasabah Bank di Yogyakarta). Hasil penelitian ini adalah mengemukakan tiga variabel yang

mempengaruhi penggunaan teknologi *internet banking* antara lain Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan sebagai variabel eksternal diluar dua konstruk utama TAM. Penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) mengambil sampel para nasabah yang telah menggunakan teknologi *internet banking* di Yogyakarta. Hasil penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) membuktikan bahwa: (1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Internet Banking* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,415, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,172 dan nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $4,467 > 1,9845$. (2) Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Internet Banking* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,355, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,126 dan nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $3,718 > 1,9845$. (3) Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Internet Banking* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,324, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,105 dan nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $3,358 > 1,9845$. (4) Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Internet Banking* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,451, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,204 dan nilai F hitung $> F$ tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $8,013 > 2,70$. Perbedaan penelitian ini

dengan penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) terdapat pada objek penelitiannya, yaitu penggunaan teknologi internet banking di Yogyakarta dan pada penggunaan variabel kemanan. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap penggunaan teknologi perbankan.

6. Penelitian Kharismayanti Rahma Putri (2012) dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan Teknologi, Keamanan, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kemudahan Penggunaan Teknologi pada Minat Menggunakan Berniaga.com, ditunjukkan nilai $r_{x1y} = 0,487$ bernilai positif, $r^2_{x1y} = 0,237$, dan t hitung $6,528 > t$ tabel 1,960 pada signifikansi 5%. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Keamanan terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com, ditunjukkan nilai $r_{x2y} = 0,557$ bernilai positif, $r^2_{x2y} = 0,311$, dan t hitung $7,855 > t$ tabel 1,960 pada signifikansi 5%. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Informasi terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com, ditunjukkan nilai $r_{x3y} = 0,637$ bernilai positif, $r^2_{x3y} = 0,406$, dan t hitung $9,676 > t$ tabel 1,960 pada signifikansi 5%. (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kemudahan Penggunaan Teknologi, Keamanan, dan

Kualitas Informasi secara bersama-sama terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com, ditunjukkan nilai $r_{x_1x_2x_3y} = 0,676$ positif, $r^2_{x_1x_2x_3y} = 0,457$, F hitung $37,901 >$ nilai F tabel sebesar 2,670 pada signifikansi 5%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Kharismayanti Rahma Putri (2012) terdapat pada objek penelitiannya, yaitu pada penggunaan variabel minat penggunaan dan kualitas informasi. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian Kharismayanti Rahma Putri (2012) adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan teknologi dan keamanan.

C. Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking*
Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) berdasarkan kata *useful* (manfaat) yaitu *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks organisasi, Persepsi Kebermanfaatan ini dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang berdampak pada kesempatan untuk memperoleh keuntungan-keuntungan baik yang bersifat materi maupun non-materi.

Pada konteks penggunaan *online banking* dapat dilakukan bahwa penggunaan *online banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan *online banking*

apabila orang tersebut mempercayai bahwa *online banking* dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, tingkat Persepsi Kebermanfaatan *online banking* mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan layanan *online banking* tersebut.

2. Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Dalam penggunaan *online banking*, keamanan digunakan untuk mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini. Dalam hal ini penyedia *online banking* menjamin risiko yang lebih kecil dari pada harus datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Keamanan menjadi dimensi yang mempengaruhi nasabah menggunakan *online banking*, dengan layanan *online banking* akan meminimalisir risiko yang ditimbulkan dari pada langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Namun, keamanan dalam melakukan transaksi pada *online banking* bukanlah sepenuhnya tanggung jawab pihak bank. Nasabah pun dituntut berperan aktif menjaganya (www.kompas.com / diakses tanggal 12 Februari 2014).

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Pihak bank memerlukan nasabah atau pelanggan yang loyal (*customer loyalty*) yang percaya terhadap ekselensi jasa

elektronik agar bank dapat mempertahankan eksistensinya dalam era *online banking*. Seiring dengan maraknya kejadian elektronik seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *online banking* dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang dapat menjamin keamanan (*security*) dan kerahasiaan (*privacy*) akun nasabah dalam Reipita Sari (2013). Keamanan berarti bahwa penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya. Menurut Gerrad dan Cunningham (2003) dalam Sauca Ananda Pranidana (2009), pihak nasabah meragukan aspek *trustability* pada kebijakan keamanan dan kerahasiaan (*security and privacy policy*) bank. Maka dari itu, semakin percaya nasabah pada sistem kerahasiaan dan sistem keamanan dari layanan *online banking* akan membuat nasabah semakin sering menggunakan layanan *online banking*.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, Persepsi Kemudahan Penggunaan ini merujuk pada

kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya. Persepsi Kemudahan Penggunaan pada *online banking* ini dimaksudkan agar nasabah dapat menggunakan layanan *online banking* dengan mudah dipahami serta mudah dalam pengaplikasiannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu dan biaya besar. Dengan adanya hal tersebut, sehingga nasabah dapat dengan baik dan senang melakukan transaksi dalam layanan *online banking* tentunya dengan cara yang mudah dalam menggunakannya.

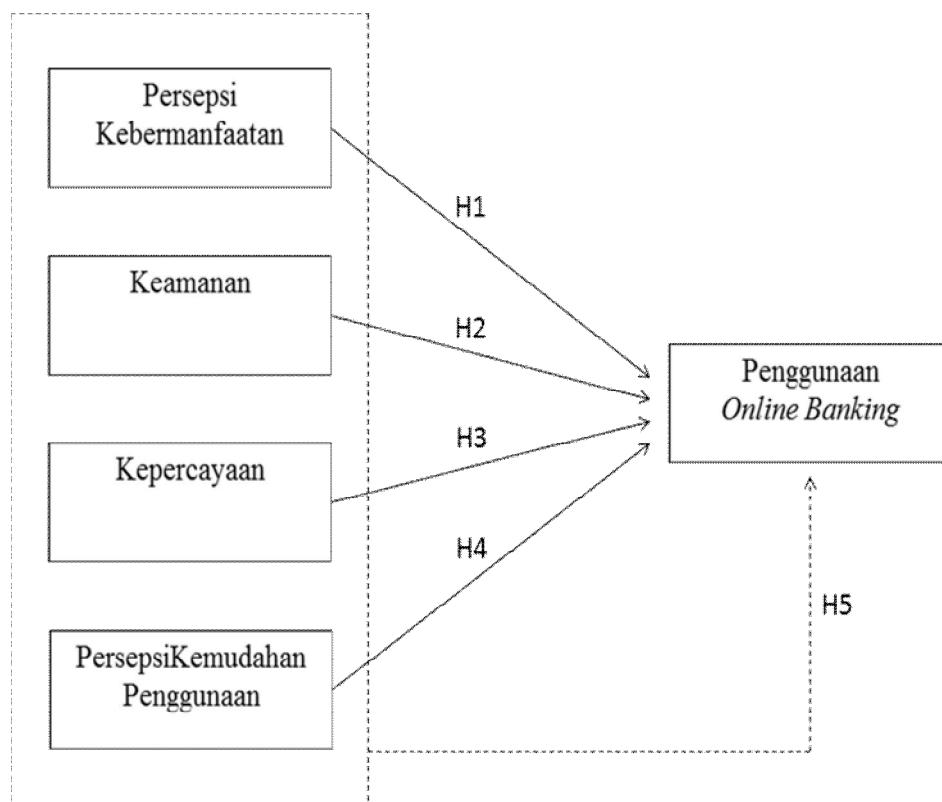
5. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Persepsi Kebermanfaatan dari penggunaan *online banking* akan mempengaruhi tingkat penggunaan *online banking*. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh nasabah dari penggunaan *online banking*, maka tingkat penggunaan *online banking* akan semakin meningkat. Keamanan akan mempengaruhi penggunaan *online banking* karena dengan terjaminnya layanan *online banking* tersebut, penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Semakin nasabah merasa aman dengan layanan *online banking*, akan berpengaruh pada semakin seringnya layanan *online banking* tersebut digunakan oleh para nasabah. Kepercayaan juga akan mempengaruhi tingkat penggunaan *online banking*. Semakin nasabah percaya dengan layanan *online banking*, akan

berpengaruh pada semakin seringnya layanan *online banking* tersebut digunakan oleh para nasabah. Persepsi Kemudahan Penggunaan juga akan mempengaruhi tingkat penggunaan *online banking*. Semakin mudah *online banking* dioperasikan akan berpengaruh pada semakin seringnya layanan *online banking* tersebut digunakan oleh para nasabah.

D. Paradigma Penelitian

Skema hubungan antar variabel atau paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Paradigma Penelitian

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada kajian teori yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

H2 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

H4 : Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

H5 : Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-April 2014 untuk melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian sekaligus membagikan kuesioner, dilakukan analisis data dan penyusunan laporan penelitian.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang data dan informasinya didapat dari pengumpulan seluruh populasi (sampel). Survei dapat memberikan manfaat untuk berbagai tujuan deskriptif, sehingga dapat membantu dalam membandingkan kondisi yang ada dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (Husein Umar, 2001: 57).

Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang menggambarkan suatu variabel dan kejadian yang sebenarnya serta apa adanya dengan memberikan atau menyebarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur kepada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu dengan menggunakan unit analisis yang diteliti adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008: 36). Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah Persepsi Kebermanfaatan (x_1), Keamanan (x_2), Kepercayaan (x_3), Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_4) berpengaruh terhadap Penggunaan *Online Banking* (y).

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Penggunaan *Online Banking*

Penggunaan *Online Banking* adalah kondisi nyata nasabah yang menggunakan *online banking* yang dikonseptkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *online banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Penggunaan *Online Banking* adalah frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang digunakan nasabah. Variabel ini akan diukur melalui delapan item pernyataan. Setiap item akan diukur dengan menggunakan Skala *Likert* mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

2. Persepsi Kebermanfaatan (x_1)

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja orang tersebut. Indikator yang digunakan untuk

mengukur variabel Persepsi Kebermanfaatan adalah penggunaan *online banking* mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan keefektifan, sehingga *online banking* dianggap dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan nasabah. Variabel ini akan diukur melalui sebelas item pernyataan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala *Likert* mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

3. Keamanan (x₂)

Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan dalam *online banking* berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keamanan yaitu: (1) sistem keamanan bank; (2) sistem kerahasiaan bank. Variabel ini akan diukur melalui enam item pernyataan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala *Likert* mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

4. Kepercayaan (x₃)

Kepercayaan berkenaan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan *online banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan adalah tingkat kepercayaan. Variabel ini akan diukur melalui enam item pernyataan. Setiap item diukur dengan

menggunakan Skala *Likert* mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_4)

Persepsi Kemudahan Penggunaan atas *online banking* didefinisikan sebagai merujuk pada keyakinan individu bahwa *online banking* tidak sulit untuk dipelajari dan tidak membutuhkan usaha yang besar untuk dipahami oleh pengguna atau nasabah. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah interaksi antara individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah untuk digunakan dan mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Variabel ini akan diukur melalui sebelas item pertanyaan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala *Likert* mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008: 80). Populasi dalam hal ini adalah seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang memiliki Kartu Tanda Mahasiswa (KTM).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila jumlah populasi yang akan diteliti tergolong besar dan peneliti merasa memiliki keterbatasan untuk mempelajari seluruh populasi

yang ada, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Namun dengan catatan, sampel yang diambil harus benar-benar representatif atau mewakili populasi yang dimaksud (Sugiyono, 2008: 81).

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive*. “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2008: 85). Pertimbangan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah responden yang diminta untuk mengisi kuesioner harus memenuhi dua kriteria yaitu (1) responden berstatus sebagai mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi yang masih aktif dan (2) responden pernah menggunakan *online banking* (baik ATM maupun e-banking).

Berdasarkan data yang diambil dari SIAKAD UNY pada bulan Januari 2014, jumlah seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang masih tergolong sebagai mahasiswa aktif adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1.	Akuntansi	570
2.	Pendidikan Akuntansi	369
3.	Pendidikan Akuntansi Kelas Internasional	86
4.	Pendidikan Ekonomi	410
5.	Manajemen	581
6.	Pendidikan Administrasi Perkantoran	427
	Total	2443

Sumber: siakad.uny.ac.id

Saifuddin Azwar (2010: 82) menyatakan bahwa banyak ahli riset yang menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi yang ada sebagai aturan kasar. Besarnya sampel juga dapat ditentukan dengan pendekatan statistik (Sukandarrumidi, 2006). Sebelum menentukan jumlah sampel yang diambil dari populasi terlebih dahulu perlu diketahui:

1. Memperkirakan jumlah objek yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu populasi (p).
2. Menentukan derajat atau koefisien konfidensi (keyakinan) yang diinginkan dalam menentukan penaksiran (z).
3. Menetapkan kemungkinan kekeliruan untuk menarik sampel dalam bentuk presentase ($e = b$).
4. Menghitung jumlah sampel (n) dengan rumus sampel minimal:

$$n = p \cdot q (z / e)^2 \text{ atau } p (1 - p) (z / b)^2$$

(Sukandarrumidi, 2006).

Keterangan:

n : jumlah minimal sampel

p : persentase proporsi populasi diambil 10% atau 0,1

q : proporsi sisa dalam populasi $(1 - p) = (1 - 0,1) = 0,9$

z : koefisien konfidensi yang diperbolehkan dalam sampling

sehingga bila *confidence level* (α) 95% maka nilai

$z = 1,96$ (tabel distribusi normal)

$e = b$: persentase kemungkinan membuat kesalahan dalam

menentukan ukuran sampel diambil 5% atau 0,05

Berdasarkan langkah perhitungan dan rumus sampel minimal diatas, maka jumlah sampel minimal penelitian ini adalah:

$$n = p (1 - p) (z / b)^2$$

$$n = 0,1 (0,9) (1,9 / 0,05)^2$$

$$n = 138,2976$$

$$n = 139 \text{ responden (pembulatan)}$$

Dengan tidak mengabaikan keberwakilan sampel yang diteliti, peneliti membagi strata populasi berdasarkan program studi yang ada dalam perhitungan jumlah sampelnya. Jadi, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2. Jumlah dan Keberwakilan Sampel Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1.	Akuntansi	570	$\frac{570}{2443} \times 139 = 32,49 = 33$ (pembulatan)
2.	Pendidikan Akuntansi	369	$\frac{369}{2443} \times 139 = 20,99 = 21$ (pembulatan)
3.	Pendidikan Akuntansi Kelas Internasional	86	$\frac{86}{2443} \times 139 = 4,89 = 5$ (pembulatan)
4.	Pendidikan Ekonomi	410	$\frac{410}{2443} \times 139 = 23,32 = 23$ (pembulatan)
5.	Manajemen	581	$\frac{581}{2443} \times 139 = 33,05 = 33$ (pembulatan)
6.	Pendidikan Administrasi Perkantoran	427	$\frac{427}{2443} \times 139 = 24,29 = 24$ (pembulatan)
Total		2443	139

Sumber: Data primer yang diolah

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 139 orang mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam penelitian saat pengumpulan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti (Sugiyono, 2008: 92). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang butir-butir pertanyaannya diadopsi dan dimodifikasi dari jurnal empiris dan penelitian terdahulu yang relevan. Instrumen yang digunakan antara lain:

1. Penggunaan *Online Banking*

Instrumen ini terdiri dari delapan item pertanyaan yang merupakan hasil adopsi dan modifikasi dari penelitian Millati Amalia (2012) dan Oktavia (2008). Delapan item pertanyaan tersebut meliputi tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan frekuensi penggunaan dan lima item pertanyaan yang berkaitan dengan diversitas transaksi.

2. Persepsi Kebermanfaatan

Instrumen ini terdiri dari sebelas item pertanyaan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Fitri Dwi Rahmawati (2012). Sebelas item pertanyaan tersebut meliputi dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mampu menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah, tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mampu meningkatkan keefektifan, dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem yang dianggap bermanfaat, dua item pertanyaan yang

berkaitan dengan penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas dan dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mengembangkan kinerja pekerjaan.

3. Keamanan

Instrumen ini terdiri atas enam item pernyataan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Inderawati (2001). Enam item pernyataan itu terdiri dari tiga item pernyataan yang berkaitan dengan sistem keamanan dan tiga item pernyataan yang berkaitan dengan sistem kerahasiaan.

4. Kepercayaan

Instrumen ini terdiri atas enam item pernyataan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Cionia Christina Tjen Yan (2013). Enam item pernyataan itu terdiri dari enam item pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan nasabah.

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Instrumen ini terdiri dari sebelas item pertanyaan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian N. Nurul Citra (2012). Sebelas item pertanyaan tersebut meliputi tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem, tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan sistem mudah untuk digunakan dan dua item pernyataan yang berkaitan

dengan sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna.

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran variabel agar didapatkan data kuantitatif yang akurat, sehingga setiap instrumen harus mempunyai skala ukur. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. Skor Skala *Likert*

Pertanyaan Positif		Pertanyaan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat tidak Setuju	1	Sangat tidak Setuju	1

Instrumen-instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Instrumen Penelitian Penggunaan *Online Banking*

No.	Indikator Penggunaan <i>Online Banking</i>	Nomor	Jumlah
1	Frekuensi Penggunaan	1, 2, 3	3
2	Diversitas Transaksi	4, 5, 6, 7, 8	5
	Jumlah	8	8

Sumber: Millati Amalia (2012) dan Oktavia (2008)

Tabel 5. Instrumen Penelitian Persepsi Kebermanfaatan

No.	Indikator Persepsi Kebermanfaatan	Nomor	Jumlah
1	Menjadikan pekerjaan lebih mudah	1, 2	2
2	Mempertinggi efektivitas	3, 4, 5	3
3	Bermanfaat	6,7	2
4	Menambah produktivitas	8, 9	2
5	Mengembangkan kinerja pekerjaan	10, 11	2
	Jumlah	11	11

Sumber: Fitri Dwi Rahmawati (2012)

Tabel 6. Instrumen Penelitian Keamanan

No.	Indikator Keamanan	Nomor	Jumlah
1	Sistem Keamanan	1, 2, 3	3
2	Sistem Kerahasiaan	4, 5, 6,	3
	Jumlah	6	6

Sumber: Iderawati (2001)

Tabel 7. Instrumen Penelitian Kepercayaan

No.	Indikator Kepercayaan	Nomor	Jumlah
1	Tingkat Kepercayaan	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
	Jumlah	6	6

Sumber: Cionia Christina Tjen Yan (2013)

Tabel 8. Instrumen Penelitian Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	Nomor	Jumlah
1	Mudah dimengerti	1, 2, 3	3
2	Mudah untuk berinteraksi	4, 5, 6	3
3	Mudah digunakan	7, 8, 9	3
4	Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna	10, 11	2
	Jumlah	11	11

Sumber: N. Nurul Citra (2012)

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008: 142). Kuesioner yang disebarluaskan berupa daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden tentang permasalahan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian kuesioner yang dibuat sederhana dan sejelas mungkin untuk memudahkan responden dalam mengisi jawaban.

Menurut (Sutrisno Hadi, 2000: 57) alasan digunakannya angket atau kuesioner adalah anggapan bahwa: Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya, Apa yang dinyatakan subjek dalam penelitian adalah dapat dipercaya, Interpretasi subjek tentang pertanyaan adalah sama dengan persepsi yang dimaksud peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti. Kuesioner ini diberikan langsung kepada responden karena ruang lingkup penelitian ini masih terjangkau oleh peneliti. Selain itu kuesioner diberikan secara langsung untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang hilang.

G. Uji Coba Instrumen

Kuesioner yang nantinya akan disebarluaskan kepada responden harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Uji coba kuesioner dilakukan pada responden yang berada di dalam populasi tetapi di luar dari

sampel penelitian. Uji coba kuesioner akan dilaksanakan pada tiga puluh responden yang merupakan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking*.

1. Uji Validitas

Validitas membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataannya, dan penjelasan apa yang diberikan sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi (S. Nasution, 2002: 105). Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui kesahihan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2008: 121), instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data secara benar dan teliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas pada penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari *pearson* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

N : Jumlah subjek

$\sum XY$: Jumlah hasil kali nilai X dan Y

$\sum X$: Jumlah nilai X

$\sum Y$: Jumlah nilai Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y

(Suharsimi Arikunto, 2009: 171)

Setelah r hitung ditemukan, nilai r hitung tersebut kemudian dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui butir yang valid dan

tidak valid. Dengan pedoman bila r hitung $\geq r$ tabel pada signifikansi 5% dengan jumlah $n = 30$, maka nilai r tabel = 0,361. Jadi, apabila hasil r hitung $\geq 0,361$ maka butir item dianggap valid, sedangkan bila r hitung $< r$ tabel (0,361) maka item itu dianggap tidak valid. Butir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir yang valid (Imam Ghozali, 2006: 49).

Berikut ini merupakan hasil uji validitas dari kuesioner yang telah disebar kepada responden yang merupakan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang pernah menggunakan jasa *Online banking*.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Jumlah Butir	Jumlah Butir Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
1	Persepsi Kebermanfaatan	11	-	11
2	Keamanan	6	-	6
3	Kepercayaan	6	-	6
4	Persepsi Kemudahan Penggunaan	11	2 (4 dan 11)	9
5	Penggunaan <i>Online banking</i>	8	-	8
	Total	42	2	40

Sumber: Data primer yang diolah. (Lampiran 3. Hal 143)

Dari hasil uji validitas variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan penggunaan *online banking* di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel ($n=30$ sebesar 0,361), terkecuali pada butir pernyataan persepsi kemudahan penggunaan nomor 4 (r hitung = 0,307 lebih kecil dari 0,361) dan

nomor 11 (r hitung = 0,293 lebih kecil dari 0,361). Dengan demikian butir-butir pernyataan yang dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan pertanyaan apakah penelitian yang dilakukan dapat diulangi atau direplikasi oleh peneliti lain dan hasil yang didapatkan tetap sama bila ia menggunakan metode yang sama. Atau dengan kata lain reliabilitas merujuk pada konsistensi hasil penelitian sehingga dapat dipercaya (S. Nasution, 2002: 105). Untuk menghasilkan data yang reliabel diperlukan instrumen yang juga reliabel. “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama” (Sugiyono, 2008: 121). Apabila instrumen penelitian tersebut digunakan untuk mengukur objek yang sama dalam jangka waktu yang berbeda, akan tetap terdapat kesamaan pada data hasil penelitiannya. Uji reliabilitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Varian total

(Suharsimi Arikunto, 2009: 180)

Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai *Alpha* melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai *Alpha* kurang dari 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Imam Ghazali, 2006: 46).

Tabel 10. Interpretasi Koefisien *Alpha*

Koefisien	Interpretasi
0,800 sampai 1,000	Sangat tinggi
0,600 sampai 0,800	Tinggi
0,400 sampai 0,600	Cukup
0,200 sampai 0,400	Rendah
0,000 sampai 0,200	Sangat Rendah

Penghitungan untuk mencari reliabilitas data instrumen dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software SPSS 16.0 for Windows*. Butir pertanyaan yang valid diuji dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Kriteria	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,600	0,866	Reliabel
Keamanan	0,600	0,639	Reliabel
Kepercayaan	0,600	0,694	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,600	0,789	Reliabel
Penggunaan <i>Online banking</i>	0,600	0,825	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah. (Lampiran 3. Hal 143)

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel menunjukkan $> 0,600$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap instrumen penelitian ini memiliki

tingkat reliabilitas yang baik sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

a. Penentuan Kelas Interval dan Distribusi Frekuensi berdasarkan rumus

Sturgess

- 1) Jumlah kelas = $1 + \log n$, n = Jumlah sampel
- 2) Rentang Data = data terbesar – data terkecil
- 3) Panjang kelas = rentang data / jumlah kelas interval

b. Identifikasi Kecenderungan Variabel

- 1) Pengkategorian terhadap nilai masing-masing indikator

$$Meanideal(Mi) = \frac{1}{2} (Nilaimaksimum + Nilaiminimum)$$

$$Standardeviasiideal(Sdi) = \frac{1}{6} (Nilaimaksimum - Nilaiminimum)$$

- 2) Mencari kategori indikator:

Tinggi = $> \{Mi + 1(Sdi)\}$

Sedang = $< \{Mi - 1(Sdi)\}$ s/d $\{Mi + 1(Sdi)\}$

Rendah = $< \{Mi - 1(Sdi)\}$

(Sutrisno Hadi, 2004:135)

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Suharsimi Arikunto, 2009: 301). Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu masih memiliki distribusi normal atau tidak. Banyak cara yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian

terhadap normal tidaknya penyebaran data, salah satunya adalah dengan menggunakan Metode *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan rumus sebagai berikut: $K_D = 1,36 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$

Keterangan:

K_D = harga *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n_2 = jumlah sampel yang diobservasi

n_1 = jumlah sampel yang diharapkan

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Data diambil dari populasi yang berdistribusi normal

H_1 : Data diambil bukan dari populasi yang berdistribusi normal.

Pengambilan keputusan:

Jika nilai *Asymp. Sig.* $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika nilai *Asymp. Sig.* $< 0,05$ maka H_0 ditolak

(Joko Sulistyo, 2010).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) dan varibel dependen (y) mempunyai hubungan linear atau tidak dengan melihat apakah data yang dimiliki sesuai dengan garis linear atau tidak. Analisis regresi linear dapat dilakukan apabila asumsi linearitas terpenuhi. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan Uji F dengan rumus:

$$F_{\text{reg}} = \frac{R_{\text{reg}}^2}{R_{\text{res}}^2}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} : Rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} : Rerata kuadrat residu

(Sutrisno Hadi, 2004: 14)

Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa spesifikasi model dalam bentuk fungsi linear ditolak.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Multikolenieritas

Uji ini sebagai syarat digunakannya analisis regresi ganda untuk mengkaji terjadi atau tidaknya multikolenieritas antar variabel independen. Multikolenieritas adalah kolerasi antara variabel independen satu dengan yang lain. “Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen” (Imam Ghazali, 2006: 95). Ada tidaknya multikolenieritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dapat dihitung dengan rumus: $VIF = \frac{1}{Tolerance Value}$

Tolerance Value dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat). *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan

nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/Tolerance Value$. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance Value \geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya (Imam Ghazali, 2006: 97).

2) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, heteroskedastisitas dapat diketahui melalui Uji *Glejser*. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi (Imam Ghazali, 2006).

3) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Iqbal Hasan, 2003: 140). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Langkah-langkah dalam melakukan analisis regresi sederhana yaitu:

1) Membuat garis linier sederhana

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' : nilai yang diprediksi

a : konstanta atau apabila harga $X = 0$

b : koefisien regresi

X : nilai variabel independen

(Sugiyono, 2008: 188)

2) Menguji signifikan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu dengan rumus :

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{(\sqrt{1-r^2})}$$

Keterangan:

t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah ke-n

(Sugiyono, 2008)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel yaitu 1,645 dengan taraf signifikansi 5% dengan jumlah n (df=n-2) maka mempunyai pengaruh yang signifikan dan hipotesis diterima. Sebaliknya jika t hitung lebih kecil daripada t tabel (1,645) pada taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

b. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama terhadap

Penggunaan *Online Banking*. Dalam analisis regresi ganda, langkah-langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut :

- 1) Membuat persamaan garis dengan dua prediktor, dengan rumus:

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + k$$

Keterangan:

- Y : kriterium
 $X_1 X_2 X_3 X_4$: prediktor 1, prediktor 2, prediktor 3, prediktor 4
 a_1 : koefisien prediktor X_1
 a_2 : koefisien prediktor X_2
 a_3 : koefisien prediktor X_3
 a_4 : koefisien prediktor X_4
 k : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004: 18)

- 2) Mencari koefisien determinasi antara prediktor

X_1, X_2, X_3 dan X_4 dengan kriterium Y , dengan rumus :

$$R^2_{y(1,2,3,4)} = \frac{(a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y + a_4 \sum X_4 Y)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

- $R^2_{y(1,2,3,4)}$: koefisien determinasi antara Y dengan X_1, X_2, X_3 dan X_4
 a_1 : koefisien prediktor X_1
 a_2 : koefisien prediktor X_2
 a_3 : koefisien prediktor X_3
 a_4 : koefisien prediktor X_4
 $\sum X_1$: jumlah produk antara X_1 dengan Y
 $\sum X_2$: jumlah produk antara X_2 dengan Y
 $\sum X_3$: jumlah produk antara X_3 dengan Y
 $\sum X_4$: jumlah produk antara X_4 dengan Y
 $\sum Y^2$: jumlah kuadrat kriterium Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

3) Keberartian regresi ganda diuji dengan mencari signifikan harga F, dengan rumus :

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga F garis regresi

N : Cacah kasus

m : Cacah Prediktor

R^2 : koefisien determinasi antara kriterium dengan prediktor

(Sutrisno Hadi, 2004: 23)

Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian F hitung dikonsultasikan dengan F tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila F hitung lebih besar atau sama dengan F tabel, maka mempunyai pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel pada taraf signifikansi 5%, berarti mempunyai pengaruh yang tidak signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 200 kuesioner dengan tingkat pengembalian 100%. Dari seluruh kuesioner yang kembali, peneliti memilih 139 kuesioner yang skor jawabanya lengkap dan dianggap layak untuk dijadikan sebagai data penelitian.

Tabel 12. Jumlah Pengembalian Kuesioner

No.	Program Studi	Jumlah Kuesioner Disebar	Jumlah Kuesioner yang Kembali
1	Akuntansi	43	43
2	Pendidikan Akuntansi	31	31
3	Pendidikan Akuntansi Kelas Internasional	16	16
4	Pendidikan Ekonomi	33	33
5	Manajemen	43	43
6	Pendidikan Administrasi Perkantoran	34	34
Total		200	200

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

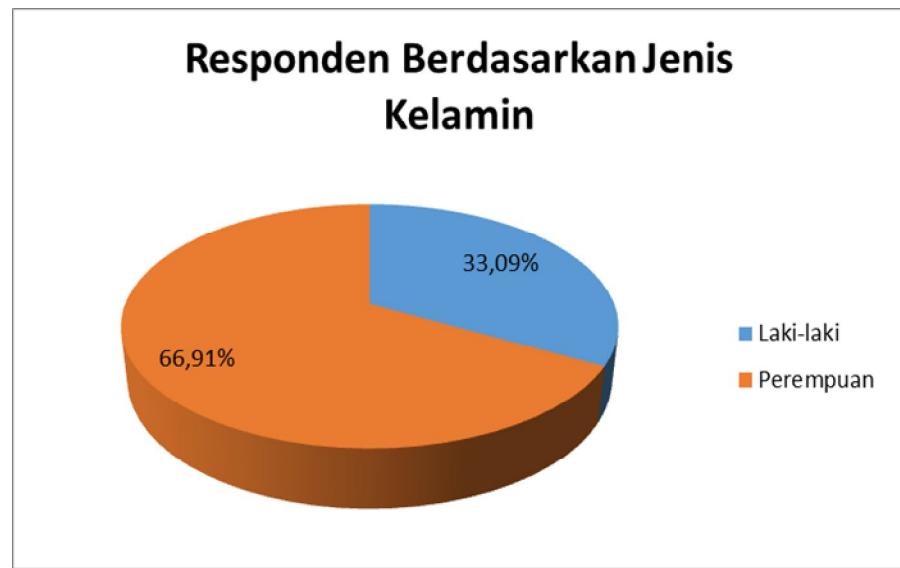
Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	46	33,09%
Perempuan	93	66,91%
Jumlah	139	100,00%

Sumber: data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah presentase responden laki-laki yang memakai *online banking* sejumlah 46 orang (33,09%), sedangkan responden perempuan yang memakai *online banking* sejumlah 93 orang (66,91%). Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut:



Gambar 3. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

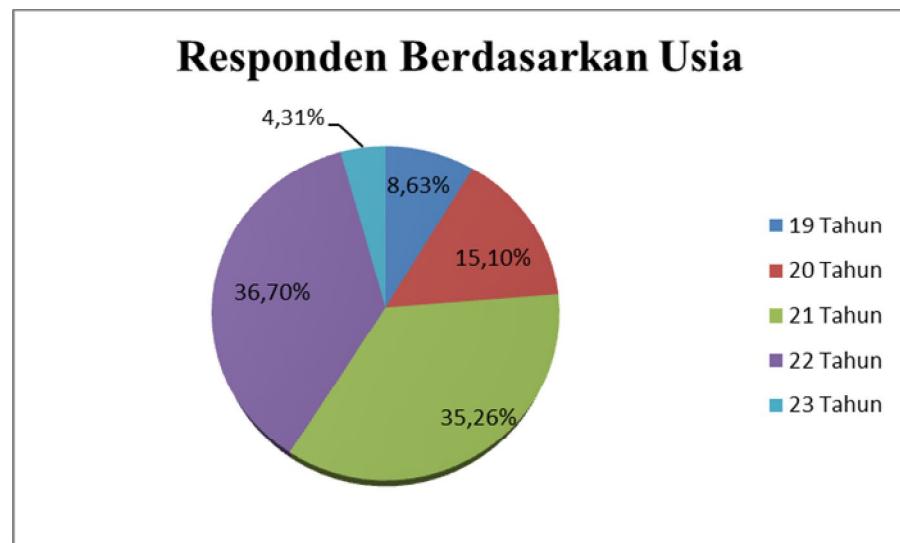
Deskripsi data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 14 berikut:

Tabel 14. Demografi Responden Berdasarkan Usia

Usia	W rekuensi	Persentase
19	12	8,63%
20	21	15,10%
21	49	35,26%
22	51	36,70%
23	6	4,31%
Jumlah	139	100,00%

Sumber: data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah presentase umur yang memakai *online banking*. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang memakai *online banking* masuk usia 22 tahun sejumlah 51 orang (36,70%), kemudian disusul usia 21 tahun sejumlah 49 orang (35,26%), kemudian usia 20 tahun sejumlah 21 orang (15,10%), kemudian usia 19 tahun sejumlah 12 orang (8,63%), dan terakhir masuk pada usia 23 tahun yang berjumlah 6 orang (4,31%). Hal tersebut digambarkan dalam Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Usia sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Usia

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Online banking*

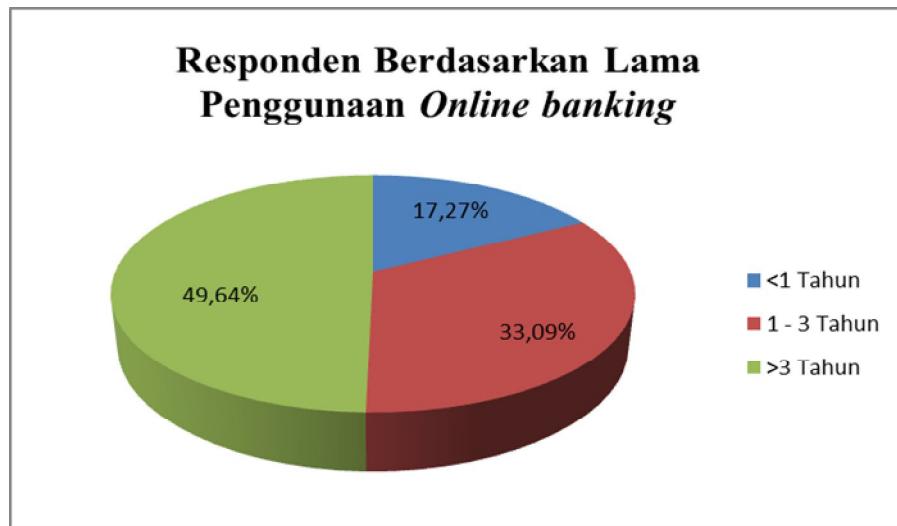
Deskripsi data responden berdasarkan lama menggunakan *online banking* dapat dilihat pada tabel 15 berikut:

Tabel 15. Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Online banking*

Lama Penggunaan <i>Online banking</i>	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	24	17,27%
1 - 3 Tahun	46	33,09%
>3 Tahun	69	49,64%
Total	139	100,00%

Sumber: data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *online banking* lebih dari 3 tahun sejumlah 69 orang (49,64%), kemudian responden yang menggunakan *online banking* antara 1-3 tahun sejumlah 46 orang (33,09%) dan responden yang menggunakan *online banking* kurang dari 1 tahun sejumlah 24 orang (17,27%). Hal tersebut digambarkan dalam Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Online banking* sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Online banking*

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis *Online banking* yang Digunakan

Deskripsi data responden berdasarkan jenis *online banking* yang digunakan dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

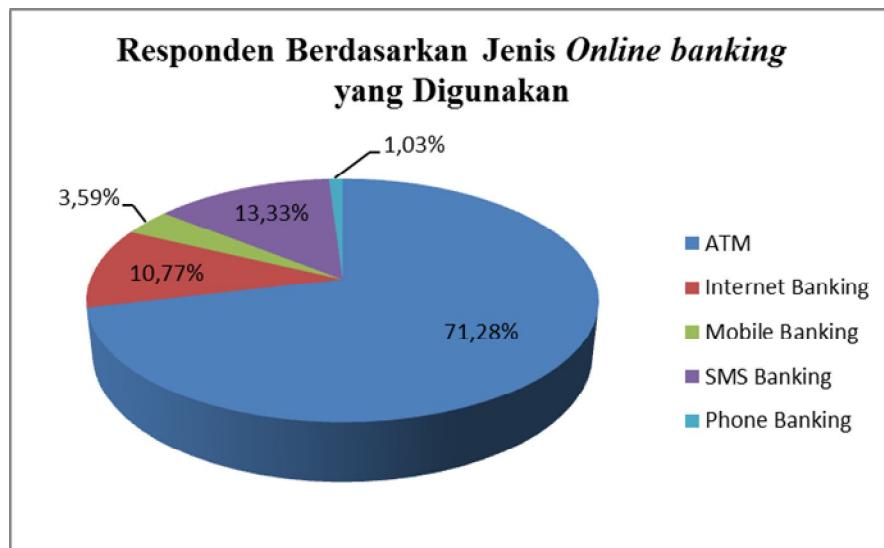
Tabel 16. Demografi Responden Berdasarkan Jenis *Online banking* yang Digunakan

Jenis <i>Online banking</i>	Frekuensi	Presentase
ATM	139	71,28%
Internet Banking	21	10,77%
Mobile Banking	7	3,59%
SMS Banking	26	13,33%
Phone Banking	2	1,03%
Jumlah	195	100.00%

Sumber: data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan bahwa 139 responden (71,28%) pernah menggunakan ATM, 21 responden (10,77%) menggunakan *internet banking*, 26 responden (13,33%) menggunakan *sms banking*, 7 responden (3,59%) menggunakan *mobile banking*, dan 2 responden

(1,03%) menggunakan *phone banking*. Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut:



Gambar 6. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis *Online banking* yang Digunakan

B. Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan metode survei dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket/kuesioner. Deskripsi hasil penelitian untuk setiap variabel dapat dilihat di bawah ini:

1. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Penggunaan *Online banking*

Variabel penggunaan *online banking* diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel penggunaan *online banking* dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 16; nilai maksimum sebesar 40; nilai *mean* sebesar 28,05; dan deviasi standar sebesar 3,98.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Penggunaan *Online banking* dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 139 \\
 &= 1 + 3,3 (2,143015) \\
 &= 8,071949 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 40 - 16 \\
 &= 24
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\
 &= 24/8 = 3
 \end{aligned}$$

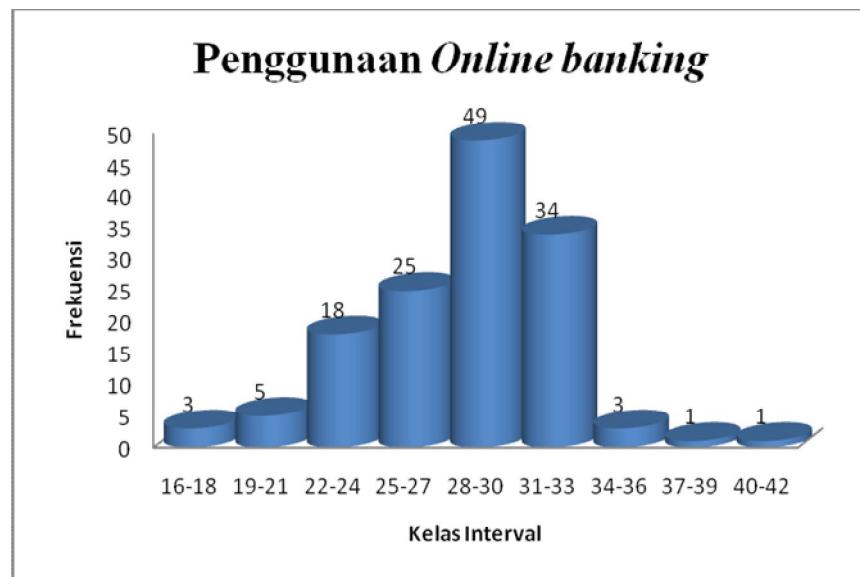
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Penggunaan *Online banking*

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
16 - 18	3	2%
19 - 21	5	4%
22 - 24	18	13%
25 - 27	25	18%
28 - 30	49	35%
31 - 33	34	24%
34 - 36	3	2%
37 - 39	1	1%
40 - 42	1	1%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Histogram dari distribusi frekuensi variabel penggunaan *online banking* sebagai berikut:

Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Penggunaan *Online banking*

Berdasarkan tabel dan histogram di atas menunjukkan Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta paling banyak terletak di antara

interval 28 – 30 sebanyak 49 orang (35%), dan yang paling sedikit terletak di antara interval 37 – 39 dan 40 – 42 sebanyak 1 orang (1%).

Pengkategorian data pada penggunaan *online banking* dibuat berdasarkan *mean* dan deviasi standar. Identifikasi dikelompokkan dalam kategori normal sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = X > \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Sedang} = X < \{Mi - 1(Sdi)\} \text{ s/d } \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Rendah} = X < \{Mi - 1(Sdi)\}$$

Sedangkan untuk mengetahui *mean ideal* dan deviasi standar ideal, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal } (Mi) &= \frac{1}{2} (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (40 + 16) \\ &= \frac{1}{2} (56) = 28 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi Ideal } (Sdi) &= \frac{1}{6} (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (40 - 16) \\ &= \frac{1}{6} (24) = 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tinggi} &= X > \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= X > \{28 + 1(4)\} \\ &= X > \{28 + 4\} \\ &= X > 32 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= \{Mi - 1(Sdi)\} \leq X \leq \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= \{28 - 1(4)\} \leq X \leq \{28 + 1(4)\} \\ &= \{28 - 4\} \leq X \leq \{28 + 4\} \\ &= 24 \leq X \leq 32 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < \{Mi - 1(Sdi)\} \\ &= X < \{28 - 1(4)\} \\ &= X < \{28 - 4\} \\ &= X < 24 \end{aligned}$$

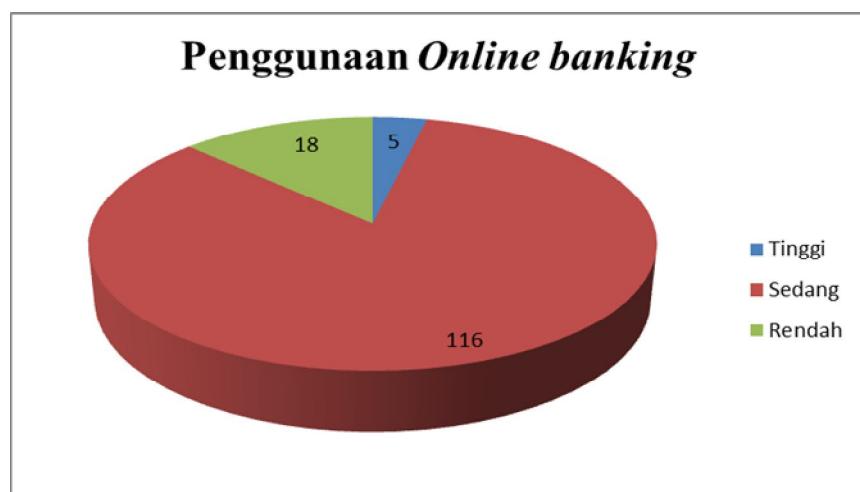
Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Penggunaan *Online banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 18. Kategorisasi Penggunaan *Online banking*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 32$	5	3%
Sedang	$24 \leq X \leq 32$	116	84%
Rendah	$X < 24$	18	13%
Jumlah		139	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 18, menunjukkan bahwa sebagian besar penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori sedang, yaitu ditunjukkan dari penilaian responden sebanyak 116 orang (84%), kategori tinggi sebanyak 5 orang (3%) dan kategori rendah sebanyak 18 orang (13%). Hasil deskriptif tersebut dapat juga disajikan dalam bentuk diagram seperti berikut:



Gambar 8. Diagram Penggunaan *Online banking*

b. Persepsi Kebermanfaatan

Variabel persepsi kebermanfaatan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 11 item pernyataan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penilaian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel persepsi kebermanfaatan dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 20; nilai maksimum sebesar 53; nilai *mean* sebesar 39,97; dan deviasi standar sebesar 7,38.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Persepsi Kebermanfaatan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 139 \\
 &= 1 + 3,3 (2,143015) \\
 &= 8,071949 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 53 - 20 \\
 &= 33
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\
 &= 33/8 = 4,12
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Persepsi Kebermanfaatan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
20 - 24,11	9	6%
24,12 - 28,23	6	4%
28,24 - 32,35	10	7%
32,36 - 36,47	10	7%
36,48 - 40,59	7	5%
40,6 - 44,71	71	51%
44,72 - 48,83	20	14%
48,84 - 52,95	5	4%
52,96 - 57,07	1	1%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Histogram dari distribusi frekuensi variabel persepsi kebermanfaatan sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kebermanfaatan

Berdasarkan tabel dan histogram di atas menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta paling banyak terletak di antara interval 40,6 – 44,71 sebanyak 71

orang (51%), dan yang paling sedikit terletak di antara interval $52,96 - 57,07$ sebanyak 1 orang (1%).

Pengkategorian data pada persepsi kebermanfaatan dibuat berdasarkan *mean* dan deviasi standar. Identifikasi dikelompokkan dalam kategori normal sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = > \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Sedang} = < \{Mi - 1(Sdi)\} \text{ s/d } \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Rendah} = < \{Mi - 1(Sdi)\}$$

Sedangkan untuk mengetahui *mean ideal* dan deviasi standar ideal, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (53 + 20) \\ &= \frac{1}{2} (73) = 36,5 \text{ dibulatkan menjadi 37} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi Ideal (Sdi)} &= \frac{1}{6} (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (53 - 20) \\ &= \frac{1}{6} (33) = 5,5 \text{ dibulatkan menjadi 6} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tinggi} &= X > \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= X > \{37 + 1(6)\} \\ &= X > \{37 + 6\} \\ &= X > 43 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= \{Mi - 1(Sdi)\} \leq X \leq \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= \{37 - 1(6)\} \leq X \leq \{37 + 1(6)\} \\ &= \{37 - 6\} \leq X \leq \{37 + 6\} \\ &= 31 \leq X \leq 43 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < \{Mi - 1(Sdi)\} \\ &= X < \{37 - 1(6)\} \\ &= X < \{37 - 6\} \\ &= X < 31 \end{aligned}$$

Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Persepsi Kebermanfaatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 20. Kategorisasi Persepsi Kebermanfaatan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 43$	68	49%
Sedang	$31 \leq X \leq 43$	54	39%
Rendah	$X < 31$	17	12%
Jumlah		139	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 20, menunjukkan bahwa sebagian besar Persepsi Kebermanfaatan pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori tinggi, yaitu ditunjukkan dari penilaian responden sebanyak 68 orang (49%), kategori sedang sebanyak 54 orang (39%) dan kategori rendah sebanyak 17 orang (12%). Hasil deskriptif tersebut dapat juga disajikan dalam bentuk diagram seperti berikut:



Gambar 10. Diagram Persepsi Kebermanfaatan

c. Keamanan

Variabel keamanan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penilaian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel persepsi kebermanfaatan dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 16; nilai maksimum sebesar 30; nilai *mean* sebesar 22,39; dan deviasi standar sebesar 2,49.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Keamanan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 139 \\
 &= 1 + 3,3 (2,143015) \\
 &= 8,071949 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 30 - 16 \\
 &= 14
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\
 &= 14/8 = 1,75
 \end{aligned}$$

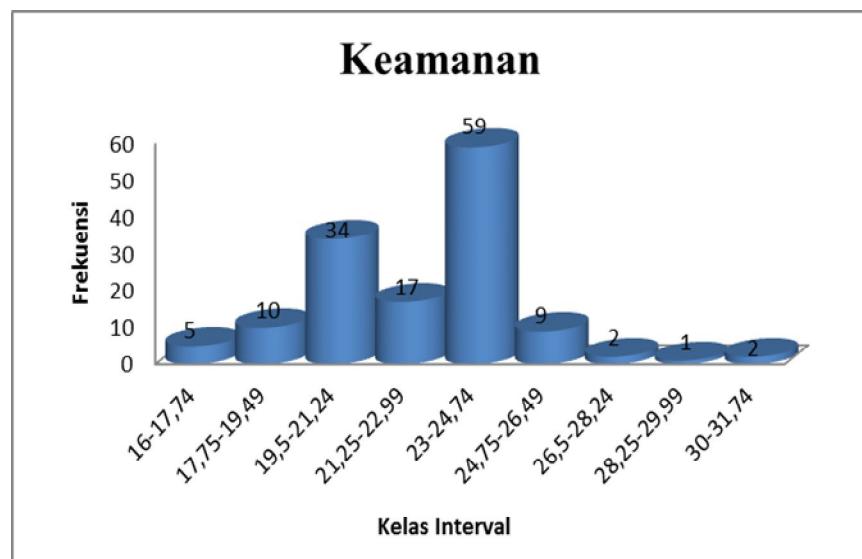
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 21. Distribusi Frekuensi Keamanan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
16 - 17,74	5	4%
17,75 - 19,49	10	7%
19,5 - 21,24	34	25%
21,25 - 22,99	17	12%
23 - 24,74	59	43%
24,75 - 26,49	9	6%
26,5 - 28,24	2	1%
28,25 - 29,99	1	1%
30 - 31,74	2	1%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Histogram dari distribusi frekuensi variabel keamanan sebagai berikut:



Gambar 11. Histogram Distribusi Frekuensi Keamanan

Berdasarkan tabel dan histogram di atas menunjukkan bahwa Keamanan penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta paling banyak terletak di antara interval 23 – 24,74 sebanyak 59 orang (43%), dan yang paling

sedikit terletak di antara interval 28,25 – 29,99 sebanyak 1 orang (1%).

Pengkategorian data pada keamanan penggunaan *online banking* dibuat berdasarkan *mean* dan deviasi standar. Identifikasi dikelompokkan dalam kategori normal sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = X > \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Sedang} = X < \{Mi - 1(Sdi)\} \text{ s/d } \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Rendah} = X < \{Mi - 1(Sdi)\}$$

Sedangkan untuk mengetahui *mean ideal* dan deviasi standar ideal, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal } (Mi) &= \frac{1}{2} (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (30 + 16) \\ &= \frac{1}{2} (46) = 23 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi Ideal } (Sdi) &= \frac{1}{6} (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (30 - 16) \\ &= \frac{1}{6} (14) = 2,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tinggi} &= X > \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= X > \{23 + 1(2,33)\} \\ &= X > \{23 + 2,33\} \\ &= X > 25,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= \{Mi - 1(Sdi)\} \leq X \leq \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= \{23 - 1(2,33)\} \leq X \leq \{23 + 1(2,33)\} \\ &= \{23 - 2,33\} \leq X \leq \{23 + 2,33\} \\ &= 20,67 \leq X \leq 25,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < \{Mi - 1(Sdi)\} \\ &= X < \{23 - 1(2,33)\} \\ &= X < \{23 - 2,33\} \\ &= X < 20,67 \end{aligned}$$

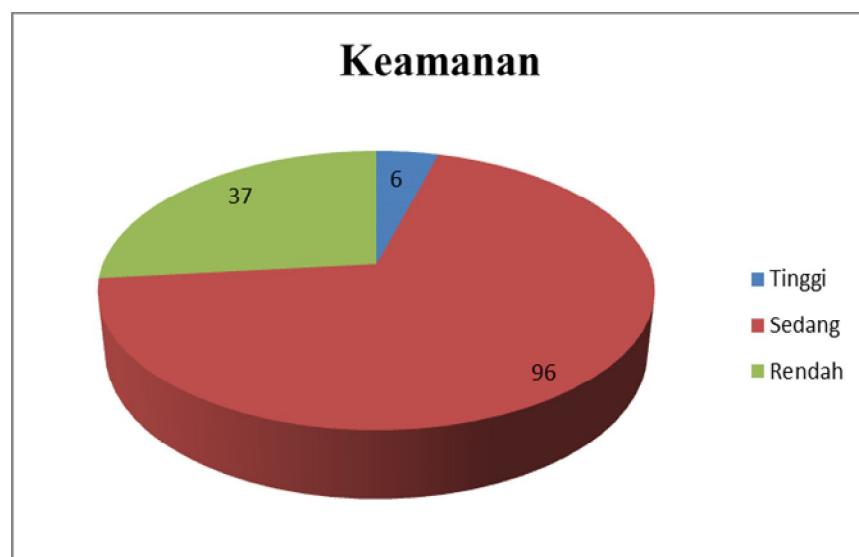
Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, distribusi kategori kecenderungan Keamanan dalam menggunakan *online banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 22. Kategorisasi Keamanan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 25,33$	6	4%
Sedang	$20,67 \leq X \leq 25,33$	96	69%
Rendah	$X < 20,67$	37	27%
Jumlah		139	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 22, menunjukkan bahwa sebagian besar Keamanan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori sedang, yaitu ditunjukkan dari penilaian responden sebanyak 96 orang (69%), kategori tinggi sebanyak 6 orang (4%) dan kategori rendah sebanyak 37 orang (27%). Hasil deskriptif tersebut dapat juga disajikan dalam bentuk diagram seperti berikut:



Gambar 12. Diagram Keamanan

d. Kepercayaan

Variabel kepercayaan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penilaian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel persepsi kebermanfaatan dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 10; nilai maksimum sebesar 26; nilai *mean* sebesar 21,54; dan deviasi standar sebesar 2,52.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Kepercayaan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 139 \\
 &= 1 + 3,3 (2,143015) \\
 &= 8,071949 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 26 - 10 \\
 &= 16
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\
 &= 16/8 = 2
 \end{aligned}$$

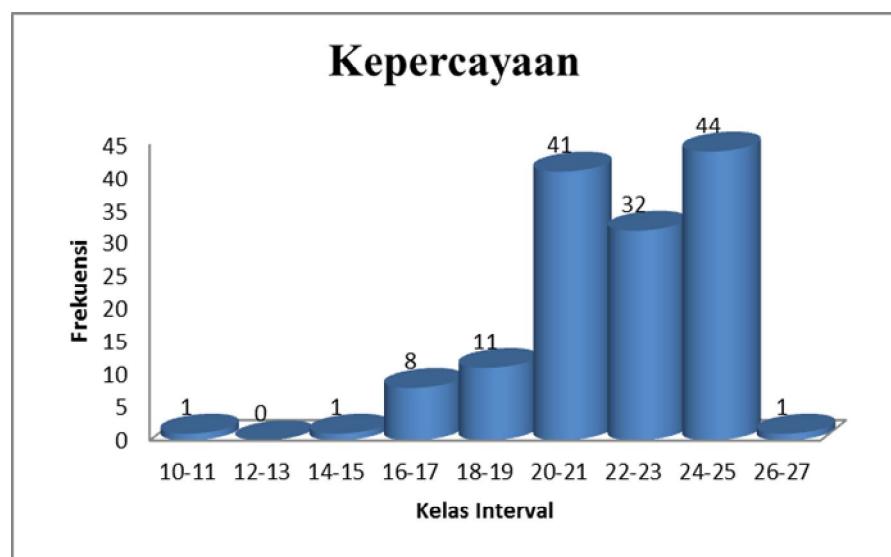
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 23. Distribusi Frekuensi Kepercayaan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
10 - 11	1	1%
12 - 13	0	0%
14 - 15	1	1%
16 - 17	8	6%
18 - 19	11	8%
20 - 21	41	29%
22 - 23	32	23%
24 - 25	44	32%
26 - 27	1	1%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Histogram dari distribusi frekuensi variabel kepercayaan sebagai berikut:



Gambar 13. Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan

Berdasarkan tabel dan histogram di atas menunjukkan bahwa Kepercayaan dalam menggunakan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta paling banyak terletak di antara interval 24 – 25 sebanyak 44 orang (32%), dan

yang paling sedikit terletak di antara interval 12 – 13 sebanyak 0 orang (0%).

Pengkategorian data pada kepercayaan terhadap penggunaan *online banking* dibuat berdasarkan *mean* dan deviasi standar. Identifikasi dikelompokkan dalam kategori normal sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = > \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Sedang} = < \{Mi - 1(Sdi)\} \text{ s/d } \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Rendah} = < \{Mi - 1(Sdi)\}$$

Sedangkan untuk mengetahui *mean ideal* dan deviasi standar ideal, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal } (Mi) &= \frac{1}{2} (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (26 + 10) \\ &= \frac{1}{2} (36) = 18 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi Ideal } (Sdi) &= \frac{1}{6} (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (26-10) \\ &= \frac{1}{6} (16) = 2,66 \text{ dibulatkan menjadi } 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tinggi} &= X > \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= X > \{18 + 1(3)\} \\ &= X > \{18 + 3\} \\ &= X > 21 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= \{Mi - 1(Sdi)\} \leq X \leq \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= \{18 - 1(3)\} \leq X \leq \{18 + 1(3)\} \\ &= \{18 - 3\} \leq X \leq \{18 + 3\} \\ &= 15 \leq X \leq 21 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < \{Mi - 1(Sdi)\} \\ &= X < \{18 - 1(3)\} \\ &= X < \{18 - 3\} \\ &= X < 15 \end{aligned}$$

Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Kepercayaan

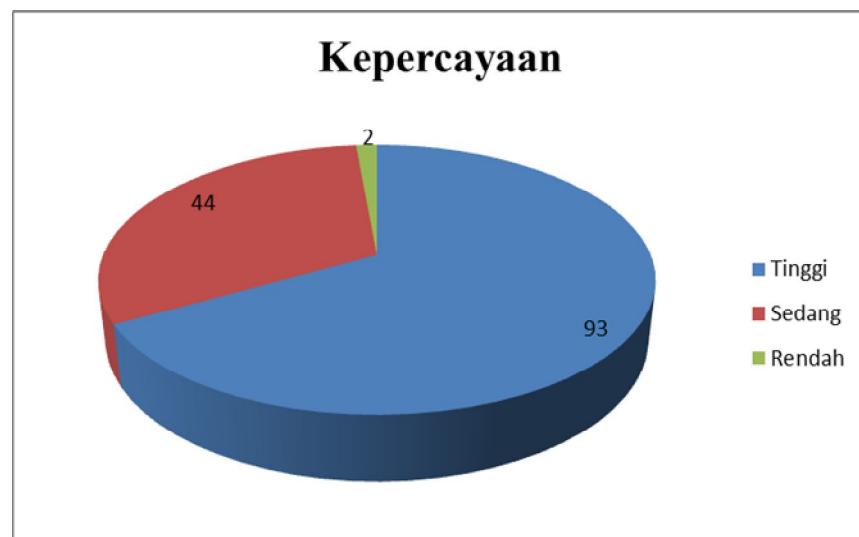
dalam menggunakan *online banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 24. Kategorisasi Kepercayaan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Percentase (%)
Tinggi	$X > 21$	93	67%
Sedang	$15 \leq X \leq 21$	44	32%
Rendah	$X < 15$	2	1%
Jumlah		139	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 24, menunjukkan bahwa sebagian besar Kepercayaan dalam menggunakan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori tinggi, yaitu ditunjukkan dari penilaian responden sebanyak 93 orang (67%), kategori sedang sebanyak 44 orang (32%) dan kategori rendah sebanyak 2 orang (1%). Hasil deskriptif tersebut dapat juga disajikan dalam bentuk diagram seperti berikut:



Gambar 14. Diagram Kepercayaan

e. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Variabel persepsi kemudahan penggunaan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 9 item pernyataan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penilaian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel persepsi kebermanfaatan dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 16; nilai maksimum sebesar 52; nilai *mean* sebesar 40,28; dan deviasi standar sebesar 7,96.

Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dapat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 139 \\
 &= 1 + 3,3 (2,143015) \\
 &= 8,071949 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 52 - 16 \\
 &= 36
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\
 &= 36/8 = 4,5
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 25. Distribusi Frekuensi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
16 - 20,4	9	6%
20,5 - 24,9	4	3%
25 - 29,4	3	2%
29,5 - 33,9	3	2%
34 - 38,4	7	5%
38,5 - 42,9	15	11%
43 - 47,4	96	69%
47,5 - 51,9	1	1%
52 - 56,4	1	1%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Histogram dari distribusi frekuensi variabel persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut:



Gambar 15. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan tabel dan histogram di atas menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Yogyakarta paling banyak terletak di antara interval 43 – 47,4 sebanyak 96 orang (69%), dan yang paling sedikit terletak di antara interval 47,5 – 51,9 dan 52 – 56,4 sebanyak 1 orang (1%).

Pengkategorian data pada persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* dibuat berdasarkan *mean* dan deviasi standar. Identifikasi dikelompokkan dalam kategori normal sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = > \{Mi + 1(Sdi)\}$$

$$\text{Sedang} = < \{Mi - 1(Sdi)\} \text{ s/d } \{Mi+1(Sdi)\}$$

$$\text{Rendah} = < \{Mi - 1(Sdi)\}$$

Sedangkan untuk mengetahui *mean ideal* dan deviasi standar ideal, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal } (Mi) &= \frac{1}{2} (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (52 + 16) \\ &= \frac{1}{2} (68) = 34 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi Ideal } (Sdi) &= \frac{1}{6} (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (52 - 16) \\ &= \frac{1}{6} (36) = 6 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tinggi} &= X > \{Mi + 1(Sdi)\} \\ &= X > \{34 + 1(6)\} \\ &= X > \{34 + 6\} \\ &= X > 40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= \{Mi - 1(Sdi)\} \leq X \leq \{Mi+1(Sdi)\} \\ &= \{34 - 1(6)\} \leq X \leq \{34+1(6)\} \\ &= \{34 - 6\} \leq X \leq \{34 + 6\} \\ &= 28 \leq X \leq 40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < \{Mi - 1(Sdi)\} \\ &= X < \{34 - 1(6)\} \\ &= X < \{34 - 6\} \\ &= X < 28 \end{aligned}$$

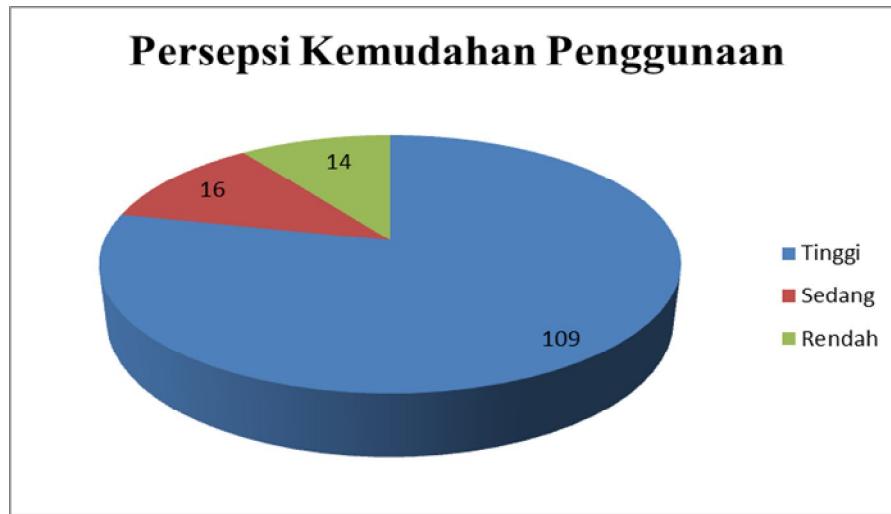
Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap penggunaan *online banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 26. Kategorisasi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 40$	109	78%
Sedang	$28 \leq X \leq 40$	16	12%
Rendah	$X < 28$	14	10%
Jumlah		139	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 26, menunjukkan bahwa sebagian besar Persepsi Kemudahan Penggunaan dalam menggunakan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori tinggi, yaitu ditunjukkan dari penilaian responden sebanyak 109 orang (78%), kategori sedang sebanyak 16 orang (12%) dan kategori rendah sebanyak 14 orang (10%). Hasil deskriptif tersebut dapat juga disajikan dalam bentuk diagram seperti berikut:



Gambar 16. Diagram Persepsi Kemudahan Penggunaan

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 16 for windows* dengan statistik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S). Pengukuran yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* dengan nilai *alpha* yang ditentukan sebesar 5%. Apabila nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		139
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3,24859673
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,069
	<i>Positive</i>	,044
	<i>Negative</i>	-0,069
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		0,808
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,531

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 7. Hal 180)

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,531 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Untuk uji linearitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Linearity* dari tabel Anova dengan nilai *alpha* sebesar 5%. Hasil uji linearitas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 28. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Linearity	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,000	Linear
Keamanan	0,001	Linear
Kepercayaan	0,000	Linear
Persepsi Kemudahan	0,000	Linear
Penggunaan		

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 6. Hal 174)

Dari hasil uji linieritas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa keempat variabel independen diatas memiliki nilai *Linearity* kurang dari 0,05 sehingga hal ini menunjukkan variabel penelitian memiliki hubungan linier.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Pemeriksaan untuk mendeteksi multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dihitung dengan menggunakan program *SPSS 16 for Windows*. Hasil uji multikolinieritas disajikan di tabel berikut:

Tabel 29. Hasil Uji Multikolinearitas

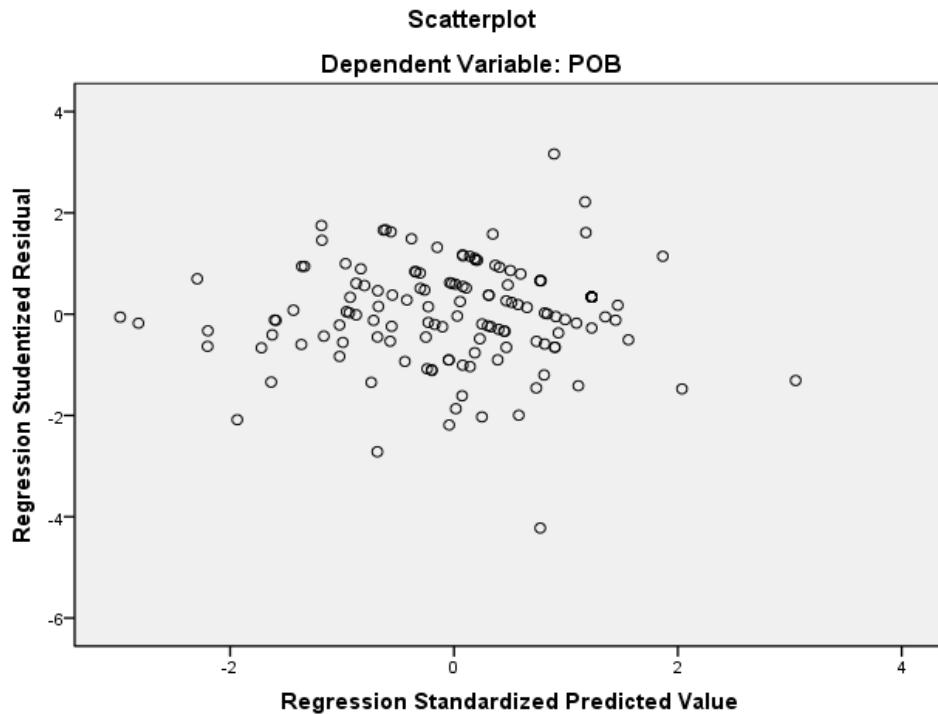
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,968	1,033	Tidak terjadi multikolinearitas
Keamanan	0,979	1,022	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,983	1,018	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,970	1,031	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang telah diolah. (Lampiran 8. Hal 180)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi (Wijaya, 2009:124). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot* dengan bantuan *SPSS 16 for windows*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 17. Hasil Uji heteroskedastisitas

Gambar tersebut menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier. Pengujian hipotesis pertama sampai keempat menggunakan teknik analisis regresi sederhana karena hanya menjelaskan pengaruh satu variabel independen dan satu variabel dependen. Pengujian hipotesis kelima menggunakan analisis regresi

ganda karena menjelaskan pengaruh empat variabel bebas secara simultan dengan satu variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Penjelasan hasil linier sederhana untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1) Persepsi Kebermanfaatan

Untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 30. Hasil Analisis Regresi Sederhana Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online banking*

Variabel	Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Persepsi Kebermanfaatan	22,180	0,147	3,317	0,001
r : 0,273		R square: 0,074		

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 10. Hal 183)

a) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 22,180 + 0,147X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 22,180; hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X_1) dianggap nol, maka nilai variabel Penggunaan *Online banking* (Y) adalah sebesar 22,180 satuan. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,147 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Persepsi Kebermanfaatan sebesar 1 satuan akan menaikkan Penggunaan *Online banking* sebesar 0,147 satuan. Berdasar dari hasil tersebut menunjukkan arah model regresi ini adalah positif.

b) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari tabel 30 nilai koefisien korelasi (r) bernilai positif sebesar 0,273 dan R square (R^2) yang diperoleh bernilai 0,074 (7,4%). Hal ini berarti Persepsi Kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dan mempengaruhi 7,4 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 92,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online banking*. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,001 dan nilai t hitung 3,317. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), nilai t hitung

lebih besar dari t tabel 1,6559 (df = n-2=139-2=137), dan koefisien korelasi (r) memiliki arah positif sebesar 0,273 maka hipotesis pertama yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" **didukung**.

2) Keamanan

Untuk menguji pengaruh keamanan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 31. Hasil Analisis Regresi Sederhana Keamanan terhadap Penggunaan *Online banking*

Variabel	Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Keamanan	18,548	0,425	3,230	0,002
r : 0,266		R square: 0,071		

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 11. Hal 184)

a) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 18,548 + 0,425X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 18,548; hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X_2) dianggap nol, maka nilai variabel Penggunaan *Online banking* (Y) adalah sebesar 18,548 satuan. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,425 menunjukkan

bahwa setiap kenaikan Keamanan sebesar 1 satuan akan menaikkan Penggunaan *Online banking* sebesar 0,425 satuan. Berdasar dari hasil tersebut menunjukkan arah model regresi ini adalah positif.

b) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari tabel 31 nilai koefisien korelasi (*r*) sebesar 0,266 dan nilai *R square* (*R*²) yang diperoleh bernilai 0,071 (7,1%). Hal ini berarti Keamanan memiliki arah hubungan yang positif dan mempengaruhi 7,1 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 92,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Keamanan terhadap Penggunaan *Online banking*. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,002 dan nilai *t* hitung 3,230. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,002<0,05), nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel 1,6559 (*df* = *n*-2=139-2=137), dan koefisien korelasi memiliki arah positif sebesar 0,266 maka hipotesis kedua yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif keamanan terhadap penggunaan *online*

banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” **didukung**.

3) Kepercayaan

Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 32. Hasil Analisis Regresi Sederhana Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online banking*

Variabel	Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Kepercayaan	15,565	0,580	4,633	0,000
r : 0,368	R square: 0,135			

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 12. Hal 185)

a) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 15,565 + 0,580X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 15,565; hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X_3) dianggap nol, maka nilai variabel Penggunaan *Online banking* (Y) adalah sebesar 15,565 satuan. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,580 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kepercayaan sebesar 1 satuan akan menaikkan Penggunaan *Online banking* sebesar 0,580

satuan. Berdasar dari hasil tersebut menunjukkan arah model regresi ini adalah positif.

b) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari tabel 32 nilai koefisien korelasi sebesar 0,368 dan nilai R square (R^2) yang diperoleh bernilai 0,135 (13,5%). Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 13,5% perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online banking*. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 4,633. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,6559 ($df = n-2=139-2=137$), dan koefisien korelasi memiliki arah positif sebesar 0,368 maka hipotesis ketiga yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap penggunaan *online*

banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” **didukung**.

4) Persepsi Kemudahan Penggunaan

Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 33. Hasil Analisis Regresi Sederhana Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online banking*

Variabel	Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Persepsi Kemudahan Penggunaan	21,018	0,175	4,363	0,000
r : 0,349		R square: 0,122		

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 13. Hal 186)

a) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 21,018 + 0,175X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 21,018; hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X_4) dianggap nol, maka nilai variabel Penggunaan *Online banking* (Y) adalah sebesar 21,018 satuan. Koefisien regresi X_4 sebesar 0,175 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 1 satuan akan menaikkan Penggunaan *Online banking* sebesar 0,175 satuan.

Berdasar dari hasil tersebut menunjukkan arah model regresi ini adalah positif.

b) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari tabel 33 nilai koefisien korelasi sebesar 0,349 dan nilai R square (R^2) yang diperoleh bernilai 0,122 (12,2%). Hal ini berarti Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 12,2 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online banking*. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 4,363. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,6559 ($df = n-2=139-2=137$), dan koefisien korelasi memiliki arah positif sebesar 0,349 maka hipotesis keempat yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" **didukung**.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Analisis regresi ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*. Hasil dari pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 34. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	1,517
Persepsi Kebermanfatan	0,105
Keamanan	0,380
Kepercayaan	0,530
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,136
r	= 0,579
Adjusted R squared	= 0,315
F Hitung	= 16,865
F Tabel	= 2,4392
Signifikansi F	= 0,000

Sumber: Data primer yang telah diolah. (Lampiran 14. Hal 187)

1) Persamaan garis regresi

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,517 + 0,105X_1 + 0,380X_2 + 0,530X_3 + 0,136X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,517 dapat diartikan apabila variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan tidak mengalami perubahan, maka penggunaan *online*

banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 1,517.

Nilai koefisien X_1 sebesar 0,105 dapat diartikan apabila Persepsi Kebermanfaatan meningkat 1 poin maka Penggunaan *Online banking* akan naik sebesar 0,105 satuan dengan asumsi X_2 , X_3 , dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,380 yang berarti apabila Keamanan meningkat 1 poin maka Penggunaan *Online banking* akan naik sebesar 0,380 satuan dengan asumsi X_1 , X_3 , dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_3 sebesar 0,530 yang berarti apabila Kepercayaan meningkat 1 poin maka Penggunaan *Online banking* akan naik sebesar 0,530 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_4 sebesar 0,136 yang berarti apabila Persepsi Kemudahan Penggunaan meningkat 1 poin maka Penggunaan *Online banking* akan naik sebesar 0,136 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_3 tetap. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif.

2) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari tabel 34 nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,579 dan nilai *adjusted R square* (R^2) yang diperoleh bernilai 0,315 (31,5%). Hal ini berarti Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan mempengaruhi 31,5% perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

3) Pengujian Signifikansi Regresi dengan Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas/independen secara simultan mempengaruhi variabel terikat/dependen. Uji signifikansi menggunakan uji F. Kriteria yang digunakan jika F hitung sama dengan atau lebih besar dari F tabel maka terdapat kontribusi yang signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji pada tabel 34 diperoleh nilai F hitung sebesar 16,865 dan nilai F tabel 2,4392 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari hasil diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($16,865 > 2,4392$), nilai koefisien korelasi berarah positif sebesar 0,579 dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05 (0,000 < 0,05)$ maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan mempengaruhi terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, sehingga hipotesis yang kelima yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" **didukung.**

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,317 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0.05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,147 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi persepsi kebermanfaatan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Selain itu, berdasarkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,273 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,074 (7,4%) menunjukkan Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan mempengaruhi 7,4 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 92,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Adamson dan Shine (2003) yang menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Irmadhani (2012) bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online banking*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa dengan penggunaan *online banking* mampu meningkatkan kinerja dan mengefisiensikan waktu bagi nasabah.

2. Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif keamanan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,230 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($0,002 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,425 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi keamanan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,266 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,071 (7,1%). Hal ini berarti Keamanan berpengaruh positif dan

mempengaruhi 7,1 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 92,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Menurut Budhi Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sedangkan menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood (2007) keamanan dalam konteks *online banking* adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Kharismayanti Rahma Putri (2012) yang menunjukkan bahwa keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Berniaga.com. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tidak sedikit nasabah merisaukan mengenai banyaknya informasi pribadi yang harus diberikan kepada pihak bank seiring dengan banyaknya pengguna *online banking*, serta maraknya isu permasalahan keamanan yang sering diterima oleh nasabah. Nasabah perlu merasa lebih percaya dan aman pada layanan *online banking* jika data pribadi

tidak akan bocor ke pihak ketiga maupun tidak akan ada penipuan dalam transaksi melalui *online banking*. Setidaknya dengan adanya perlindungan UU ITE dapat memberikan perasaan aman jika terdapat suatu kecurangan dalam bertransaksi, sehingga nasabah tidak akan takut lagi melakukan transaksi secara *online*.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($4,633 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,580 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi kepercayaan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,368 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,135 (13,5%). Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 13,5 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Menurut Gefen (2002), kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.

Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Reipita Sari (2013) yang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *E-banking*. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan nasabah harus dipelihara secara *continue* (berkelanjutan) sebab layaknya *house of card* (rumah kartu), kepercayaan sulit dibangun dan mudah dihancurkan. Oleh karena itu, perlu hubungan jangka panjang untuk membangunnya.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang menyatakan "Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel ($4,363 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0.05$). Nilai koefisien

regresi sebesar 0,175 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,349 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,122 (12,2%). Hal ini berarti Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 12,2 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Goodwin dan Silver dalam Adam *et al.* (1992) bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindita Wulan (2012) bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pembayaran SPP *online*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*. Semakin sering sistem yang digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

5. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil pengujian hipotesis kelima diperoleh nilai F hitung sebesar 16,865 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan maka akan meningkatkan penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,579 dan nilai *adjusted R square* (R^2) yang diperoleh bernilai 0,315 (31,5%). Hal ini berarti Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 31,5% perubahan pada Penggunaan *Online banking*, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Semakin banyak manfaat

yang dapat dirasakan oleh konsumen maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan sistem tersebut.

Menurut Budhi Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood (2007) dalam konteks *internet banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

Mayer et. al. (1995) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun

tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Lagsito Haryo Pamungkas (2010) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Internet Banking*. Dalam penelitian tersebut nilai R^2 sebesar 0,204. Nilai tersebut berarti 20,4% perubahan pada variabel Penggunaan *Internet Banking* dapat diterangkan oleh variabel-variabel independennya yaitu Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Temuan hasil penelitian membuktikan bahwa selain Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam konteks sistem perbankan dengan bukti bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan hanya memberikan sumbangan sebesar 31,5% terhadap

Pengunaan *Online banking*, sedangkan 68,5% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Oleh karena itu, data yang terkumpul hanya menggambarkan persepsi para responden pada saat menerjemahkan pernyataan-pernyataan yang ada sesuai persepsi para responden. Karena itu, kemungkinan terjadinya bias sangat memungkinkan, hal ini disebabkan perbedaan persepsi antara peneliti dan para responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan dan diterima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Online banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,317 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,147 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi persepsi kebermanfaatan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Selain itu, berdasarkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,273 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,074 (7,4%) menunjukkan Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan mempengaruhi 7,4 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*.
2. Terdapat pengaruh positif keamanan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel

(3,230 > 1,6559) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 (0,002 < 0,05).

Nilai koefisien regresi sebesar 0,425 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi keamanan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,266 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,071 (7,1%). Hal ini berarti Keamanan berpengaruh positif dan mempengaruhi 7,1 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*.

3. Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($4,633 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,580 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi kepercayaan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,368 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,135 (13,5%). Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 13,5 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*.
4. Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($4,363 > 1,6559$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,175 yang memiliki arah positif menunjukkan semakin tinggi persepsi

kemudahan penggunaan maka penggunaan *online banking* juga akan meningkat. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,349 dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 0,122 (12,2%). Hal ini berarti Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan mempengaruhi 12,2 % perubahan pada Penggunaan *Online banking*.

5. Terdapat pengaruh positif antara persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 16,865 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,0000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan maka akan meningkatkan penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi sebesar 0,579 dan nilai *adjusted R square* (R^2) yang diperoleh bernilai 0,315 (31,5%). Hal ini berarti Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan mempengaruhi 31,5% perubahan pada Penggunaan *Online banking*.

B. Implikasi

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Persepsi kebermanfaatan akan berpengaruh ketika seseorang merasa bahwa menggunakan jasa *Online banking* bermanfaat dan dapat meningkatkan kinerjanya. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya jasa *Online banking* terus mengembangkan fasilitas pelayanannya agar dapat memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa dengan menggunakan jasa *Online banking* dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan kinerja penggunanya sehingga semakin produktif.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif keamanan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini mengandung implikasi bahwa pelaku usaha jasa *Online banking* harus dapat memberikan keamanan dan kenyamanan kepada para nasabahnya supaya mereka lebih yakin dan tetap menggunakan jasa *Online banking* pada saat melakukan transaksi perbankan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini mengandung implikasi bahwa agar kedepannya pihak bank dapat memberikan kepercayaan terhadap nasabah *online banking*, dengan cara

mengedepankan pertukaran nilai-nilai antara bank dengan nasabahnya yang nilai-nilai ini menguntungkan bagi pihak bank maupun bagi pihak nasabah.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Hal ini mengandung implikasi bahwa agar kedepannya pihak bank melakukan *maintenance* untuk mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan dari transaksi-transaksi yang tersedia sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka disarankan:

1. Bagi Manajer Bank

Manajer bank diharapkan untuk selalu memperbarui perawatan maupun ketahanan (*maintenance*) sistem *online banking* yang digunakan baik dari segi jenis transaksi maupun tampilan sistem (*interface*) dan memperbarui fasilitas-fasilitas layanan *online banking* agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun

kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan *online banking*. Bank juga diharapkan mampu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan pada bisnis perbankan *online* dengan memperkuat ketahanan sistem, seperti pengecekan ATM berkala agar tidak terjadi *card trapping*, memberikan domain (untuk layanan *internet banking*) yang jelas pada nasabah agar nasabah tidak masuk ke domain palsu sehingga nasabah akan merasa yakin dan percaya bahwa keamanan serta privasinya dapat terjaga ketika menggunakan *online banking*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan memberikan sumbangan sebesar 31,5 % terhadap Penggunaan *Online banking*, sedangkan 68,5 % dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan *Online banking*, seperti kualitas informasi dan risiko penggunaan. Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan *online banking* karena informasi yang berkualitas dapat membuat nasabah lebih tertarik untuk menggunakan *online banking* sebagai sarana bertransaksi yang praktis. Risiko penggunaan mempengaruhi penggunaan *online banking* karena sebelum nasabah menggunakan layanan *online banking*, nasabah akan terlebih

dahulu melihat dan mempertimbangkan risiko yang akan didapat jika menggunakan layanan tersebut. Penelitian yang selanjutnya juga disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna *online banking* yang kegiatannya terkait dengan bisnis maupun kegiatan-kegiatan lain yang memang membutuhkan ketersediaan layanan perbankan yang tidak terbatas pada jam operasional kerja bank sehingga hasil penelitian dapat lebih fokus dan spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusy Syarif. (2010). *Riset Teknologi Informasi*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB.
- Adams, D.A., R.R. Nelson & P. A. Todd. (1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*. Vol. 16 No. 2: Hal. 227-247.
- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Anindita Wulan. (2012). "Pengaruh *Perceived Usefulness*, Kualitas Informasi dan *Perceived Ease of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna Pembayaran SPP *Online* Mahasiswa Melalui Layanan BTN dengan Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". *Thesis tidak diterbitkan*. UNY.
- Arif Wibowo. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 8 Januari 2014.
- Bank Indonesia. (2008). Mengenal Electronic Banking. Diambil dari: www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf, pada tanggal 8 Januari 2014.
- Budi Rahardjo. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Infonesia.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp19-339.
- Devvy Pisheila Pratiwi. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman terhadap Penggunaan Mobile Banking dengan Dimensi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya*. Diambil dari: http://katalog.library.perbanas.ac.id/download_6433_ARTIKEL%20ILMIAH.pdf pada tanggal 11 Januari 2014.
- Dishaw, Tommi, and Anssi Oorni Strong. (1999). "Trust Enhanced Technology Acceptance Model Consumer Acceptance of Mobile Payment Solution", Journal of MIS vol. 13, no. 2, fall 1999.

- Fahmi N. Nasution. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect). Diambil dari: <http://digilib.usu.ac.id/download/fe/akuntansi-fahmi2.pdf>, pada tanggal 5 Januari 2014.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commers. *Journal of the Association for Information Systems*. 3: 27-51.
- Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI*. Vol. 11 No. 2: Hal. 125-139.
- Http://www.kompas.com/read/2012/04/27/12410714/Penipuan.Online.Kian.Cang gih.dan.Membingungkan, diakses tanggal 12 Februari 2014, Pukul 09.49
- Husein Umar. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: *Raja Grafindo*.
- _____, (2001). *Riset Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Igbaria, M dan Parasuraman, S., (1998). “A Path Analytic Study of Individual Characteristics, Computer Anxiety, and Attitudes Toward Microcomputer”, *Jurnal of Management*, Vol. 15, No. 3.
- Imam Ghozali. (2006). *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal Hasan. (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistika 2*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Irmadhani. (2012). “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. *Skripsi Tidak diterbitkan*. UNY.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2008). *Sistem Teknologi Informasi Edisi III*. Yogyakarta: Andi.
- Joko Sulistyo. (2010). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Kharismayanti Rahma Putri. (2012). “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Teknologi, Keamanan, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Berniaga.com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Lagsito Haryo Pamungkas. (2010). "Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Nasabah Bank di Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lallmahamood, Muniruddeen. (2007). An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (online), Vol. 12, No. 3 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 16 Februari 2014).
- Mangin, Jean. P. L., Bourgault N., & Guerrero M. M. (2008). Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (online), Vol. 16, No. 1 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 27 Januari 2014).
- Mayer, R.C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*, 30 (3): 709-734.
- Morgan, Robert M., & Shelby D. Hunt. (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58, July 1994, p. 20-38.
- Mukhrejee, A., & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21 No. 1: pp 5-15.
- Paul A. Pavlou. (2001). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 26 No.3 September 2002.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluato H., & Pahnila, S. (2004). Consumer Acceptance of *Online Banking*: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: pp 224-235.
- Reipita Sari. (2013). "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". *Skripsi Tidak diterbitkan*. UNY
- S. Nasution. (2002). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Saifuddin Azwar. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sauca Ananda Pranidana. (2009). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukandarrumidi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Vankatesh, V. Morris et. al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal. 425-478.
- _____, & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2: pp. 186-504.
- _____, (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into The Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*. Vol. 11 No. 4: pp 342-365.
- Wati Aris Astuti. (2011). Proses Kerja dan Dampak dari Mesin ATM. *Majalah Ilmiah UNIKOM*. Vol. 8 No. 1: Hal 21-24. Diambil dari: <http://jurnal.unikom.ac.id/s/data/jurnal/v08-n01/volume-81-artikel-3.pdf/pdf/volume-81-artikel-3.pdf>, pada tanggal 7 Februari 2014.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/i

Di tempat

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati, dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Negeri Yogyakarta, saya :

Nama : Wanandi Yoso Hanur Cahyo

NIM : 10412144037

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Akuntansi

Judul Skripsi : **“PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN ONLINE BANKING PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA”**

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang mengadakan penelitian dan demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon kesediaan Saudara/i untuk membantu mengisi daftar pertanyaan yang telah disediakan. Mohon sekiranya Saudara/i mengisi kuisioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner ini.

Hormat saya,

Wanandi Yoso H.C.

Kuesioner Penelitian

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *Online Banking*. Untuk itu mohon Saudara/i memberi tanda tick mark (✓) atau silang (X) pada angka 1 sampai 5 dari setiap pernyataan berikut sesuai dengan pengalaman setelah Saudara/i menggunakan layanan *online banking*.

Nama : (boleh tidak diisi)

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : () Laki-laki

() Perempuan

Lama menggunakan *online banking*:

() < 1 tahun

() 1-3 tahun

() > 3 tahun

Jenis layanan *online banking* yang digunakan (boleh lebih dari satu):

() ATM

() *Internet Banking*

() *Mobile Banking*

() *SMS Banking*

() *Phone Banking*

Petunjuk

Mohon dibaca setiap item pertanyaan dibawah ini dan beri tanggapan dengan memberikan tanda tick mark (✓) atau tanda silang (X) pada kolom jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

STS (Sangat Tidak Setuju) S (Setuju)

TS (Tidak Setuju) SS (Sangat Setuju)

N (Netral)

A. Penggunaan *Online Banking*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya selalu menggunakan <i>online banking</i> setiap kali melakukan transaksi.					
2.	Saya menggunakan <i>online banking</i> beberapa kali dalam satu minggu.					
3.	Saya akan selalu menggunakan <i>online banking</i> untuk melakukan transaksi karena mempunyai fitur yang membantu pekerjaan saya.					
4.	Saya menggunakan <i>online banking</i> untuk melakukan penarikan uang tunai.					
5.	Saya menggunakan <i>online banking</i> untuk melakukan transfer dana ke rekening lain.					
6.	Saya menggunakan <i>online banking</i> untuk mengakses informasi (misal: saldo tabungan, informasi tagihan kartu kredit, suku bunga tabungan, dll)					
7.	Saya menggunakan <i>online banking</i> untuk melakukan pembayaran (misal: pembayaran SPP, belanja <i>online</i> , dll)					
8.	Saya menggunakan <i>online banking</i> untuk melakukan pembelian (misal: voucher isi ulang, tiket kereta api, dll)					

B. Persepsi Kebermanfaatan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dengan menggunakan <i>online banking</i> menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih mudah.					
2.	Dengan menggunakan <i>online banking</i> menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih efisien.					
3.	Dengan menggunakan <i>online banking</i> menjadikan waktu saya lebih efektif dalam melakukan transaksi (misal: pembayaran telepon, listrik, kartu kredit, pajak,dll)					
4.	Menggunakan <i>online banking</i> sangat fleksibel karena dapat dilakukan kapan saja.					
5.	Menggunakan <i>online banking</i> sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja.					
6.	Saya merasa menggunakan <i>online banking</i> sangat bermanfaat.					
7.	Saya merasakan menggunakan <i>online banking</i> dapat memberikan peruntungan saya dimasa depan.					
8.	Penggunaan <i>online banking</i> mampu menambah tingkat produktivitas saya.					
9.	Dengan menggunakan <i>online banking</i> membuat pekerjaan saya lebih cepat terselesaikan.					
10.	Penggunaan <i>online banking</i> mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya.					
11.	Menggunakan <i>online banking</i> membuat saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas/pekerjaan saya yang berhubungan dengan transaksi perbankan.					

C. Keamanan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.					
2.	Bank memberikan jaminan keamanan saldo saya di rekening.					
3.	Adanya jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang ditransfer / dibayar sampai pada tujuan yang tepat.					
4.	Kerahasiaan data <i>online banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.					
5.	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi <i>online banking</i> .					
6.	Saya menggunakan <i>online banking</i> pada bank berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaan bank.					

D. Kepercayaan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui <i>online banking</i> .					
2.	Saya merasa yakin dan percaya untuk menggunakan <i>online banking</i> dalam melakukan transaksi perbankan.					
3.	Meskipun ada berita negatif mengenai <i>online banking</i> , saya percaya dan tidak ragu dalam melakukan transaksi perbankan melalui <i>online banking</i> .					
4.	<i>Online banking</i> dapat dipercaya dalam membayar rekening secara otomatis.					
5.	Transaksi transfer dana melalui <i>online banking</i> dapat dipercaya.					
6.	Saya yakin semua data yang diproses melalui <i>online banking</i> tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.					

E. Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya jarang mengalami kebingungan saat menggunakan <i>online banking</i> .					
2.	Tampilan <i>online banking</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk memahaminya.					
3.	Interaksi saya dengan <i>online banking</i> jelas dan mudah dipahami.					
4.	Saya merasa <i>online banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.					
5.	Saya tidak membutuhkan usaha yang keras untuk dapat berinteraksi dengan <i>online banking</i> .					
6.	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan <i>online banking</i> .					
7.	Mudah bagi saya untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan <i>online banking</i> .					
8.	Mudah bagi saya untuk menggunakan <i>online banking</i> secara terampil.					
9.	Saya merasa <i>online banking</i> merupakan suatu sistem yang tidak rumit.					
10.	Saat menggunakan <i>online banking</i> , saya dapat mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan saya.					
11.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>online banking</i> mudah untuk digunakan.					

Lampiran 2. Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Data Penggunaan *Online banking*

No. Responden	Jawaban Pernyataan Ke-								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	4	4	4	4	4	4	4	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	2	4	4	4	4	4	2	28
5	2	4	4	4	4	4	4	5	31
6	4	4	4	4	3	4	4	4	31
7	4	4	4	5	4	4	3	2	30
8	2	4	4	4	2	4	4	2	26
9	4	5	5	5	4	5	4	4	36
10	2	4	4	4	4	4	4	4	30
11	2	4	4	4	4	4	2	2	26
12	2	4	4	4	2	4	4	4	28
13	3	2	3	4	2	4	3	2	23
14	2	2	2	2	2	2	2	2	16
15	4	2	4	4	4	4	4	4	30
16	2	4	4	4	4	4	4	4	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	2	4	4	4	4	4	4	4	30
19	4	4	4	5	5	4	4	4	34
20	2	4	2	4	2	4	4	2	24
21	4	4	4	4	4	4	4	2	30
22	2	4	4	4	4	4	4	4	30
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	3	4	4	4	4	3	30
25	4	5	4	5	5	5	5	5	38
26	2	4	4	4	4	4	4	4	30
27	2	4	4	4	4	4	4	4	30
28	2	4	4	4	4	4	4	4	30
29	2	2	2	4	4	4	2	2	22
30	2	4	4	4	2	4	4	4	28

b. Data Persepsi Kebermanfaatan

c. Data Keamanan

No. Responden	Jawaban Pernyataan Ke-						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	3	3	4	23
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	4	5	29
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	4	4	4	5	26
12	2	4	4	4	4	4	22
13	2	3	4	4	4	3	20
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	5	5	2	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	2	2	4	20
21	4	4	4	5	4	4	25
22	2	4	4	4	4	5	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	2	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	2	4	4	2	4	4	20

d. Data Kepercayaan

No. Responden	Jawaban Pernyataan Ke-						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	2	2	4	2	4	4	18
2	2	4	3	3	4	4	20
3	2	4	4	2	4	4	20
4	4	2	2	4	2	2	16
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	2	3	4	4	21
9	2	4	4	4	4	4	22
10	2	4	3	3	4	3	19
11	2	4	4	4	4	4	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	2	2	4	2	2	16
14	2	4	4	4	4	4	22
15	2	4	4	2	4	4	20
16	2	4	4	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	2	4	4	22
19	2	4	4	2	4	4	20
20	2	4	4	2	4	4	20
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	2	4	4	3	21
23	2	4	3	4	4	5	22
24	2	4	3	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	2	2	3	4	4	4	19
27	2	4	2	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	4	24
29	1	1	2	2	2	2	10
30	4	4	4	4	4	4	24

e. Data Persepsi Kemudahan Penggunaan

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Penggunaan *Online banking*

1. Uji Validitas

		Correlations								
		POB1	POB2	POB3	POB4	POB5	POB6	POB7	POB8	Jumlah
1	POB Pearson Correlation	1	.050	.271	.413*	.386*	.305	.271	.045	.512**
	Sig. (2-tailed)		.792	.148	.023	.035	.101	.148	.814	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
2	POB Pearson Correlation	.050	1	.560**	.523**	.284	.550**	.560**	.516**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.792		.001	.003	.128	.002	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
3	POB Pearson Correlation	.271	.560**	1	.533**	.424*	.558**	.551**	.557**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.148	.001		.002	.019	.001	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
4	POB Pearson Correlation	.413*	.523**	.533**	1	.501**	.873**	.436*	.272	.750**
	Sig. (2-tailed)	.023	.003	.002		.005	.000	.016	.146	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
5	POB Pearson Correlation	.386*	.284	.424*	.501**	1	.426*	.253	.415*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.035	.128	.019	.005		.019	.177	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
6	POB Pearson Correlation	.305	.550**	.558**	.873**	.426*	1	.558**	.377*	.761**
	Sig. (2-tailed)	.101	.002	.001	.000	.019		.001	.040	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
7	POB Pearson Correlation	.271	.560**	.551**	.436*	.253	.558**	1	.658**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.148	.001	.002	.016	.177	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
8	POB Pearson Correlation	.045	.516**	.557**	.272	.415*	.377*	.658**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.814	.004	.001	.146	.023	.040	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ah	Juml Pearson Correlation	.512**	.701**	.778**	.750**	.678**	.761**	.753**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	8

b. Persepsi Kebermanfaatan

1. Uji Validitas

PK	Pearson													
9	Correlation	.248	.248	.318	.630*	.523*	.523**	.131	.635*	1	.745**	.630**	.711**	
	Sig. (2-tailed)	.187	.187	.087	.000	.003	.003	.491	.000		.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK	Pearson													
10	Correlation	.415*	.415*	.474**	.497*	.439*	.439*	.329	.789*	.745*	1	.497**	.808**	
	Sig. (2-tailed)	.023	.023	.008	.005	.015	.015	.076	.000	.000		.005	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK	Pearson													
11	Correlation	-.062	.248	-.035	.259	.850*	.196	.131	.635*	.630*	1	.497**	.556**	
	Sig. (2-tailed)	.745	.187	.853	.167	.000	.299	.491	.000	.000		.005	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ju	Pearson													
mla	Correlation	.677*	.742*	.720**	.711*	.505*	.677**	.575**	.797*	.711*	1	.808**	.556**	
h	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.001	.000	.000		.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01

level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05

level (2-tailed).

2. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	11

c. Keamanan

1. Uji Validitas

		Correlations						
		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	KA6	Jumlah
KA1	Pearson Correlation	1	.519 ^{**}	.381 [*]	.277	-.014	.209	.694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.003	.038	.138	.940	.268	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA2	Pearson Correlation	.519 ^{**}	1	.473 ^{**}	.274	.209	.812 ^{**}	.786 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003		.008	.143	.267	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA3	Pearson Correlation	.381 [*]	.473 ^{**}	1	.315	-.256	.337	.515 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.038	.008		.090	.172	.069	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA4	Pearson Correlation	.277	.274	.315	1	.286	.251	.704 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.138	.143	.090		.125	.181	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA5	Pearson Correlation	-.014	.209	-.256	.286	1	.213	.410 [*]
	Sig. (2-tailed)	.940	.267	.172	.125		.258	.024
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA6	Pearson Correlation	.209	.812 ^{**}	.337	.251	.213	1	.638 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.268	.000	.069	.181	.258		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.694 ^{**}	.786 ^{**}	.515 ^{**}	.704 ^{**}	.410 [*]	.638 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.024	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	6

d. Kepercayaan

1. Uji Validitas

Correlations

		KPC1	KPC2	KPC3	KPC4	KPC5	KPC6	Jumlah
KPC1	Pearson Correlation	1	.187	.052	.428*	-.032	-.081	.500**
	Sig. (2-tailed)		.322	.786	.018	.867	.669	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
KPC2	Pearson Correlation	.187	1	.485**	.178	.784**	.683**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.322		.007	.347	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KPC3	Pearson Correlation	.052	.485**	1	-.080	.595**	.624**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.786	.007		.673	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KPC4	Pearson Correlation	.428*	.178	-.080	1	.039	.061	.470**
	Sig. (2-tailed)	.018	.347	.673		.836	.748	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30
KPC5	Pearson Correlation	-.032	.784**	.595**	.039	1	.882**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.867	.000	.001	.836		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KPC6	Pearson Correlation	-.081	.683**	.624**	.061	.882**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.669	.000	.000	.748	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.500**	.816**	.643**	.470**	.759**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.009	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	6

e. Persepsi Kemudahan Penggunaan

1. Uji Validitas

Correlations												
	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5	PKP6	PKP7	PKP8	PKP9	PKP10	PKP11	Jumlah
PK Pearson P1 Correlation	1	.197	.294	-.125	.209	.646 ^{**}	.403 [*]	.426 [*]	.176	.190	-.211	.576 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.296	.115	.509	.268	.000	.027	.019	.351	.315	.263	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P2 Correlation	.197	1	.318	.357	.530 ^{**}	.212	.290	.348	-.433 [*]	-.397 [*]	.179	.378 [*]
Sig. (2-tailed)	.296		.087	.053	.003	.260	.120	.059	.017	.030	.343	.039
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P3 Correlation	.294	.318	1	.155	.300	.286	.304	.389 [*]	.254	.089	.051	.527 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.115	.087		.413	.107	.125	.102	.034	.176	.640	.788	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P4 Correlation	-.125	.357	.155	1	.152	-.067	.159	.012	.008	-.318	.375 [*]	.307
Sig. (2-tailed)	.509	.053	.413		.421	.727	.401	.948	.966	.086	.041	.099
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P5 Correlation	.209	.530 ^{**}	.300	.152	1	.680 ^{**}	.449 [*]	.512 ^{**}	-.006	.142	.113	.655 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.268	.003	.107	.421		.000	.013	.004	.976	.453	.551	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P6 Correlation	.646 ^{**}	.212	.286	-.067	.680 ^{**}	1	.627 ^{**}	.698 ^{**}	.218	.497 ^{**}	-.044	.816 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.260	.125	.727	.000		.000	.000	.248	.005	.817	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson P7 Correlation	.403 [*]	.290	.304	.159	.449 [*]	.627 ^{**}	1	.871 ^{**}	.189	.366 [*]	.140	.784 ^{**}

Sig. (2-tailed)	.027	.120	.102	.401	.013	.000		.000	.316	.047	.460	.000
N	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
PK Pearson												
P8 Correlation	.426*	.348	.389*	.012	.512**	.698**	.871**	1	.213	.397*	-.016	.769**
Sig. (2-tailed)	.019	.059	.034	.948	.004	.000	.000		.259	.030	.932	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson												
P9 Correlation	.176	-.433*	.254	.008	-.006	.218	.189	.213	1	.397*	-.011	.373*
Sig. (2-tailed)	.351	.017	.176	.966	.976	.248	.316	.259		.030	.956	.043
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson												
P1 Correlation	.190	-.397*	.089	-.318	.142	.497**	.366*	.397*	.397*	1	-.144	.392*
0 Sig. (2-tailed)	.315	.030	.640	.086	.453	.005	.047	.030	.030		.448	.032
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK Pearson												
P1 Correlation	-.211	.179	.051	.375*	.113	-.044	.140	-.016	-.011	-.144	1	.293
1 Sig. (2-tailed)	.263	.343	.788	.041	.551	.817	.460	.932	.956	.448		.117
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ju Pearson												
ml Correlation	.576**	.378*	.527**	.307	.655**	.816**	.784**	.769**	.373*	.392*	.293	
ah Sig. (2-tailed)	.001	.039	.003	.099	.000	.000	.000	.000	.043	.032	.117	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level

(2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level

(2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	9

Lampiran 4. Data Penelitian

a. Penggunaan *Online banking*

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
34	2	4	4	5	2	4	4	4	29
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	2	4	4	4	2	4	4	4	28
37	4	3	2	2	2	2	4	2	21
38	4	5	4	4	5	5	2	2	31
39	2	4	4	4	2	4	4	4	28
40	2	4	4	4	2	4	4	4	28
41	2	4	4	4	2	4	4	4	28
42	3	2	2	4	4	4	4	2	25
43	2	4	4	4	2	4	4	4	28
44	2	4	2	4	4	4	4	4	28
45	2	4	2	4	2	4	4	4	26
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	3	2	2	2	2	4	2	21
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	2	3	4	2	2	2	2	3	20
50	2	4	4	4	2	4	4	2	26
51	4	4	4	5	5	5	5	4	36
52	2	4	4	4	2	4	4	4	28
53	2	2	2	2	4	2	2	2	18
54	2	4	4	4	4	4	4	4	30
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	2	2	3	4	4	4	2	2	23
57	2	4	4	4	2	4	4	4	28
58	2	4	4	4	4	4	4	4	30
59	4	3	3	4	3	4	3	3	27
60	4	4	4	4	2	4	4	4	30
61	2	4	4	2	4	3	4	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	2	4	4	4	4	4	4	4	30
64	2	4	2	4	2	4	4	4	26
65	2	4	4	4	2	4	4	4	28
66	2	4	4	4	4	4	4	4	30
67	2	4	4	2	2	2	4	4	24
68	2	4	4	4	4	4	4	4	30
69	4	2	4	3	2	5	2	4	26
70	4	4	2	4	2	2	2	2	22

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	2	4	2	2	2	4	24
73	2	4	3	4	2	3	4	4	26
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	2	4	3	4	2	4	4	4	27
76	2	4	2	4	2	4	4	2	24
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	3	2	4	5	3	2	2	2	23
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	2	4	2	4	2	4	4	2	24
81	4	4	2	4	2	4	4	4	28
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	2	4	3	4	2	2	4	4	25
84	3	4	2	4	2	4	4	2	25
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	2	4	3	4	2	4	2	2	23
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	2	4	3	4	2	2	2	2	21
89	2	4	2	4	2	4	4	2	24
90	3	4	4	4	2	4	2	2	25
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	4	2	4	2	2	2	2	22
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	2	4	3	4	2	4	4	2	25
95	3	4	4	5	2	4	4	4	30
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	2	4	3	4	2	4	4	4	27
98	4	4	4	4	4	4	4	2	30
99	4	3	4	5	5	3	4	4	32
100	4	3	4	4	2	4	4	4	29
101	2	4	4	4	2	4	3	2	25
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
103	2	4	4	4	2	4	4	4	28
104	4	2	4	2	2	2	3	3	21
105	2	4	4	4	4	4	2	4	28
106	4	4	3	4	4	5	3	2	29
107	2	4	2	4	2	4	2	2	22

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
108	2	4	3	4	4	4	4	4	29
109	4	4	4	4	4	4	4	4	32
110	2	4	2	4	2	4	2	2	22
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
112	2	4	3	4	2	4	4	2	25
113	4	4	4	4	4	4	4	4	32
114	3	4	2	4	2	4	4	4	27
115	4	4	4	4	4	4	4	4	32
116	4	3	2	4	4	4	2	2	25
117	4	4	4	4	4	4	4	4	32
118	4	4	3	4	4	4	4	4	31
119	3	2	5	2	2	2	4	5	25
120	2	4	4	4	2	4	4	4	28
121	3	4	4	4	4	4	2	2	27
122	2	3	3	4	2	4	4	4	26
123	2	4	2	4	3	4	4	4	27
124	4	4	2	4	2	4	2	2	24
125	2	4	3	4	4	4	4	4	29
126	4	4	4	4	4	4	4	4	32
127	4	4	3	4	2	4	4	4	29
128	2	4	2	4	2	4	4	4	26
129	3	2	2	2	2	2	2	2	17
130	2	4	4	4	2	4	4	4	28
131	2	4	4	4	4	4	4	4	30
132	4	4	4	4	2	2	2	2	24
133	4	4	2	4	2	4	2	4	26
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	2	4	3	4	2	4	4	2	25
136	3	4	4	5	4	4	4	4	32
137	2	3	3	4	4	4	4	4	28
138	4	2	2	4	4	4	4	4	28
139	4	2	4	2	2	2	4	3	23

b. Data Persepsi Kebermanfaatan

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	52
7	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	48
8	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
9	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
13	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	38
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
16	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
19	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	50
20	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
22	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
26	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	42
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
31	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
32	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	48
33	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
34	5	4	5	4	4	5	2	4	4	4	4	45

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	52
36	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
37	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	21
38	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	27
39	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	43
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
42	4	4	2	5	4	4	3	3	4	2	2	37
43	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	40
44	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	4	47
45	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
47	2	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	30
48	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	34
49	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	28
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
51	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	53
52	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
54	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
56	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	45
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
59	2	4	4	5	2	3	2	2	2	2	3	31
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
63	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
64	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	36
65	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	46
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
67	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	23
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
69	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
70	4	4	2	2	2	2	4	4	3	2	2	31
71	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	40

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
110	4	4	2	5	5	5	2	4	4	4	4	43
111	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	28
112	2	2	4	2	4	4	2	4	4	2	2	32
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
114	4	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	43
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
116	4	4	4	4	4	2	4	2	2	3	2	35
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
118	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	27
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
120	4	4	3	4	3	2	4	2	4	4	2	36
121	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	43
122	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	43
123	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4	4	42
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
125	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	46
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
127	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
128	4	4	3	4	3	2	4	2	4	2	4	36
129	2	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	34
130	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	2	36
131	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	41
132	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	3	33
133	5	3	2	4	4	2	4	4	2	5	2	37
134	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	25
135	4	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	31
136	5	5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	46
137	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	21
138	5	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	45
139	4	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	31

c. Data Keamanan

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	4	4	4	5	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	3	3	4	23
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	4	5	29
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	4	4	4	5	26
12	2	4	4	4	4	4	22
13	2	3	4	4	4	3	20
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	5	5	2	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	2	2	4	20
21	4	4	4	5	4	4	25
22	2	4	4	4	4	5	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	2	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	2	4	4	2	4	4	20
31	2	4	4	4	4	4	22
32	5	4	4	4	4	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	2	4	4	2	4	4	20

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
35	5	5	5	5	5	5	30
36	2	4	4	2	4	4	20
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	4	4	4	5	5	27
39	2	4	4	4	4	5	23
40	2	4	4	4	4	4	22
41	2	4	4	2	4	4	20
42	5	4	4	4	4	4	25
43	2	4	4	4	4	4	22
44	4	4	4	5	5	5	27
45	2	4	4	2	4	4	20
46	4	2	4	3	2	2	17
47	4	2	4	2	4	5	21
48	4	4	4	4	4	4	24
49	2	4	4	3	2	3	18
50	4	4	4	4	2	4	22
51	4	4	4	4	4	4	24
52	2	4	4	2	4	4	20
53	4	4	4	3	4	2	21
54	4	4	4	2	4	4	22
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	3	4	2	21
58	2	4	4	2	4	4	20
59	4	4	4	4	4	4	24
60	2	4	4	2	4	4	20
61	4	4	2	3	2	3	18
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	4	4	4	4	4	22
64	2	4	4	2	4	4	20
65	2	4	4	4	4	4	22
66	2	2	4	4	4	4	20
67	2	4	4	4	4	4	22
68	2	2	4	4	2	4	18
69	2	2	4	2	2	4	16
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	2	2	2	3	17

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
72	3	2	4	3	4	5	21
73	4	2	4	4	4	5	23
74	4	4	4	4	4	4	24
75	2	2	4	3	4	5	20
76	2	2	4	2	4	5	19
77	4	4	4	4	4	4	24
78	2	2	5	5	5	3	22
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	5	25
81	4	2	4	4	4	5	23
82	4	4	4	4	4	4	24
83	2	2	4	4	4	5	21
84	2	2	4	3	4	5	20
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	5	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	2	2	4	4	4	4	20
89	4	3	4	3	4	5	23
90	3	2	4	4	4	4	21
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	3	4	4	23
93	4	4	4	4	4	4	24
94	2	2	4	3	4	5	20
95	2	4	4	3	4	5	22
96	4	4	4	4	4	4	24
97	2	2	4	4	4	5	21
98	4	4	4	4	4	4	24
99	3	4	4	4	4	5	24
100	2	2	4	2	4	5	19
101	3	3	4	4	2	5	21
102	4	4	4	4	4	4	24
103	2	2	4	2	3	4	17
104	4	4	4	4	4	4	24
105	2	3	4	2	4	5	20
106	4	5	4	4	3	4	24
107	4	4	4	4	4	5	25
108	4	2	4	3	4	5	22

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	5	25
111	4	4	4	4	4	4	24
112	2	3	4	3	4	5	21
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	2	4	4	2	20
115	2	2	4	2	4	5	19
116	2	2	4	4	4	5	21
117	4	4	4	4	4	4	24
118	2	2	4	3	4	5	20
119	4	4	2	2	3	2	17
120	2	2	4	3	4	5	20
121	2	2	4	4	4	5	21
122	4	2	4	4	4	4	22
123	3	2	4	3	4	5	21
124	4	4	4	4	4	4	24
125	2	4	4	3	4	5	22
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	4	4	2	4	5	23
128	2	2	4	2	4	5	19
129	4	4	4	4	4	4	24
130	4	4	4	4	4	5	25
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	4	4	2	4	4	22
133	2	2	4	2	4	5	19
134	4	4	4	4	4	4	24
135	3	2	4	2	4	5	20
136	4	2	4	2	2	5	19
137	4	2	2	2	4	4	18
138	4	4	4	2	2	4	20
139	4	4	4	4	4	4	24

d. Data Kepercayaan

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	2	2	4	2	4	4	18
2	2	4	3	3	4	4	20
3	2	4	4	2	4	4	20
4	4	2	2	4	2	2	16
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	2	3	4	4	21
9	2	4	4	4	4	4	22
10	2	4	3	3	4	3	19
11	2	4	4	4	4	4	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	2	2	4	2	2	16
14	2	4	4	4	4	4	22
15	2	4	4	2	4	4	20
16	2	4	4	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	2	4	4	22
19	2	4	4	2	4	4	20
20	2	4	4	2	4	4	20
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	2	4	4	3	21
23	2	4	3	4	4	5	22
24	2	4	3	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	2	2	3	4	4	4	19
27	2	4	2	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	4	24
29	1	1	2	2	2	2	10
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	2	4	4	4	4	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	3	4	4	23

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
35	4	4	3	4	3	2	20
36	2	4	2	4	4	5	21
37	3	4	3	4	4	5	23
38	4	4	4	4	4	4	24
39	2	4	3	4	4	4	21
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	3	3	4	4	22
42	2	4	4	4	4	4	22
43	3	4	3	4	3	4	21
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	2	2	4	2	3	4	17
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	4	3	3	3	19
50	4	4	4	2	4	4	22
51	2	4	4	4	4	4	22
52	2	4	4	4	4	5	23
53	4	4	4	4	4	5	25
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	2	4	2	4	3	18
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	4	3	3	4	3	20
60	2	4	4	2	4	4	20
61	2	4	4	4	4	4	22
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	2	4	4	4	4	4	22
65	5	5	4	2	2	3	21
66	2	4	4	2	4	4	20
67	4	2	4	2	3	2	17
68	4	4	3	4	4	4	23
69	2	4	4	4	4	4	22
70	2	4	4	2	2	4	18
71	2	4	4	4	4	4	22

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
72	4	4	4	4	4	3	23
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	5	4	5	26
75	2	4	4	2	4	4	20
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	2	4	4	4	22
78	2	4	4	2	2	3	17
79	3	2	2	4	4	2	17
80	4	2	4	4	3	2	19
81	2	3	3	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	2	4	2	4	4	4	20
84	3	4	4	4	4	4	23
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	3	4	4	5	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	3	2	2	4	4	4	19
89	2	4	3	4	4	4	21
90	2	4	4	2	5	4	21
91	4	2	4	3	3	3	19
92	4	4	2	2	4	4	20
93	4	4	4	4	4	4	24
94	2	4	3	4	4	4	21
95	2	3	3	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	4	24
97	3	4	3	4	4	4	22
98	4	4	3	4	4	4	23
99	3	4	4	4	3	3	21
100	3	4	4	4	4	4	23
101	4	4	3	4	4	4	23
102	4	4	4	4	4	4	24
103	2	3	3	4	4	4	20
104	4	2	2	2	4	2	16
105	3	4	4	4	4	4	23
106	3	4	4	3	4	4	22
107	2	4	4	2	4	4	20
108	2	4	3	4	4	4	21

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
109	4	4	4	4	4	4	24
110	2	4	2	4	4	4	20
111	4	4	4	4	4	4	24
112	2	3	3	4	4	4	20
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	4	4	4	4	24
115	4	4	4	4	4	4	24
116	3	4	4	4	4	4	23
117	4	4	4	4	4	4	24
118	2	4	3	4	4	4	21
119	4	4	4	4	4	4	24
120	2	3	3	4	4	4	20
121	2	3	3	4	4	4	20
122	3	4	3	4	4	4	22
123	2	4	3	4	4	4	21
124	2	4	3	4	4	4	21
125	4	4	4	4	4	4	24
126	4	3	3	2	2	2	16
127	2	4	4	2	4	4	20
128	2	3	3	4	4	4	20
129	3	2	3	2	2	2	14
130	4	4	2	2	2	4	18
131	4	4	4	4	4	4	24
132	3	4	3	4	4	4	22
133	2	4	3	4	4	4	21
134	4	4	4	4	4	4	24
135	2	4	4	2	4	4	20
136	3	4	4	4	4	4	23
137	4	4	4	4	4	4	24
138	2	2	4	4	4	4	20
139	4	4	2	2	2	4	18

e. Data Persepsi Kemudahan Penggunaan

No. Responden	Jawaban Pertanyaan ke-											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
110	2	3	3	4	2	2	4	4	4	4	5	37
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
112	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	39
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
114	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	5	43
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
116	3	2	1	1	1	1	2	2	3	1	1	18
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
118	2	3	4	5	3	2	4	4	4	4	4	39
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
120	2	2	3	4	2	2	4	3	3	4	4	33
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
122	4	2	3	1	1	3	2	1	1	1	2	21
123	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	43
124	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	1	18
125	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
128	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	43
129	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	37
130	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	46
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
132	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	18
133	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	42
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
135	4	2	1	3	2	3	2	1	1	1	1	21
136	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
138	3	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	42
139	2	2	5	2	4	3	2	2	3	2	2	29

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Penggunaan <i>Onlinebanking</i>	139	16,00	40,00	28,0576	,33785	3,98324	15,866
Persepsi Kebermanfaatan	139	20,00	53,00	39,9784	,62658	7,38729	54,572
Keamanan	139	16,00	30,00	22,3957	,21165	2,49527	6,226
Kepercayaan	139	10,00	26,00	21,5468	,21449	2,52874	6,395
Persepsi Kemudahan Penggunaan	139	16,00	52,00	40,2806	,67532	7,96189	63,392
Valid N (listwise)	139						

Lampiran 6. Hasil Uji Linearitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Penggunaan <i>Onlinebanking</i> *	139	100,0%	0	,0%	139	100,0%
Persepsi Kebermanfaatan						
Penggunaan <i>Onlinebanking</i> *	139	100,0%	0	,0%	139	100,0%
Keamanan						
Persepsi Kebermanfaatan *	139	100,0%	0	,0%	139	100,0%
Kepercayaan						
Penggunaan <i>Onlinebanking</i> *	139	100,0%	0	,0%	139	100,0%
Persepsi Kemudahan Penggunaan						

Report

Penggunaan *Onlinebanking*

Persepsi Kebermanfaatan	Mean	N	Std. Deviation
20,00	32,0000	1	.
21,00	28,0000	5	4,18330
22,00	26,0000	1	.
23,00	26,5000	2	3,53553
25,00	32,0000	1	.
26,00	23,0000	1	.
27,00	31,0000	2	,00000
28,00	26,0000	2	8,48528
30,00	26,5000	2	7,77817
31,00	23,6000	5	2,40832
32,00	23,6667	3	1,52753
33,00	26,0000	3	2,64575
34,00	24,5000	2	10,60660
35,00	25,0000	1	.
36,00	26,6000	5	1,34164
37,00	25,3333	3	,57735
38,00	23,0000	1	.
39,00	32,0000	2	,00000
40,00	30,0000	2	2,82843
41,00	26,7500	4	3,77492
42,00	27,6111	18	2,22655
43,00	25,7500	8	1,98206
44,00	29,5897	39	4,12769
45,00	27,0000	11	2,89828
46,00	29,7500	4	1,70783
47,00	27,0000	3	1,73205
48,00	30,5000	2	,70711
50,00	33,6667	3	2,51661
52,00	35,5000	2	6,36396
53,00	36,0000	1	.
Total	28,0576	139	3,98324

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan	Between	(Combined)	849,926	29	29,308	2,385	,001
<i>Onlinebanking</i>	Groups	Linearity	162,773	1	162,773	13,244	,000
*		Deviation from Linearity	687,153	28	24,541	1,997	,006
PersepsiKebe	Within Groups		1339,614	109	12,290		
rmanfaatan			2189,540	138			
	Total						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Penggunaan <i>Onlinebanking</i>	,273	,074	,623	,388
* PersepsiKebermanfaatan				

Report**Penggunaan *Onlinebanking***

Keamanan	Mean	N	Std. Deviation
16,00	26,0000	1	.
17,00	29,2500	4	3,40343
18,00	26,2500	4	4,34933
19,00	28,1667	6	3,37145
20,00	27,0455	22	2,47804
21,00	24,7500	12	2,80016
22,00	27,7059	17	2,31205
23,00	27,1250	8	2,90012
24,00	29,5294	51	4,51820
25,00	25,6250	8	3,58319
26,00	26,0000	1	.
27,00	29,5000	2	2,12132
29,00	36,0000	1	.
30,00	35,5000	2	6,36396
Total	28,0576	139	3,98324

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan	Between	526,016	13	40,463	3,040	,001
<i>Onlinebanking</i> *	Groups	154,910	1	154,910	11,640	,001
Keamanan		371,107	12	30,926	2,324	,010
	Linearity					
	Deviation from					
	Linearity					
	Within Groups	1663,523	125	13,308		
	Total	2189,540	138			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Penggunaan <i>Onlinebanking</i>	,266	,071	,490	,240
* Keamanan				

ReportPenggunaan *Onlinebanking*

Kepercayaan	Mean	N	Std. Deviation
10,00	22,0000	1	.
14,00	17,0000	1	.
16,00	26,0000	4	4,96655
17,00	25,0000	4	4,83046
18,00	25,6000	5	4,27785
19,00	26,1667	6	5,15429
20,00	27,9600	25	3,97366
21,00	27,5625	16	2,44864
22,00	28,2500	20	4,49415
23,00	27,1667	12	3,15748
24,00	30,0233	43	2,73851
25,00	18,0000	1	.
26,00	32,0000	1	.
Total	28,0576	139	3,98324

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan <i>Online banking</i> *	Between Groups	562,215	12	46,851	3,628	,000
Kepercayaan	Linearity	296,631	1	296,631	22,967	,000
	Deviation from Linearity	265,584	11	24,144	1,869	,049
	Within Groups	1627,324	126	12,915		
	Total	2189,540	138			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Penggunaan <i>Online banking</i> *	,368	,135	,507	,257
Kepercayaan				

ReportPenggunaan *Online banking*

Persepsi Kemudahan Penggunaan	Mean	N	Std. Deviation
16,00	20,3333	3	2,08167
17,00	21,0000	1	.
18,00	24,2500	4	,50000
19,00	21,0000	1	.
21,00	27,0000	4	1,82574
26,00	30,0000	1	.
28,00	32,0000	1	.
29,00	23,0000	1	.
31,00	40,0000	1	.
33,00	27,5000	2	,70711
35,00	24,0000	2	,00000
36,00	29,5000	2	2,12132
37,00	23,8000	5	4,76445
39,00	28,0000	6	2,60768
40,00	29,0000	3	4,35890
41,00	23,0000	1	.
42,00	28,3333	9	2,91548
43,00	28,8889	9	4,25572

44,00	29,2727	66	3,61852
45,00	26,5000	6	2,81069
46,00	27,2000	5	2,16795
47,00	26,0000	4	3,55903
48,00	31,0000	1	.
52,00	31,0000	1	.
Total	28,0576	139	3,98324

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan <i>Onlin</i> <i>ebanking</i> *	Between Groups	842,043	23	36,611	3,124	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	Linearity	267,156	1	267,156	22,800	,000
	Deviation from Linearity	574,887	22	26,131	2,230	,003
	Within Groups	1347,496	115	11,717		
	Total	2189,540	138			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Penggunaan <i>Onlinebanking</i> *	,349	,122	,620	,385
Persepsi Kemudahan Penggunaan				

Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,24859673
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,044
	Negative	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,808
Asymp. Sig. (2-tailed)		,531

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PersepsiKemudahanPengguna, Keamanan, Kepercayaan, PersepsiKebermanfaatan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,315	3,29673

a. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanPenggunaan, Keamanan, Kepercayaan, PersepsiKebermanfaatan

b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	733,173	4	183,293	16,865	,000 ^a
Residual	1456,367	134	10,868		
Total	2189,540	138			

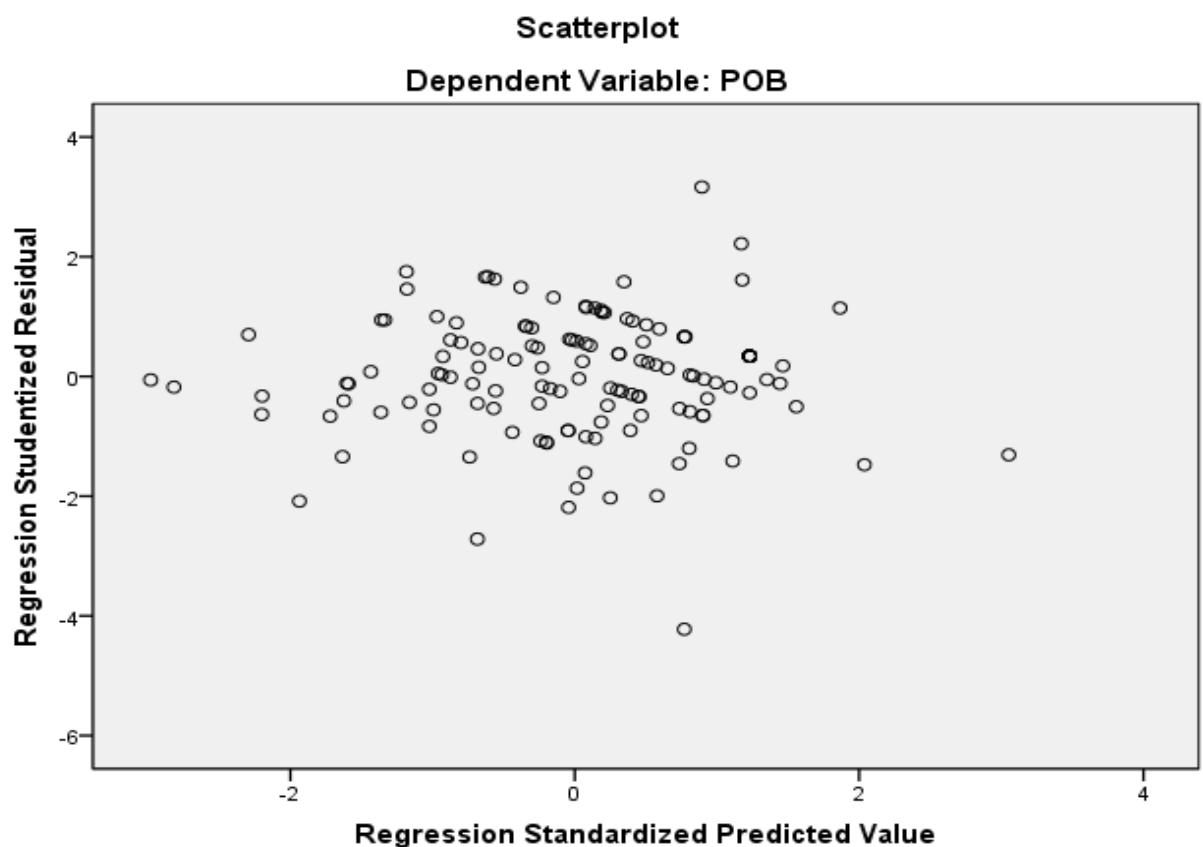
a. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanPenggunaan, Keamanan, Kepercayaan, PersepsiKebermanfaatan

b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,517	3,813		2,398	,691		
PersepsiKebermanfaatan	,105	,039	,194	2,707	,008	,968	1,033
Keamanan	,380	,114	,238	3,338	,001	,979	1,022
Kepercayaan	,530	,112	,337	4,735	,000	,983	1,018
PersepsiKemudahanPenggunaan	,136	,036	,272	3,796	,000	,970	1,031

a. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskidastisitas

Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis Pertama

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PersepsiKebermanfaatan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,273 ^a	,074	,068	3,84629

- a. Predictors: (Constant), PersepsiKebermanfaatan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	162,773	1	162,773	11,003	,001 ^a
Residual	2026,767	137	14,794		
Total	2189,540	138			

- a. Predictors: (Constant), PersepsiKebermanfaatan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22,180	1,802		12,311	,000
PersepsiKebermanfaatan	,147	,044	,273	3,317	,001

- a. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis Kedua

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,266 ^a	,071	,064	3,85374

- a. Predictors: (Constant), Keamanan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,910	1	154,910	10,431	,002 ^a
	Residual	2034,630	137	14,851		
	Total	2189,540	138			

- a. Predictors: (Constant), Keamanan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,548	2,962		6,261	,000
	Keamanan	,425	,131	,266	3,230	,002

- a. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,368 ^a	,135	,129	3,71710

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan
- b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296,631	1	296,631	21,469	,000 ^a
	Residual	1892,908	137	13,817		
	Total	2189,540	138			

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan
- b. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	15,565	2,715	5,734	,000
	Kepercayaan	,580	,125		

- a. Dependent Variable: Penggunaan*Onlinebanking*

Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis Keempat

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PersepsiKemudahanPenggunaan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,349 ^a	,122	,116	3,74593

- a. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanPenggunaan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267,156	1	267,156	19,039	,000 ^a
	Residual	1922,384	137	14,032		
	Total	2189,540	138			

- a. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanPenggunaan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	PersepsiKemudahanPenggunaan	,175	,040	,349	4,363	,000

- a. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Lampiran 14. Hasil Uji Hipotesis Kelima

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Keamanan, PersepsiKemudahanPenggunaan, PersepsiKebermanfaatan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,315	3,29673

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, PersepsiKemudahanPenggunaan, PersepsiKebermanfaatan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	733,173	4	183,293	16,865	,000 ^a
Residual	1456,367	134	10,868		
Total	2189,540	138			

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, PersepsiKemudahanPenggunaan, PersepsiKebermanfaatan
 b. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,517	3,813		2,398	,691
PersepsiKemudahanPenggunaan	,136	,036	,272	3,796	,000
PersepsiKebermanfaatan	,105	,039	,194	2,707	,008
Keamanan	,380	,114	,238	3,338	,001
Kepercayaan	,530	,112	,337	4,735	,000

- a. Dependent Variable: Penggunaan *Onlinebanking*

Lampiran 15. Tabel t

TABEL DISTRIBUSI t PADA α 5 %

DF	1 TAIL	2 TAIL
1	6,3138	12,7062
2	2,9200	4,3027
3	2,3534	3,1824
4	2,1318	2,7764
5	2,0150	2,5706
6	1,9432	2,4469
7	1,8946	2,3646
8	1,8595	2,3060
9	1,8331	2,2622
10	1,8125	2,2281
11	1,7959	2,2010
12	1,7823	2,1788
13	1,7709	2,1604
14	1,7613	2,1448
15	1,7531	2,1314
16	1,7459	2,1199
17	1,7396	2,1098
18	1,7341	2,1009
19	1,7291	2,0930
20	1,7247	2,0860
21	1,7207	2,0796
22	1,7171	2,0739
23	1,7139	2,0687
24	1,7109	2,0639
25	1,7081	2,0595
26	1,7056	2,0555
27	1,7033	2,0518
28	1,7011	2,0484
29	1,6991	2,0452
30	1,6973	2,0423
40	1,6839	2,0211
50	1,6759	2,0086

DF	1 TAIL	2 TAIL
51	1,6753	2,0076
52	1,6747	2,0066
53	1,6741	2,0057
54	1,6736	2,0049
55	1,6730	2,0040
56	1,6725	2,0032
57	1,6720	2,0025
58	1,6716	2,0017
59	1,6711	2,0010
60	1,6706	2,0003
61	1,6702	1,9996
62	1,6698	1,9990
63	1,6694	1,9983
64	1,6690	1,9977
65	1,6686	1,9971
66	1,6683	1,9966
67	1,6679	1,9960
68	1,6676	1,9955
69	1,6672	1,9949
70	1,6669	1,9944
71	1,6666	1,9939
72	1,6663	1,9935
73	1,6660	1,9930
74	1,6657	1,9925
75	1,6654	1,9921
76	1,6652	1,9917
77	1,6649	1,9913
78	1,6646	1,9908
79	1,6644	1,9905
80	1,6641	1,9901
90	1,6620	1,9867
100	1,6602	1,9840

DF	1 TAIL	2 TAIL
101	1,6601	1,9837
102	1,6599	1,9835
103	1,6598	1,9833
104	1,6596	1,9830
105	1,6595	1,9828
106	1,6594	1,9826
107	1,6592	1,9824
108	1,6591	1,9822
109	1,6590	1,9820
110	1,6588	1,9818
111	1,6587	1,9816
112	1,6586	1,9814
113	1,6585	1,9812
114	1,6583	1,9810
115	1,6582	1,9808
116	1,6581	1,9806
117	1,6580	1,9804
118	1,6579	1,9803
119	1,6578	1,9801
120	1,6577	1,9799
121	1,6575	1,9798
122	1,6574	1,9796
123	1,6573	1,9794
124	1,6572	1,9793
125	1,6571	1,9791
126	1,6570	1,9790
127	1,6569	1,9788
128	1,6568	1,9787
129	1,6568	1,9785
130	1,6567	1,9784
139	1,6559	1,9772
140	1,6558	1,9771

Lampiran 16. Tabel F**TABEL F PADA α 5%**

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9
50	4,0343	3,1826	2,7900	2,5572	2,4004	2,2864	2,1992	2,1299	2,0734
60	4,0012	3,1504	2,7581	2,5252	2,3683	2,2541	2,1665	2,0970	2,0401
70	3,9778	3,1277	2,7355	2,5027	2,3456	2,2312	2,1435	2,0737	2,0166
80	3,9604	3,1108	2,7188	2,4859	2,3287	2,2142	2,1263	2,0564	1,9991
90	3,9469	3,0977	2,7058	2,4729	2,3157	2,2011	2,1131	2,0430	1,9856
100	3,9361	3,0873	2,6955	2,4626	2,3053	2,1906	2,1025	2,0323	1,9748
110	3,9274	3,0788	2,6871	2,4542	2,2969	2,1821	2,0939	2,0236	1,9661
120	3,9201	3,0718	2,6802	2,4472	2,2899	2,1750	2,0868	2,0164	1,9588
130	3,9140	3,0658	2,6743	2,4414	2,2839	2,1690	2,0807	2,0103	1,9526
131	3,9134	3,0653	2,6737	2,4408	2,2834	2,1685	2,0802	2,0098	1,9520
132	3,9129	3,0648	2,6732	2,4403	2,2829	2,1680	2,0796	2,0092	1,9515
133	3,9123	3,0642	2,6727	2,4398	2,2823	2,1674	2,0791	2,0087	1,9509
134	3,9118	3,0637	2,6722	2,4392	2,2818	2,1669	2,0786	2,0082	1,9504
135	3,9113	3,0632	2,6717	2,4387	2,2813	2,1664	2,0781	2,0076	1,9499
136	3,9107	3,0627	2,6712	2,4382	2,2808	2,1659	2,0776	2,0071	1,9494
137	3,9102	3,0622	2,6707	2,4377	2,2803	2,1654	2,0771	2,0066	1,9488
138	3,9097	3,0617	2,6702	2,4373	2,2798	2,1649	2,0766	2,0061	1,9483
139	3,9092	3,0612	2,6697	2,4368	2,2793	2,1644	2,0761	2,0056	1,9478