

**BEBERAPA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN INTERNET BANKING**

(Studi pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**DYAN EKA CHRISTIANA
NIM.0410322003**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI
MALANG
2008**

MOTTO

"Jika ada kemauan selalu ada jalan yang terbuka"



TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya pada:

Hari : Senin
 Tanggal : 4 Agustus 2008
 Jam : 10.00 WIB
 Skripsi atas nama : Dyan Eka Christiana
 Judul : Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking (Studi pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang)

DAN DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA

Dr. Endang Siti Astuti, M.Si
 NIP. 130 936 226

ANGGOTA

Drs. Mochammad Al Musadieg, MBA
 NIP. 131 410 387

ANGGOTA

Devi Farah Azizah
 NIP. 132 232 179

ANGGOTA

Drs. Heru Susilo, MA
 NIP. 131 573 956

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : BEBERAPA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN INTERNET BANKING
Disusun oleh : Dyan Eka Christiana
NIM : 0410322003
Fakultas : Ilmu Administrasi
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Manajemen Sistem Informasi

Malang, Juli 2008

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Komisi Pembimbing

Ketua,

Anggota,

Dr. Endang Siti Astuti, M.Si

NIP. 130 936 226

Devi Farah Azizah

NIP. 132 232 179



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

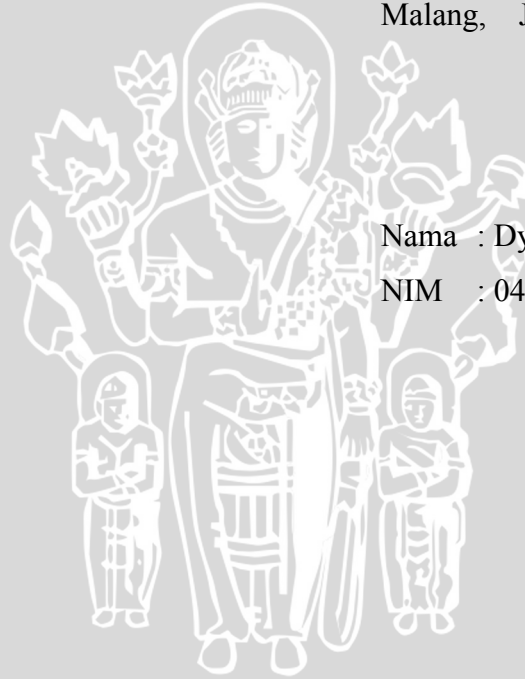
Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebut dalam sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, Juli 2008

Nama : Dyan Eka Christiana

NIM : 0410322003



RINGKASAN

Dyan Eka Christiana, 2008, **Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan *Internet banking*** (Studi pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang), Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, Devi Farah Azizah, S.Sos, MAB 96 Hal + xix

Perkembangan yang pesat terjadi dibidang teknologi informasi (perangkat keras, perangkat lunak komputer dan telekomunikasi). Teknologi informasi merupakan satu dari sekian banyak alat bantu yang digunakan para manajer untuk menjembatani perubahan. Terkait dengan hal tersebut, dunia perbankan saat ini telah mengembangkan fasilitas *internet banking* yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke bank. *Internet banking* dapat diakses dimana saja dan kapan saja oleh nasabah melalui jaringan internet, dalam implementasiannya terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah menggunakan fasilitas *internet banking* sehingga nasabah dapat bertransaksi secara dengan mudah dan nyaman.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang, Jl. MT. Haryono No. 160 Malang. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian *eksplanatory*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel Kemudahan penggunaan (X1), Keengganan berubah (X2), Kepercayaan dan hubungan (X3), Biaya (X4), Kemudahan akses (X5), Kesenangan (X6), dan Keamanan (X7) terhadap variabel *internet banking* secara simultan maupun parsial. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan analisis regresi parsial. Sampel yang digunakan berjumlah 91 orang nasabah, dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,05$). Pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.0 for Windows.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Kemudahan penggunaan (X1), Keengganan berubah (X2), Kepercayaan dan hubungan (X3), Biaya (X4), Kemudahan akses (X5), Kesenangan (X6), dan Keamanan (X7) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *internet banking* (Y), hal ini terbukti dari nilai F hitung sebesar $29,005 > F$ tabel sebesar 2,12 dan probabilitas $0,000 < \alpha = 0,05$. Sedangkan variabel Keengganan berubah (X2) dan Biaya (X4) terbukti tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *internet banking* (Y) dan variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah variabel Kemudahan penggunaan (X1).

Dari penelitian yang telah dilakukan, beberapa variabel yang telah memenuhi harapan nasabah akan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan layanan *internet banking*. Dapat diartikan bahwa semakin baik penerapan beberapa variabel tersebut pada layanan *internet banking* sebuah bank, maka akan meningkatkan penggunaan layanan *internet banking* oleh nasabah. Dengan dilakukannya penelitian ini, pihak bank sebagai penyedia layanan diharapkan untuk selalu meningkatkan kualitas dan fasilitas yang tersedia pada layanan *internet banking* sehingga penggunaan layanan *internet banking* akan meningkat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking (Studi pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang)”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

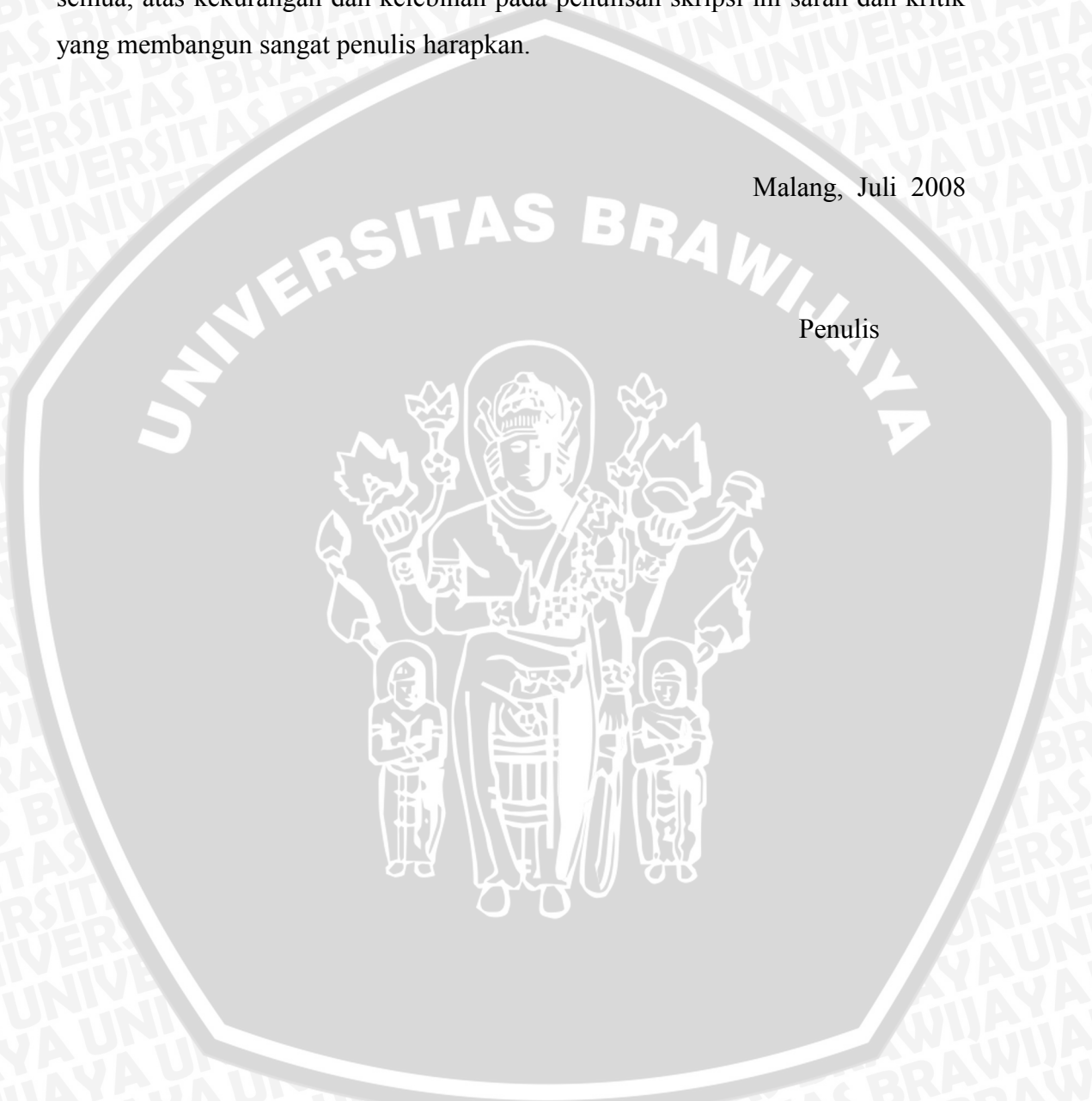
1. Bapak Prof. Dr. Suhadak, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, DEA, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Dr. Endang Siti Astuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Devi Farah Azizah, S.Sos, MAB, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan bekal teori dan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
8. Bapak Bambang Sutanto beserta Staf yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang.
9. Orang tua dan adikku atas doa serta dukungan yang sangat besar selama ini.
10. Teman-teman SAP 2004 dan sahabat-sahabat yang telah memberikan perhatian serta dukungan.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan informasi dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, atas kekurangan dan kelebihan pada penulisan skripsi ini saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Malang, Juli 2008

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	
TANDA PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Internet.....	7
1. Pengertian <i>Internet</i>	7
2. Aplikasi Utama <i>Internet</i>	7
3. Sumber Daya <i>Internet</i>	9
B. Bank.....	12
1. Pengertian Bank.....	12
2. Sejarah Perbankan Indonesia.....	13
3. Fungsi Bank.....	14
4. Jenis Bank.....	15
5. Kegiatan-kegiatan Bank.....	17
C. <i>Internet banking</i>	20
1. Pengertian <i>Internet banking</i>	20
2. Kelebihan <i>Internet banking</i>	20
3. Resiko Layanan <i>Internet banking</i>	21
4. Tipe Layanan <i>Internet banking</i>	22
5. Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan <i>Internet banking</i>	23
6. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	26
D. Model Konsepsi dan Model Hipotesis.....	28
1. Model Konsep.....	28
2. Model Hipotesis.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Variabel dan Pengukurannya.....	31
1. Konsep.....	31

2. Variabel.....	31
3. Definisi Operasional.....	32
4. Skala Pengukuran.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel.....	35
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Metode Pengumpulan Data.....	36
2. Sumber Data.....	37
3. Instrumen Penelitian.....	37
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
3. Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X1).....	40
b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keenganan Berubah (X2).....	41
c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3).....	41
d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Biaya (X4).....	42
e. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X5).....	43
f. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kesenangan (X6).....	43
g. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keamanan (X7).....	44
h. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Internet banking (Y).....	45
G. Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Analisis Inferensial.....	46
a. Uji Asumsi Klasik.....	46
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
c. Analisis Regresi Parsial.....	49

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	51
2. Lokasi Perusahaan.....	52
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
5. Uraian Jabatan Perusahaan.....	53
6. Produk dan Layanan Perusahaan.....	55
7. Sumber Daya Manusia.....	58
8. Jam Kerja.....	58

B. <i>Internet banking</i> BCA (KlikBCA).....	58
1. Situs PT. BCA, Tbk.....	59
2. Registrasi KlikBCA.....	60
3. Transaksi Menggunakan KlikBCA.....	60
4. Jenis Transaksi dengan KlikBCA.....	62
C. Gambaran Umum Responden.....	63
1. Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	64
2. Distribusi Usia Responden.....	64
3. Distribusi Pendidikan Terakhir Responden.....	65
4. Distribusi Pekerjaan Responden.....	66
D. Distribusi Item.....	66
1. Variabel Bebas (X).....	66
a. Distribusi Item Variabel Kemudahan Penggunaan (X1).....	67
b. Distribusi Item Variabel Keengganan Berubah (X2).....	69
c. Distribusi Item Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3).....	70
d. Distribusi Item Variabel Biaya (X4).....	71
e. Distribusi Item Variabel Kemudahan Akses (X5)....	73
f. Distribusi Item Variabel Kesenangan (X6).....	74
g. Distribusi Item Variabel Keamanan (X7).....	75
2. Variabel Terikat (Y).....	77
a. Distribusi Item Variabel <i>Internet banking</i> (Y).....	77
E. Analisis Data.....	81
1. Uji Asumsi Klasik.....	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Autokorelasi.....	82
c. Uji Multikolinearitas.....	83
d. Uji Heterokesdastisitas.....	83
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
3. Analisis Regresi Parsial.....	87
F. Interpretasi Data.....	89

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

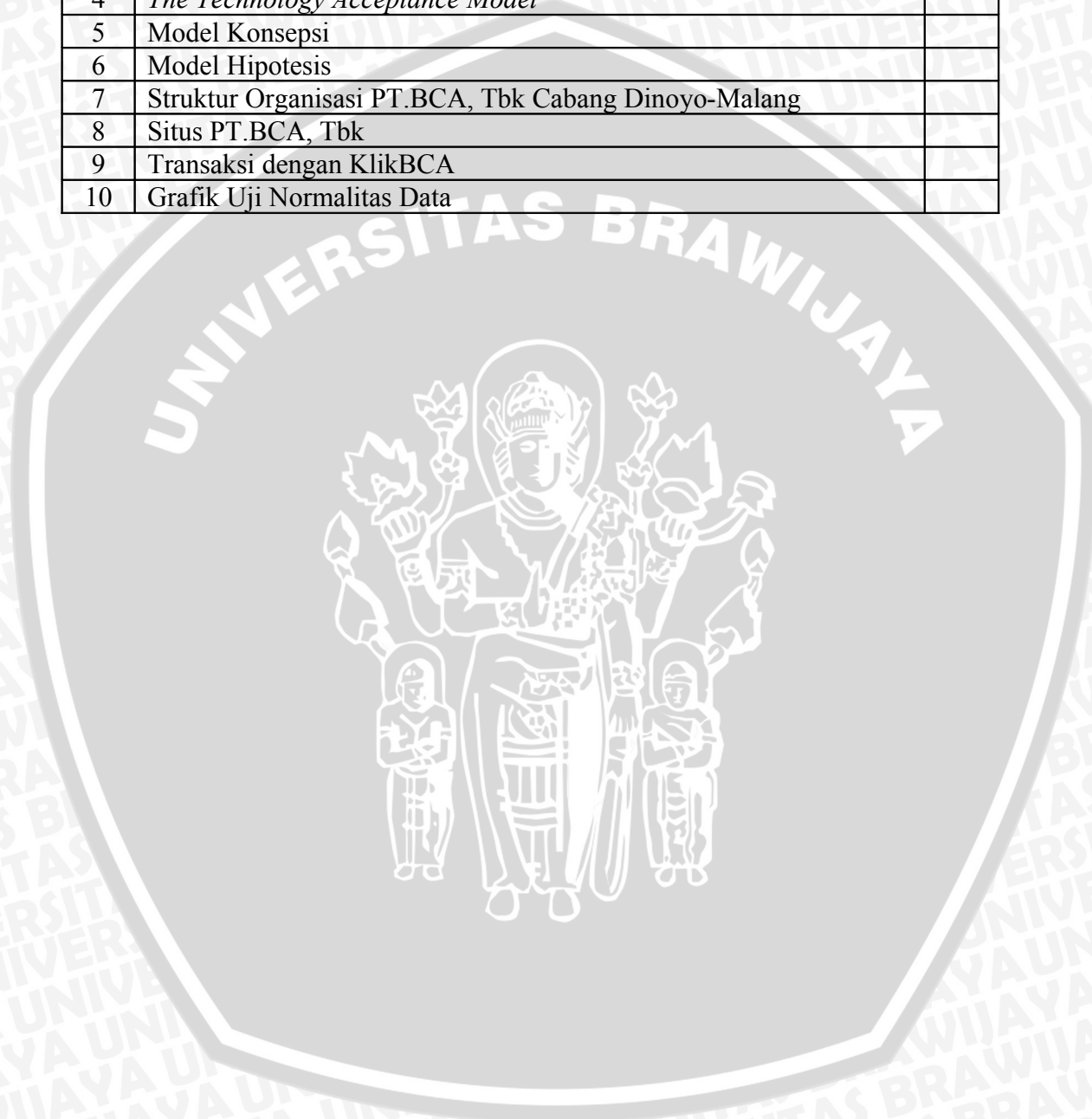
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1	Konsep, Variabel, Indikator, dan Item Penelitian	
2	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)	
3	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keengganan Berubah (X2)	
4	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)	
5	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Biaya (X4)	
6	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X5)	
7	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kesenangan (X6)	
8	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X7)	
9	Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Internet banking</i> (Y)	
10	Produk dan Layanan BCA	
11	Jenis Transaksi KlikBCA	
12	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
13	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	
14	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	
15	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	
16	Distribusi Item Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)	
17	Distribusi Item Variabel Keengganan Berubah (X2)	
18	Distribusi Item Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)	
19	Distribusi Item Variabel Biaya (X4)	
20	Distribusi Item Variabel Kemudahan Akses (X5)	
21	Distribusi Item Variabel Kesenangan (X6)	
22	Distribusi Item Variabel Keamanan (X7)	
23	Distribusi Item Variabel <i>Internet banking</i> (Y)	
24	Hasil Uji Autokorelasi	
25	Hasil Uji Multikolinearitas	
26	Hasil Uji Heterokedastisita	
27	Hasil analisis Regresi Linier Berganda antara Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1	Layanan E-mail	
2	Layanan Transfer file	
3	Layanan <i>Internet</i> relay chat	
4	<i>The Technology Acceptance Model</i>	
5	Model Konsepsi	
6	Model Hipotesis	
7	Struktur Organisasi PT.BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang	
8	Situs PT.BCA, Tbk	
9	Transaksi dengan KlikBCA	
10	Grafik Uji Normalitas Data	



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1	Kuisisioner Penelitian	
2	Rekapitulasi Jawaban Responden	
3	Hasil Uji Validitas	
4	Hasil Uji Reliabilitas	
5	Tabel Frekuensi	
6	Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	
7	Surat Keterangan Penelitian	
8	Curriculum Vitae	

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia industri yang sangat cepat saat ini, persaingan ketat merupakan hal yang biasa terjadi. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menguasai pasar dan berusaha memenangkan persaingan. Agar dapat bertahan ditengah persaingan, kebutuhan akan teknologi informasi merupakan prioritas utama yang harus dipenuhi. Tetapi terdapat kendala didalam pengimplementasiannya, antara lain munculnya pandangan bahwa investasi dibidang teknologi informasi merupakan hal yang mahal dan sulit dilakukan oleh perusahaan. Penggunaan teknologi informasi pada umumnya dimulai dengan penggunaan *personal computer* (PC), dan peningkatan efisiensi diberbagai bidang dalam perusahaan mulai dirasakan.

Perkembangan yang sama pesatnya terjadi pula dibidang teknologi informasi (perangkat keras, perangkat lunak komputer dan telekomunikasi). Teknologi informasi merupakan satu dari sekian banyak alat bantu yang digunakan para manajer untuk menjembatani perubahan (Laudon, 2005:18). Hal ini menjadikan konsumen mudah memperoleh informasi didalam mempertimbangkan pengeluaran uang mereka. Bagi manajemen perusahaan, perkembangan yang pesat dibidang teknologi informasi memungkinkan mereka dengan cepat memperoleh informasi mengenai apa saja yang berkaitan dengan kegiatan bisnisnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Dampak terbesar yang dirasakan perusahaan adalah pengolahan data konsumen dan berbagai sumber daya dalam kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan cara yang tidak terbayangkan sebelumnya pada waktu perusahaan menggunakan *manual system*. Dengan mutu informasi yang dapat diperoleh melalui teknologi informasi, manajemen memiliki kesempatan berada dalam posisi puncak untuk memenangkan persaingan serta mengendalikan pasar. Dengan demikian, penggunaan teknologi informasi dalam perusahaan merupakan aset berharga untuk menentukan strategi dalam menghadapi persaingan.

Terkait dengan penggunaan teknologi informasi dalam perusahaan, *internet* sebagai salah satu implementasi dari teknologi informasi merupakan

teknologi utama yang sedang dan terus dikembangkan. *Internet* memungkinkan kita untuk melakukan pertukaran informasi secara cepat, mudah dan murah, kemudahan inilah yang kemudian dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam meningkatkan pelayanan dan membantu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dunia perbankan yang sangat membutuhkan kecepatan dan ketelitian memanfaatkan *internet* sebagai salah satu aset yang patut diperhitungkan dalam pemenuhan kebutuhan nasabah yang dikenal dengan *internet banking* atau *i-banking*. *Internet banking* sebagai layanan yang dapat memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah bank dengan beberapa keunggulan yaitu aplikasi yang mudah digunakan, layanan yang mudah dijangkau dari mana saja, murah, aman dan dapat diandalkan (*reliable*) (Rahardjo, 2002).

Internet banking menawarkan berbagai kemudahan bertransaksi bagi nasabah tanpa harus datang ke bank atau mesin ATM. Melalui *internet banking*, berbagai transaksi pembelian, pembayaran, transfer dana, informasi rekening, transaksi histori, serta administrasi bank dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.

Berkenaan dengan persepsi tentang kemudahan dan manfaat dalam penggunaan, Davis dalam Alrafi, 2005 menyatakan bahwa Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada dasarnya digunakan untuk meneliti hubungan antara sikap, perilaku kepercayaan dan intensitas pada *user acceptance* terhadap teknologi informasi, di mana dua determinan utama dari TAM adalah *percieved usefulness* dan *percieved ease to use*. Persepsi tentang manfaat didefinisikan sebagai probabilitas subyektif individu bahwa pemakaian sistem tertentu akan meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan dalam lingkup organisasi. Sedangkan persepsi tentang kemudahan didefinisikan sebagai derajat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tersebut tidak akan banyak memerlukan usaha. Maka, melalui kedua determinan tersebut dapat diukur sejauh mana tingkat *human-computer interaction* yang terjadi antara *user* dan sistem (komputer), sehingga terjadi interaksi yang baik antara *user* dan sistem.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pikkarainen, Karjaluoto dan Pahnla (2004) tentang bagaimana penerimaan konsumen terhadap *internet banking* yang dikaji berdasarkan pada teori TAM yang telah dikemukakan di atas,

maka pada penelitian ini terdapat lima variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*, yaitu persepsi tentang kemudahan *internet banking*, keamanan dan *privacy*, persepsi tentang manfaat *internet banking*, kuantitas informasi yang ada pada *internet banking*, serta persepsi tentang kesenangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hoppe, Newman dan Mugera (2001) dari University of Cape Town, Afrika Selatan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Dalam penelitian tersebut Hoppe, Newman dan Mugera menyebutkan bahwa ada tiga variabel yang mempengaruhi nasabah menggunakan *internet banking*, yaitu sikap, norma subyektif, dan persepsi pengendalian perilaku.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius mengemukakan beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*, yaitu kemudahan penggunaan, keengganan berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya, kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan.

PT. Bank Central Asia, Tbk (selanjutnya disebut Bank BCA) yang merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, saat ini telah mengimplementasikan *internet banking* sebagai salah satu strategi dalam mempertahankan loyalitas nasabah dan meningkatkan pelayanan kepada nasabahnya. Bank BCA menawarkan produk perbankan elektronik berupa KlikBCA. KlikBCA adalah layanan perbankan yang berprinsip Mudah, Praktis, Aman dan Gampang Digunakan, melalui KlikBCA para nasabah dapat melakukan berbagai kegiatan transaksi perbankan yang meliputi transfer dana (antar rekening BCA dan antar rekening bank Domestik), pembayaran (kartu kredit, *internet*, listrik, telepon, handphone, asuransi, TV kabel dan pendidikan), pembelian (pulsa isi ulang GSM dan CDMA), informasi rekening dan kartu kredit (informasi saldo, mutasi rekening), transaksi histori, serta administrasi bank dapat dilakukan dengan satu langkah mudah yaitu satu kali klik saja.

Sesuai dengan prinsip KlikBCA yaitu Mudah, Praktis, Aman dan Gampang Digunakan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, Keengganan Berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya,

kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan. merupakan beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengangkat judul “Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan *Internet Banking* (Studi pada nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang)”, yang bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel yaitu kemudahan penggunaan, keengganan berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya, kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan beserta pengaruhnya terhadap *internet banking*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh antara variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel *internet banking* ?
2. Bagaimanakah pengaruh antara variabel keengganan berubah terhadap variabel *internet banking* ?
3. Bagaimanakah pengaruh antara variabel kepercayaan dan hubungan terhadap variabel *internet banking* ?
4. Bagaimanakah pengaruh antara variabel biaya terhadap variabel *internet banking* ?
5. Bagaimanakah pengaruh antara variabel kemudahan akses terhadap variabel *internet banking* ?
6. Bagaimanakah pengaruh antara variabel kesenangan terhadap variabel *internet banking* ?
7. Bagaimanakah pengaruh antara variabel keamanan terhadap variabel *internet banking* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel *internet banking* ?
2. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel keengganan berubah terhadap variabel *internet banking* ?
3. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan dan hubungan terhadap variabel *internet banking* ?
4. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel biaya terhadap variabel *internet banking* ?
5. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses terhadap variabel *internet banking* ?
6. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel kesenangan terhadap variabel *internet banking* ?
7. Untuk menjelaskan pengaruh yang signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel *internet banking* ?

D. Kontribusi Penelitian

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan, khususnya tentang penggunaan teknologi informasi dan bagi organisasi dalam strategi mempertahankan loyalitas nasabah serta meningkatkan pelayanan bagi nasabah.

2. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi para peneliti lain yang ingin mengkaji tentang beberapa variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

E. Sistematika Penulisan

Guna memberikan gambaran yang lebih jelas tentang isi dari penulisan penelitian ini, maka berikut ini akan dijelaskan mengenai sistematika pembahasan dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan konsep yang dibahas, dan akan disusun dengan uraian logis yang mengarah pada pemecahan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai rancangan penelitian, konsep dan variabel, populasi dan sampel, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dan pembahasannya, mencakup penyajian data, analisis data dan interpretasi data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan secara keseluruhan sebagai jawaban atas permasalahan yang dibahas sekaligus masukan bagi pihak perusahaan tempat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. *Internet*

1. Pengertian *Internet*

Ada beberapa pendapat yang dapat dijadikan dasar dalam pendefinisian *internet*, antara lain menurut Purbo (2001:3), *internet* dapat terbentuk karena sekumpulan besar jaringan komputer memiliki kesepakatan untuk berbicara dalam bahasa yang sama.

Tanenbaum (1996:51), *internet* merupakan kumpulan dari jaringan-jaringan yang saling dihubungkan, berbasis pada protokol Transmission Control Protocol/*Internet* Protocol (TCP/IP). Sedangkan Rahardjo (2001) menyatakan bahwa *internet* mencakup dua makna yaitu teknologinya dan jaringannya. Teknologi *internet* adalah teknologi komunikasi yang berbasis kepada protokol TCP/IP, sedangkan *internet* sebagai jaringan adalah bahwa *internet* merupakan salah satu jaringan komputer terbesar di dunia.

Menurut Oetomo (2002:70), *internet* merupakan suatu jaringan komunikasi tanpa batas yang melibatkan jutaan komputer pribadi yang tersebar di seluruh dunia. Dan Nugroho (2006:25) berpendapat bahwa *internet* adalah sistem informasi global berbasis komputer yang terbentuk dari jaringan-jaringan komputer-komputer yang saling terkoneksi satu sama lain.

Dengan demikian maka *internet* dapat didefinisikan sebagai jaringan yang menghubungkan komputer-komputer di seluruh dunia berbasis TCP/IP, yang penggunaannya tidak terbatas pada seseorang, suatu perusahaan atau suatu lembaga saja.

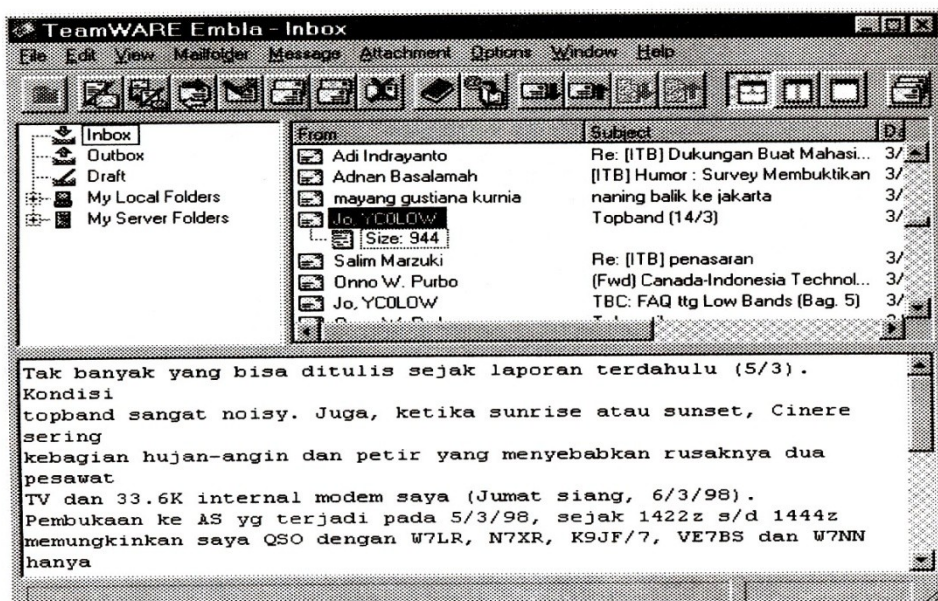
2. Aplikasi Utama *Internet*

Menurut Tanenbaum (1996:52), *internet* memiliki lima aplikasi utama, yaitu:

a. E-mail

Melalui electronic mail (e-mail) pengguna *internet* dimungkinkan untuk berinteraksi dengan dunia luar, melalui pengiriman atau penerimaan pesan,

program komputer, majalah elektronik, gambar dari pengguna *internet* lainnya.



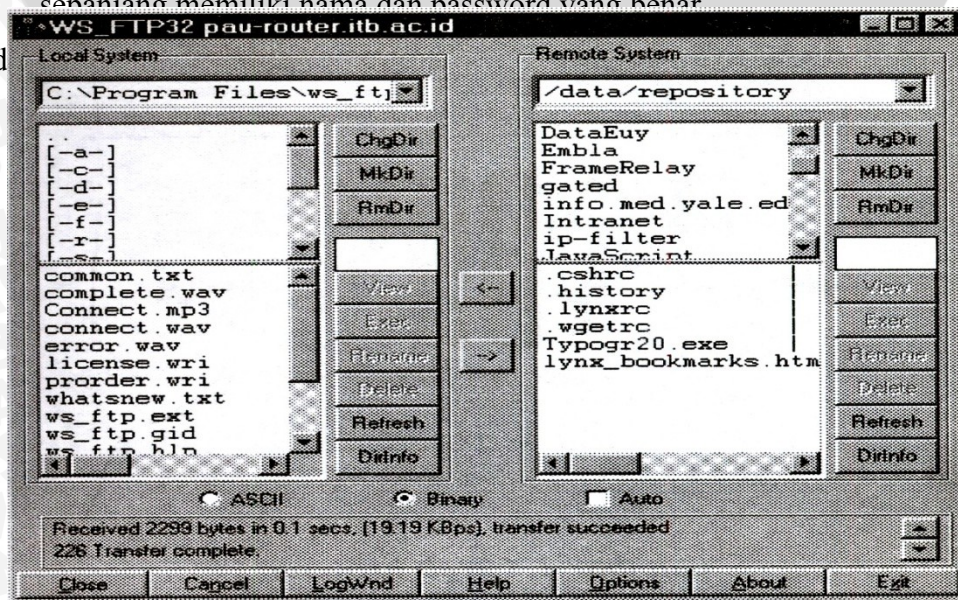
Gambar 1 : Layanan e-mail
Sumber : Purbo, 2001

b. News

Newsgroup merupakan forum khusus bagi pengguna yang memiliki kesenangan yang sama, dapat saling bertukar pesan tentang topik-topik teknis ataupun nonteknis. Setiap newsgroup memiliki etiket, gaya dan kebiasaan masing-masing.

c. Remote Login

Melalui remote login pengguna *internet* dimungkinkan untuk dapat memasuki semua komputer atau pengguna lain di sembarang tempat sepanjang memiliki nama dan password yang benar.



Gambar 1.3 Layanan transfer file



Gambar 2 : Layanan Transfer File
Sumber : Purbo, 2001

3. Sumber Daya *Internet*

Menurut Hahn dan Stout (1994:21), selain memiliki empat aplikasi utama yang telah disebutkan di atas, berikut ini terdapat pula sumber daya yang dimiliki oleh *internet*, yaitu:

a. *Finger Service*

Most internet computers offer a facility that allows you to ask for information about a particular user. This service is known by the descriptive name of finger.

Fasilitas ini memungkinkan pengguna untuk mencari informasi secara lengkap tentang user lain berdasarkan urutan abjad.

b. *Usenet*

Is the main reasons people use the internet. Usenet itself is not an actual network. It is a system of discussion groups which individual articles are distributed throughout the world.

Fasilitas ini memungkinkan pengguna untuk melakukan diskusi dengan sesama pengguna *internet* yang tergabung dalam kelompok, artikel yang telah didiskusikan kemudian didistribusikan ke seluruh dunia.

c. *Archie Servers*

The role of the archie servers is to make the whole system manageable by helping you find what you need. You can use an archie server to tell you what anonymous FTP sites store that file.

Berperan untuk melakukan pengaturan yang terorganisir dan dapat membantu kita menemukan apa yang kita perlukan, dapat pula digunakan

untuk menemukan server anonymous FTP yang menyimpan file yang diperlukan.

d. *Talk Facility*

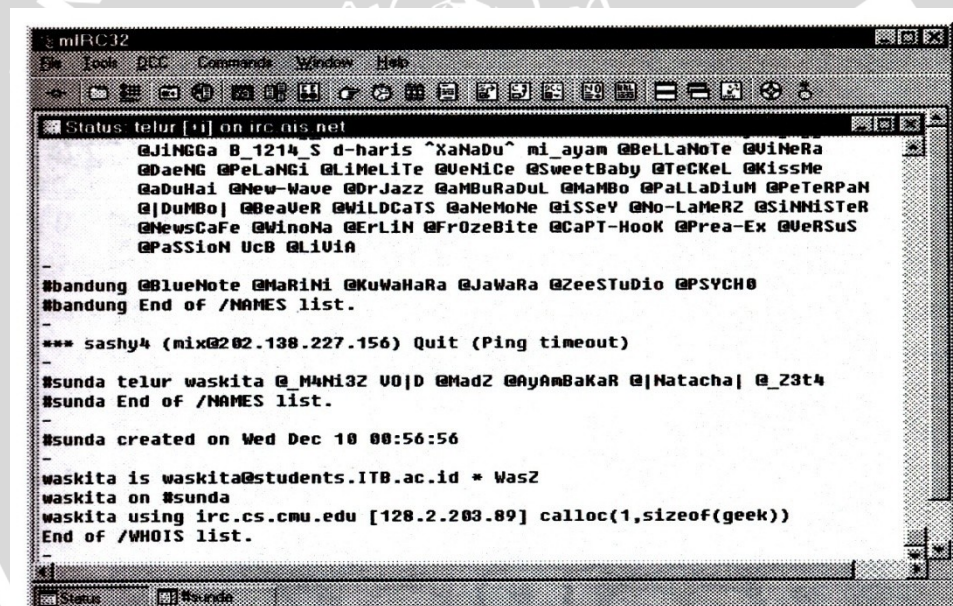
The talk facility establishes a connection between your computer and someone else. Internet talk facility is that it makes it possible to hold a conversation with someone no matter how far away they are.

Fasilitas ini memungkinkan pengguna untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain, berapapun jaraknya.

e. *Internet Relay Chat*

Internet Relay Chat (IRC) is like a talk facility for more than one person at the same time. As you might imagine, IRC is used heavily and offers a lot more than simple conversation.

Fasilitas ini hampir sama dengan *talk facility*, dengan menggunakan IRC pengguna dapat berdiskusi atau melakukan *conference call* dengan beberapa pengguna komputer secara bersamaan.



```

mIRC32
De Tools DCC Commands Window Help
Status telur [1] on irc.nis.net
@JINGGA B_1214_S d-haris ^XaNADu^ mi_ayam @BeLLaNoTe @VINeRa
@DaENG @PeLaNGi @LiMeLiTe @VeNiCe @SweetBaby @TeCKeL @KissMe
@DuHai @New-Wave @DrJazz @aMBuRaDuL @MaMBo @PaLLaDiUm @PeTeRPan
@JDuMBoJ @BeaVeR @WILDcATs @aNeMoNe @ISSeY @No-LaMeRZ @SiNNISTeR
@NewsCaFe @WinoMa @ErLiN @FrOzeBite @CaPT-Hook @Prea-Ex @VeRSuS
@PaSSioN Ucb @LiUia
-
#bandung @BlueNote @MaRiNi @KuWaHaRa @JaWaRa @ZeeSTudio @PSYCH0
#bandung End of /NAMES list.
-
*** sashy4 (mix@202.138.227.156) Quit (Ping timeout)
-
#sunda telur waskita @_M4Ni3Z U0JD @MadZ @AyAMBaKaR @|Natacha| @_Z3t4
#sunda End of /NAMES list.
-
#sunda created on Wed Dec 10 00:56:56
-
waskita is waskita@students.ITB.ac.id * WasZ
waskita on #sunda
waskita using irc.cs.cmu.edu [128.2.203.89] calloc(1,sizeof(geek))
End of /WHOIS list.
-

```

Gambar 3 : Layanan *Internet Relay Chat*

Sumber : Purbo, 2001

f. *Gopher*

Gophers provide a series of menus from which you can access virtually any type of textual information, including that provided by other internet resources.

Fasilitas ini menyediakan suatu rangkaian menu yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai tipe informasi termasuk yang disajikan oleh sumber daya *internet* yang lain.

g. *Veronica and Jughead*

Veronica is a tool that keeps track of many gopher menus from around the world. You can use veronica to perform a search and look for all the menu items that contain certain keywords. Jughead does the same thing for a specific group of gopher menus.

Veronica merupakan alat untuk menyimpan daftar dari menu gopher yang ada di seluruh dunia, sedangkan Jughead berfungsi mengelompokkan menu gopher secara spesifik.

h. *Wais Servers*

Wais servers provide another method of finding information that is spread around the internet. Wais is able to access any of a large number of databases.

Fasilitas ini memungkinkan pengguna untuk menemukan informasi dalam internet dan mampu mengakses database dalam jumlah besar.

i. *World Wide Web*

Is a hypertext based tool that allows you to retrieve and display data based on keyword searches. What makes the web so powerful is the idea of hypertext: data that contains links to another data.

Fasilitas ini memungkinkan pengguna internet untuk melakukan pencarian data sekaligus menampilkannya hanya berdasarkan kata kunci. Kelebihannya adalah terdapat kata yang dapat digunakan sebagai link untuk mengakses data lain.

j. *White Pages Directories*

What do you do when you want to contact someone, but you don't know his or her address. You use one of the white pages directories. The name, of course, reminds us of the standard telephone book.

Apabila pengguna internet ingin menghubungi seseorang tetapi tidak mengetahui alamatnya, maka ia dapat menggunakan fasilitas ini untuk mencari informasi tersebut.

k. *Electronic Magazines*

The internet is host to variety of magazines that are published electronically. That is, the articles are stored as text files that are accessible to one and all.

Dalam internet terdapat host berupa majalah yang dipublikasikan secara elektronik melalui internet. Artikelnya disimpan dalam bentuk file dan dapat diakses oleh pengguna internet.

l. *Mailing List*

A mailing list is an organized system in which a group of people are sent messages pertaining to a particular topic. The messages can be articles, comments, or whatever is appropriate to the topic.

Fasilitas ini berfungsi untuk mengorganisir tema atau topik yang telah dikirimkan oleh pengguna *internet* di seluruh dunia.

m. *Internet Bulletin Board System*

Is a repository for messages and files, often devoted to a particular topic. To use a BBS, you connect to it and select items from a series of menus.

Fasilitas ini menampilkan laporan dari pesan dan file yang berisikan tentang topik yang sedang banyak dibicarakan.

n. *Games*

There are many computer games you can download via anonymous FTP and run on your own computer. However, there are also special network games that take advantage of the internet facilities.

Memungkinkan pengguna *internet* untuk dapat mendownload berbagai permainan dan dapat dijalankan dalam komputer pribadi pengguna.

o. *Multiple User Dimension*

A MUD is a computer program that provides a virtual reality. To participate in a MUD, you telnet to a MUD server, take on a role and explore.

Merupakan program komputer yang menyediakan virtual reality, untuk bergabung dalam MUD pengguna dapat menggunakan protokol telnet, mengambil bagian dan melakukan penjelajahan.

B. Bank

1. Pengertian Bank

Pengertian bank menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan menurut Kasmir (2002:11), bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Berdasarkan pada pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa bank merupakan jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa yang bertujuan untuk menghimpun dana dan sekaligus menyalurkannya pada masyarakat guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2. Sejarah Perbankan Indonesia

Perkembangan perbankan di Indonesia tidak terlepas dari zaman penjajahan Hindia Belanda. Menurut Kasmir (2002:16) pemerintah Hindia Belanda yang memperkenalkan dunia perbankan kepada masyarakat Indonesia. Pada zaman pemerintahan Hindia Belanda terdapat beberapa bank yang memegang peranan penting seperti:

- a. De Algemenevolks Crediet Bank
- b. De Escompto Bank NV
- c. De Post Paar Bank
- d. De Javasche NV
- e. Nationale Handles Bank (NHB)
- f. Nederland Handles Maatscappij (NHM)

Disamping bank-bank yang dimiliki oleh pemerintah Hindia Belanda, terdapat pula bank-bank yang dimiliki oleh warga pribumi, China, Jepang dan Eropa lainnya. Bank-bank tersebut antara lain:

- a. Bank Abuan Saudagar
- b. Batavia Bank
- c. Bank Nasional Indonesia
- d. NV Bank Boemi
- e. The Bank Of China
- f. The Chartered Bank of India
- g. The Matsui Bank
- h. The Yokohama Species Bank

Di jaman kemerdekaan perkembangan perbankan di Indonesia bertambah maju dan berkembang lagi. Beberapa bank milik Belanda dinasionalisasi oleh pemerintah Indonesia menjadi bank milik pemerintahan Indonesia, sehingga

menambah deretan bank yang memang sudah ada sebelumnya. Beberapa bank yang ada di jaman awal kemerdekaan antara lain:

- a. Bank Surakarta MAI (Maskapai Adil Makmur) tahun 1945 di Solo.
- b. Bank Rakyat Indonesia yang didirikan tanggal 22 Februari 1946. Bank ini berasal dari De Algemenevolk Crediet Bank atau Syomin Ginko.
- c. Bank Negara Indonesia yang didirikan tanggal 5 juli 1946, kemudian menjadi BNI 1946.
- d. Bank Indonesia di Palembang tahun 1946.
- e. Bank Dagang Nasional Indonesia tahun 1946 di Medan.
- f. NV Bank Sulawesi di Menado tahun 1946.
- g. Indonesia Banking Corporation tahun 1947 di Yogyakarta, kemudian menjadi Bank Amerta.
- h. Bank Dagang Indonesia NV di Banjarmasin tahun 1949.
- i. Bank Timur NV di Semarang berganti nama menjadi Bank Gemari, kemudian merger dengan Bank Central Asia (BCA) tahun 1949.
- j. Kalimantan Corportion Trading di Samarinda tahun 1950 kemudian merger dengan Bank Pasifik.

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa perkembangan perbankan di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh Belanda. Oleh Belanda, bank digunakan sebagai alat untuk memperlancar transaksi perdagangan baik untuk negerinya sendiri maupun untuk negara lain. Saat itu juga terdapat beberapa bank pemerintah yang bukan berasal dari bank milik Belanda baik untuk bank pemerintah maupun bank swasta nasional.

3. Fungsi Bank

Berikut ini adalah beberapa fungsi bank menurut Kasmir (2002:12), yaitu:

- a. Menghimpun dana

Merupakan kegiatan mengumpulkan atau mencari dana (uang) dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito dimana masing-masing simpanan tersebut memiliki kelebihan tersendiri. Kegiatan penghimpunan dana ini sering disebut dengan istilah *funding*.

b. Menyalurkan dana

Merupakan kegiatan melemparkan kembali dana yang diperoleh lewat simpanan giro, tabungan dan deposito ke masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit). Kegiatan penyaluran dana ini sering disebut dengan istilah *lending*.

c. Memberikan jasa bank lainnya

Merupakan jasa-jasa yang diberikan terutama untuk mendukung kelancaran kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana, baik yang berhubungan langsung ataupun tidak langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit. Jasa perbankan lainnya, antara lain meliputi:

1. Jasa setoran (setoran tagihan telepon, listrik, air, atau pendidikan)
2. Jasa pembayaran (pembayaran gaji, pensiun atau hadiah)
3. Jasa pengiriman uang (*transfer*)
4. Jasa penagihan (inkaso)
5. Jasa kliring (*clearing*)
6. Jasa penjualan mata uang asing (valas)
7. Jasa penyimpanan dokumen (*safe deposit box*)
8. Jasa cek wisata (*travellers cheque*)
9. Jasa kartu kredit (*bank card*)
10. Jasa-jasa di pasar modal (penjamin emisi dan pedagang efek)
11. Jasa *letter of credit* (L/C)
12. Jasa bank garansi dan referensi bank.

4. Jenis Bank

Menurut Kasmir (2002:20), jenis perbankan dewasa ini dapat ditinjau dari berbagai segi, antara lain:

a. Segi Fungsinya

1. Bank Umum

Adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan pada prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2. Bank Perkreditan Rakyat

Adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan pada prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. Segi Kepemilikannya

1. Bank Milik Pemerintah

Adalah bank yang baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

2. Bank Milik Swasta Nasional

Adalah bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional, serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya diambil oleh swasta pula.

3. Bank Milik Asing

Adalah bank yang merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, bank milik swasta asing maupun pemerintah asing suatu negara.

4. Bank Milik Campuran

Adalah bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Di mana kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

c. Segi Status

1. Bank Devisa

Adalah bank yang dapat melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran L/C, dan lain-lain.

2. Bank Non Devisa

Adalah bank belum mempunyai izin untuk melakukan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa.

d. Segi Cara Menentukan Harga

1. Bank yang berdasarkan Prinsip Konvensional

Adalah bank yang adalm mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya menggunakan dua metode, yaitu:

- a. Menetapkan bunga sebagai harga jual, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan dan deposito, dan juga produk pinjamannya (kredit). Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *spread based*.
- b. Menerapkan berbagai biaya dalam nominal atau prosentase tertentu untuk produk jasa-jasa bank lainnya. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *fee based*.

2. Bank yang berdasarkan Prinsip Syariah

Adalah bank yang berdasarkan prinsip syariah menerapkan aturan perjanjian bedasarkan hukum Islam, antara bank dengan pihak lain baik dalam hal menyimpan dana, pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

5. Kegiatan-kegiatan Bank

Kasmir (2002:34) menyatakan bahwa dewasa ini kegiatan-kegiatan perbankan yang ada di Indonesia, terutama bank umum adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk:

- a. Simpanan Giro (*Demand Deposit*) yang merupakan simpanan pada bank dimana penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.
- b. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*) yaitu simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian antara bank dengan

nasabah dan penarikannya dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, kartu ATM atau sarana penarikan lainnya.

c. Simpanan Deposito (*Time Deposit*) merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan jangka waktu (jatuh tempo) dan dapat ditarik dengan bilyet deposito atau sertifikat deposito.

2. Menyalurkan dana ke masyarakat (*lending*) dalam bentuk kredit seperti:

a. Kredit Investasi, merupakan kredit yang diberikan kepada para investor untuk investasi yang penggunaannya jangka panjang.

b. Kredit Modal Kerja, merupakan kredit yang diberikan untuk membiayai kegiatan suatu usaha dan biasanya bersifat jangka pendek guna memperlancar transaksi perdagangan.

c. Kredit Perdagangan, merupakan kredit yang diberikan pada para pedagang baik agen-agen atau pengecer

d. Kredit Konsumtif, merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai untuk keperluan pribadi.

e. Kredit Produktif, merupakan kredit yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*) antara lain:

a. Menerima setoran-setoran seperti:

1. Pembayaran pajak
2. Pembayaran telepon
3. Pembayaran air
4. Pembayaran listrik
5. Pembayaran uang kuliah

b. Melayani pembayaran-pembayaran seperti:

1. Gaji/Pensiun/honorarium
2. Pembayaran deviden
3. Pembayaran kupon
4. Pembayaran bonus/hadiah

c. Di dalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi:

1. Penjamin emisi (*Underwriter*)
2. Penanggung (*Guarantor*)

3. Wali amanat (*Trustee*)
 4. Perantara perdagangan efek (*Pialang/broker*)
 5. Pedagang efek (*Dealer*)
 6. Perusahaan pengelola dana (*Investment company*)
- d. *Transfer* (Kiriman uang) merupakan jasa kiriman uang antar bank baik antar bank yang sama maupun bank yang berbeda. Pengiriman uang dapat dilakukan untuk dalam kota, luar kota maupun luar negeri.
 - e. Inkaso (*Collection*) merupakan jasa penagihan warkat antar bank yang berasal dari luar kota berupa cek, bilyet giro atau surat-surat berharga lainnya yang baik berasal dari warkat bank dalam negeri maupun luar negeri.
 - f. Kliring (*Clearing*) merupakan jasa penarikan warkat (cek atau BG) yang berasal dari dalam satu kota, termasuk transfer dalam kota antar bank.
 - g. *Safe Deposit Box* merupakan jasa penyimpanan dokumen, berupa surat-surat atau barang berharga. *Safe Deposit Box* lebih dikenal dengan nama *Safe Loket*.
 - h. *Bank Card* merupakan jasa penerbitan kartu-kartu kredit yang dapat digunakan dalam berbagai transaksi dan penarikan uang tunai di ATM (Anjungan Tunai Mandiri) setiap hari.
 - i. *Bank Notes (Valas)* merupakan kegiatan jual beli mata uang asing.
 - j. Bank Garansi merupakan jaminan yang diberikan kepada nasabah dalam pembiayaan proyek tertentu.
 - k. Referensi Bank merupakan surat referensi yang dikeluarkan oleh bank.
 - l. *Bank Draft* merupakan wesel yang diterbitkan oleh bank.
 - m. *Letter of Credit (L/C)* merupakan jasa yang diberikan dalam rangka mendukung kegiatan atau transaksi ekspor impor.
 - n. Cek Wisata (*Travellers Cheque*) merupakan cek perjalanan yang bisa digunakan oleh para turis dan dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan.
 - o. Dan jasa lainnya.

C. *Internet Banking*

1. *Pengertian Internet Banking*

Pengertian *internet banking* menurut Standart bank dalam penelitian yang dilakukan oleh Hoppe, Newman dan Mugera (2001) adalah sebagai berikut:

“*Internet banking is a remote home and or office banking service that is offered to a bank’s personal customers, to perform routine banking transactions through the internet*”. Artinya *internet banking* merupakan layanan perbankan yang dapat dikendalikan jarak jauh baik dari rumah ataupun kantor yang menawarkan kepada para nasabah, untuk dapat melakukan transaksi perbankan secara rutin melalui *internet*.

Menurut Bankrate.com dalam Hoppe, Newman dan Mugera (2001), *internet banking allows users to dial in and use the bank’s own software or that of an internet service provider*. Artinya bahwa *internet banking* memperbolehkan penggunaannya untuk mendaftarkan diri dan menggunakan *software* yang dimiliki oleh pihak bank melalui penyedia layanan *internet*. Sedangkan Riswandi (2005:21) menyatakan bahwa *internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media *internet* oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara *online*, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru.

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *internet banking* merupakan jasa perbankan yang ditawarkan kepada nasabah untuk mempermudah dalam melakukan transaksi perbankan melalui *internet* sebagai penyedia layanan.

2. *Kelebihan Internet Banking*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hoppe, Newman dan Mugera (2001), berikut ini adalah beberapa kelebihan dari *internet banking*, yaitu:

a. Penghematan waktu

Para nasabah dapat melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank.

- b. Terpercaya
Tagihan dapat dibayar dan dapat melakukan transfer dana tanpa harus antri atau menulis cek.
- c. Kemampuan akses
Jasa perbankan ini dapat diakses 7 hari dalam seminggu dan 24 jam dalam sehari.
- d. Konfirmasi
Transaksi dilakukan dan dikonfirmasi hampir bersamaan.
- e. Jangkauan
Para nasabah dapat melakukan apa saja hanya dengan memeriksa saldo.
- f. Keamanan
Para nasabah dapat menentukan sendiri nomor PIN yang digunakan, untuk mencegah terjadinya akses yang tidak diinginkan atas rekening mereka.
- g. Keselamatan
Para nasabah tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang besar.
Terkait dengan kelebihanannya, *internet banking* sebagai salah satu jasa perbankan memiliki persyaratan bisnis yang harus dipenuhi (Rahardjo, 2002), yaitu:
 - a. Aplikasi mudah digunakan
 - b. Layanan dapat dijangkau dari mana saja
 - c. Murah
 - d. Aman
 - e. Dapat diandalkan (*reliabel*)

3. Resiko Layanan *Internet Banking*

Menurut *The Office of the Comptroller of the Currency* (OCC) dalam Riswandi (2005:30), ditemukan beberapa kategori resiko dalam layanan *internet banking*, yaitu:

- a. Resiko Kredit (*Credit risk*)
Adalah resiko terhadap pendapatan atau modal yang timbul dari kegagalan obligor untuk menyepakati setiap kontrak dengan bank atau sebaliknya untuk performan yang disetujui.

- b. Resiko Suku bunga (*Interest rate risk*)
Adalah resiko terhadap pendapatan atau modal yang timbul dari pergerakan dalam suku bunga.
- c. Resiko Likuiditas (*Liquidity risk*)
Adalah resiko yang dihadapi oleh bank dalam rangka memenuhi kebutuhan likuiditasnya.
- d. Resiko Transaksi (*Transaction risk*)
Adalah resiko yang prospektif dan banyak berdampak pada pendapatan dan modal.
- e. Resiko Komplain (*Compliance risk*)
Adalah resiko yang berdampak pada pendapatan dan modal akibat adanya pelanggaran terhadap hukum, regulasi, atau standar etik.
- f. Resiko Reputasi (*Reputation risk*)
Adalah resiko yang merupakan sebagian besar dari prospek resiko yang berdampak pada pendapatan dan modal akibat adanya pendapat negatif dari publik.

4. Tipe Layanan *Internet Banking*

Sejalan dengan keberadaan layanan jasa perbankan dengan media elektronik, berikut ini merupakan tipe-tipe layanan jasa perbankan melalui media web menurut Riswandi (2005:35), yaitu:

- a. *Informational Web*
Tipe layanan jasa perbankan ini merupakan tingkat dasar. Dalam tipe ini, layanan jasa perbankan sudah melalui web, tetapi hanya menampilkan informasi saja.
- b. *Transactional Web*
Dalam tipe ini, memperbolehkan nasabah untuk melakukan pembelian barang dan jasa serta transaksi perbankan secara *online*.
- c. *Wireless*
Dalam tipe ini, mengizinkan bank untuk menawarkan kepada nasabah tradisional mengenai produk dan jasa baru dengan cara pengembangan

channel yang lain melalui *wireless device*, seperti telepon seluler, pager, dan *personal digital assistants* yang mempunyai akses *wireless* pada bank.

d. *PC Banking*

Dalam tipe ini, memperbolehkan beberapa interaksi antara sistem bank dan nasabah. *PC Banking* ini menyediakan pengembangan channel secara tertutup melalui telepon, kadang-kadang sering disebut *home banking*.

5. Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan *Internet banking*

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *internet banking*, diantaranya dilakukan oleh Pikkarainen, Karjaluoto dan Pahlila (2004) tentang penerimaan konsumen terhadap *internet banking*, dikaji berdasarkan pada teori TAM, pada penelitian ini terdapat lima faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking*, yaitu:

a. Persepsi tentang kemudahan

Mudah untuk mengerjakan apa yang ingin dikerjakan pada *internet banking*, mudah menggunakan *internet banking*, interaksi dengan *internet banking* jelas dan mudah dimengerti, *internet banking* mudah dipelajari, mudah meningkatkan keterampilan dalam menggunakan *internet banking*, berinteraksi dengan *internet banking* bersifat fleksibel

b. Keamanan dan *privacy*

Teknologi yang digunakan *internet banking* dapat dipercaya, *internet banking* dapat menjaga *privacy*, *internet banking* dapat dipercaya sebagai bank, keuangan aman dengan *internet banking*, *internet banking* aman digunakan.

c. Persepsi tentang manfaat

Menggunakan *internet banking* meningkatkan efektivitas, menggunakan *internet banking* memudahkan dalam pemanfaatan jasa perbankan, menggunakan *internet banking* memungkinkan penggunaan jasa perbankan dengan lebih cepat, menggunakan *internet banking* meningkatkan produktivitas, menggunakan *internet banking* meningkatkan

performance, secara keseluruhan *internet banking* bermanfaat dalam penggunaan jasa perbankan.

d. Kuantitas informasi

Memperoleh informasi yang cukup tentang *internet banking*, memperoleh informasi yang cukup tentang manfaat *internet banking*..

e. Persepsi tentang kesenangan

Menggunakan *internet banking* menyenangkan, menggunakan *internet banking* merupakan kegiatan yang positif.

Hoppe, Newman dan Mugera (2001) dari Universitas Cape Town, Afrika Selatan juga mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Dalam penelitian tersebut Hoppe, Newman dan Mugera menyebutkan bahwa ada tiga variabel yang mempengaruhi nasabah menggunakan *internet banking*, yaitu:

a. Sikap

Merujuk kepada perasaan positif atau negatif atau sikap mental dari kesiapan, pembelajaran dan pengorganisasian melalui pengalaman yang menghasilkan pengaruh terhadap respon seseorang terhadap orang lain, obyek dan situasi.

b. Norma subyektif

Merujuk pada persepsi seseorang tentang pendapat kebanyakan orang yang dekat dengannya tentang harus atau tidaknya ia berkelakuan sesuai dengan pertanyaan.

c. Persepsi pengendalian perilaku

Merujuk pada faktor-faktor yang mendukung timbulnya perilaku yang khusus atau istimewa, dalam hal ini adalah persepsi nasabah terhadap penggunaan *internet banking*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius mengemukakan beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Dalam penelitian tersebut dikemukakan bahwa ada tujuh variabel yang mempengaruhi nasabah menggunakan *internet banking*, yaitu:

- a. Kemudahan penggunaan
Merujuk pada tampilan web site yang *user friendly* atau mudah dimengeti pengguna serta nasabah dapat memperoleh kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi elektronik (*e-transaction*).
- b. Keengganan Berubah
Merujuk pada kemauan nasabah untuk mengadopsi perkembangan teknologi yang ada serta seberapa tingkat keingintahuan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh *internet banking*.
- c. Kepercayaan dan hubungan
Merujuk pada pihak bank harus dapat diandalkan oleh nasabah, pihak bank harus dapat memberikan penjelasan atas pertanyaan dari nasabah, pihak bank harus memperlakukan nasabah secara profesional dan selayaknya dan pihak bank memiliki kebijakan dalam memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami nasabah.
- d. Biaya
Merujuk pada biaya yang harus dikeluarkan nasabah untuk memperoleh komputer dan biaya untuk melakukan sambungan *internet*
- e. Kemudahan akses
Merujuk pada nasabah agar dapat mengakses layanan *internet banking* dengan mudah serta menyenangkan dan nasabah dapat menggunakan *internet banking* dengan kecepatan sambungan yang memadai.
- f. Kesenangan
Merujuk pada keragaman layanan yang ditawarkan *internet banking* bagi nasabah, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan menyenangkan melalui *internet banking* dan melalui *internet banking* nasabah dapat melakukan penghematan waktu.
- g. Keamanan
Merujuk pada petunjuk penggunaan *Internet banking* harus jelas dan mudah dimengerti nasabah, melalui *internet banking* nasabah dapat melakukan transaksi secara aman dan nasabah harus memiliki pengalaman dalam menggunakan *internet*.

Berikut ini empat prinsip KlikBCA, yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan fasilitas tersebut (<http://www.klikBCA.com>), yaitu:

a. Mudah

Datang saja ke ATM BCA untuk registrasi *internet banking* dan akan mendapatkan user ID serta PIN *internet banking* yang dapat langsung digunakan untuk LOGIN ke klikBCA.

b. Praktis

Anda dapat langsung melakukan transaksi perbankan melalui *internet* tanpa mesti repot ke bank atau ATM BCA (kecuali untuk mengambil uang).

c. Aman

KlikBCA dilengkapi dengan *security* untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan data dan transaksi yang anda lakukan. Untuk menambah keamanan, KlikBCA juga dilengkapi dengan KeyBCA, yaitu alat pengaman tambahan untuk lebih mengamankan transaksi finansial di KlikBCA. Alat ini berfungsi untuk mengeluarkan password yang selalu berganti setiap kali anda melakukan transaksi finansial. Dengan demikian, keamanan anda bertransaksi akan makin terjaga.

d. Gampang Digunakan

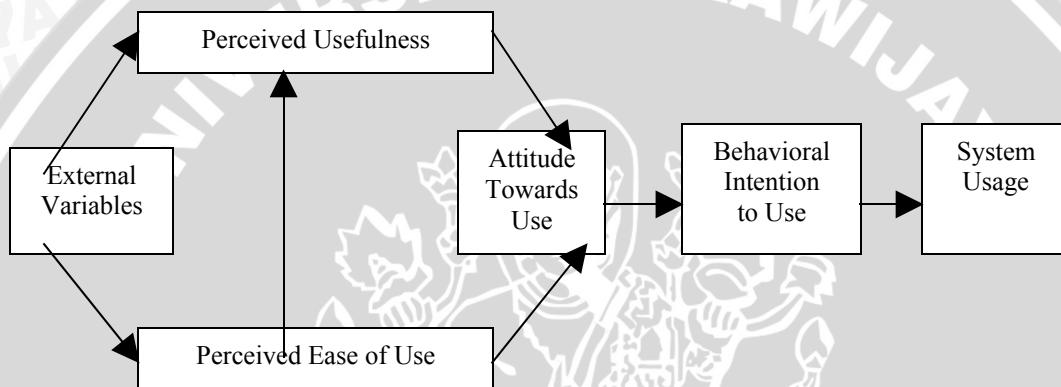
Layar KlikBCA dirancang seperti layar ATM BCA sehingga begitu mudah dan tidak perlu keterampilan khusus untuk menggunakannya.

Berdasarkan penelitian di atas, maka sesuai dengan empat prinsip KlikBCA yaitu Mudah, Praktis, Aman dan Gampang Digunakan maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, keengganan berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya, kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan merupakan beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

6. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas telah kita ketahui bahwa penggunaan *internet banking* terkait dengan persepsi manfaat dan kemudahan, oleh karena itu maka penggunaan *internet banking* dapat ditinjau

melalui sudut pandang *Technology Acceptance Model*. Davis dalam Alrafi, 2004 menyatakan bahwa Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada dasarnya digunakan untuk meneliti hubungan antara sikap, perilaku kepercayaan dan intensitas pada *user acceptance* terhadap teknologi informasi, di mana dua determinan utama dari TAM adalah *percieved usefulness* dan *percieved ease to use*. Maka, melalui kedua determinan tersebut dapat diukur sejauh mana tingkat *human-computer interaction* yang terjadi antara *user* dan sistem (komputer), sehingga terjadi interaksi yang baik antara *user* dan sistem. Seperti dijelaskan pada gambar berikut ini:



Gambar 4 : The Technology Acceptance Model
Sumber : Ma and Liu dalam Alrafi, 2005

Berdasarkan model di atas, dapat dijelaskan bahwa perilaku penggunaan sistem (*Actual System Use*) dipengaruhi oleh niat (*Behavioral Intention to Use*). Niat tersebut dipengaruhi oleh persepsi individu tentang manfaat (*Percieved Usefulness*) dan sikap terhadap sistem (*Attitude Towards Using*). Sikap terhadap sistem dipengaruhi oleh persepsi tentang manfaat (*Percieved Usefulness*), persepsi tentang kemudahan (*Percieved Ease Of Use*) dan faktor eksternal (*External Variable*). Faktor eksternal (*External Variable*) juga mempengaruhi persepsi tentang manfaat (*Percieved Usefulness*) dan persepsi tentang kemudahan (*Percieved Ease Of Use*).

Dapat disimpulkan bahwa *internet banking* dapat diterima dan digunakan oleh nasabah karena di dalamnya terdapat unsur yang terkait dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yaitu:

- a. Penggunaan *internet banking* memberikan manfaat bagi nasabah, karena dengan menggunakan *internet banking* memungkinkan penggunaan jasa perbankan dengan lebih cepat.
- b. Penggunaan *internet banking* memberikan kemudahan bagi nasabah, karena nasabah dapat memenuhi berbagai kebutuhannya hanya dengan satu kali klik saja.

D. Model Konsepsi dan Model Hipotesis

1. Model Konsepsi

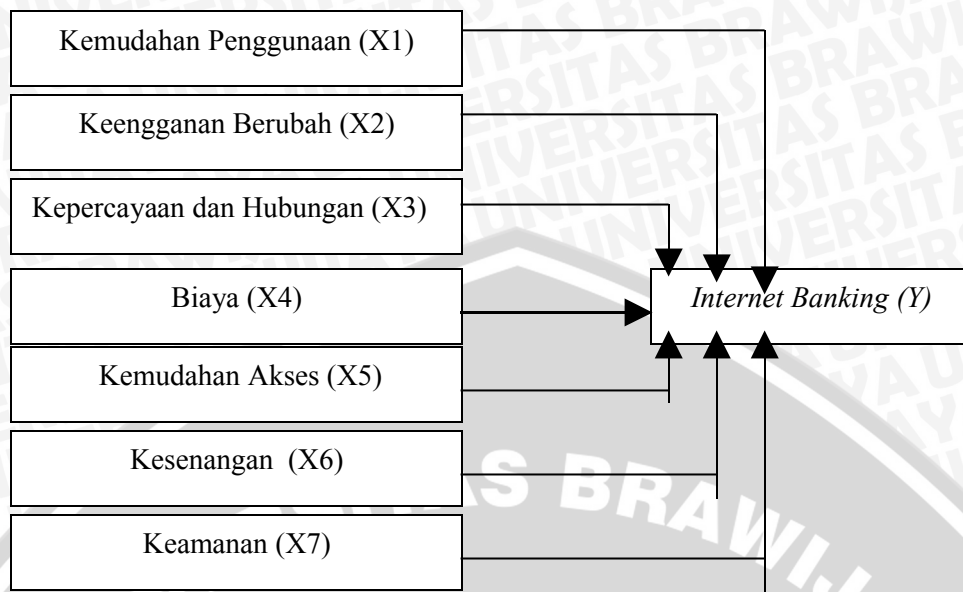
Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep Beberapa variabel yang mempengaruhi terhadap Penggunaan *Internet banking*. Adapun model konsepsi dalam penelitian ini adalah:



Gambar 5 : Model Konsepsi

2. Model Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya (Nazir, 2003:151). Suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih (Singarimbun, 1995:43). Hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proposisi yang dapat diuji secara empiris. Adapun model hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 6 : Model Hipotesis

Berdasarkan model hipotesis ini, maka dapat dinyatakan secara verbal sebagai berikut:

1. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap variabel *internet banking* (Y).
2. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel keengganan berubah (X2) terhadap variabel *internet banking* (Y).
3. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan dan hubungan (X3) terhadap variabel *internet banking* (Y).
4. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya (X4) terhadap variabel *internet banking* (Y).
5. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses (X5) terhadap variabel *internet banking* (Y).
6. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kesenangan (X6) terhadap variabel *internet banking* (Y).
7. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel keamanan (X7) terhadap variabel *internet banking* (Y).

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berusaha menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan, sekaligus memberikan penjelasan tentang variabel-variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*. Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Singarimbun (1995:5) yang menyatakan bahwa “Apabila untuk data yang sama peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa, maka penelitian tersebut tidak dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian penjelasan (*explanatory research*)”.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa penelitian *explanatory* dilakukan apabila peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis, atau dengan kata lain penelitian *explanatory* dimaksudkan untuk menguji hipotesis antara variabel-variabel yang dihipotesiskan, oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan dan pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bersumber dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Hoppe, Newman dan Muger (2001), yang meneliti tentang variabel-variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking* di Afrika Selatan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking* meliputi variabel sikap, norma subyektif dan persepsi pengendalian perilaku. Serta penelitian yang dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius mengemukakan beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*, yaitu kemudahan penggunaan, keengganan berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya, kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan.

Dalam penelitian ini, data dan informasi yang diperoleh dari responden dilakukan dengan metode kuisioner, menggunakan pendekatan kuantitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang terletak di Jl. MT.Haryono No.160 Malang. Lokasi ini dipilih untuk karena telah didukung oleh fasilitas *internet banking* dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dan untuk mengetahui seberapa besar tingkat penggunaan *internet banking* oleh nasabahnya.

C. Variabel dan Pengukurannya

1. Konsep

Definisi konsep yang dikemukakan oleh Nazir (2003:123) adalah “Konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat generalisasi terhadap sesuatu yang khas”. Adapun definisi konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsep Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Penggunaan *Internet banking*.

Berkenaan dengan variabel kemudahan penggunaan, keengganan berubah, kepercayaan dan hubungan, biaya, kemudahan akses, kesenangan, dan keamanan yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

- b. Konsep Penggunaan *Internet banking*.

Berkenaan penggunaan *internet banking* yang dilakukan oleh nasabah yang meliputi layanan *internet banking*, dan kriteria pemilihan layanan *internet banking*.

2. Variabel

Setelah konsep dirumuskan agar dapat diteliti dengan lebih tepat maka harus dioperasionalisasikan dengan menjabarkan menjadi variabel. Menurut Nazir (2003:123) “Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai”. Variabel-variabel tersebut dapat diklasifikasikan kedalam variabel bebas dan

variabel terikat. Variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel terikat yaitu variabel yang tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah kemudahan penggunaan (X1), keengganan berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), dan keamanan (X7), sedangkan variabel terikat adalah *internet banking* (Y). Berdasarkan latar belakang dan obyek penelitian yang digunakan, variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan penggunaan (X1)
- b. Keengganan berubah (X2)
- c. Kepercayaan dan hubungan (X3)
- d. Biaya (X4)
- e. Kemudahan akses (X5)
- f. Kesenangan (X6)
- g. Keamanan (X7)
- h. *Internet banking* (Y)

3. Definisi Operasional

Berdasarkan konsep dan variabel di atas, maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Konsep, Variabel, Indikator, dan Item Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator sebagai item
Beberapa variabel yang mempengaruhi penggunaan <i>internet banking</i>	Kemudahan Penggunaan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Web site yang <i>user friendly</i>. 2. Kemudahan melakukan <i>e-transaction</i>. 3. I-banking mudah dipelajari. 4. Mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada i-banking. 5. Interaksi pada i-banking jelas dan dapat dimengerti. 6. I-banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank. 7. Mudah meningkatkan keterampilan menggunakan i-banking
	Keengganan Berubah (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi. 2. Nasabah memiliki perhatian terhadap layanan. 3. Sikap nasabah terhadap perubahan.

	Kepercayaan dan Hubungan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan dari bank. 2. Respon bank atas pertanyaan 3. Perlakuan yang profesional dan etis. 4. Kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian.
	Biaya (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer. 2. Mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi <i>internet</i>. 3. Biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan <i>i-banking</i>. 4. Biaya abonemen <i>internet</i> tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari <i>i-banking</i>.
	Kemudahan Akses (X5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan akses layanan. 2. Kecepatan koneksi. 3. Kemudahan akses <i>internet</i>.
	Kesenangan (X6)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman layanan yang ditawarkan. 2. Cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan. 3. Tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui <i>i-banking</i>.
	Keamanan (X7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti. 2. Bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui <i>internet</i>. 3. Pengalaman yang cukup dalam penggunaan <i>internet</i>.
Penggunaan <i>internet banking</i>	<i>Internet banking</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan <i>internet banking</i> 2. Kriteria pemilihan layanan <i>internet banking</i>.

Penjelasan lebih lanjut dari variabel-variabel tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Kemudahan penggunaan

Merujuk pada tampilan web site yang *user friendly* atau mudah dimengerti pengguna serta nasabah dapat memperoleh kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi elektronik (*e-transaction*), *internet banking* mudah dipelajari, mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada *internet banking*, interaksi pada *internet banking* jelas dan dapat dimengerti, *internet*

banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank, mudah meningkatkan keterampilan menggunakan *internet banking*.

b. Keengganan berubah

Merujuk pada keinginan nasabah untuk mengadopsi perkembangan teknologi yang ada, nasabah memiliki perhatian terhadap layanan yang ditawarkan oleh *internet banking*, dan sikap nasabah terhadap perubahan.

c. Kepercayaan dan hubungan

Merujuk pada pihak bank harus dapat diandalkan oleh nasabah, pihak bank harus dapat memberikan penjelasan atas pertanyaan dari nasabah, pihak bank harus memperlakukan nasabah secara profesional dan etis, serta pihak bank memiliki kebijakan dalam memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami nasabah.

d. Biaya

Merujuk pada biaya yang harus dikeluarkan nasabah untuk penggunaan komputer dan biaya untuk melakukan koneksi *internet*, biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan *internet banking*, biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari *internet banking*.

e. Kemudahan akses

Merujuk pada kenyamanan dan kemudahan nasabah dalam mengakses layanan *internet banking* dan nasabah dapat menggunakan *internet banking* dengan kecepatan sambungan yang memadai.

f. Kesenangan

Merujuk pada keragaman layanan yang ditawarkan *internet banking* bagi nasabah, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan menyenangkan dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui *internet banking*.

g. Keamanan

Merujuk pada petunjuk penggunaan *internet banking* yang jelas dan mudah dimengerti nasabah, penerapan sistem keamanan yang baik bagi nasabah dalam melakukan transaksi melalui *internet banking*, dan nasabah memiliki pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet*.

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Sugiyono (2007:93) menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur setiap sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Menurut Sugiyono (2007:93), setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:

- Skor 5 : Sangat setuju (SS)
- Skor 4 : Setuju (S)
- Skor 3 : Ragu-ragu (R)
- Skor 2 : Tidak setuju (TS)
- Skor 1 : Sangat tidak setuju (STS)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Singarimbun (1995:152) menyatakan bahwa “Populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari seluruh nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi (Nazir, 2003:271).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang menggunakan layanan *internet banking*.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dari populasi menggunakan teknik *convenience sampling* (sampling kemudahan) atau sering juga disebut *accidental sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel secara spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat dijadikan sampel, dengan kata lain sampel dipilih karena ada di tempat dan waktu yang tepat (Somantri dan Muhidin 2006:82).

Untuk menentukan besarnya sampel menggunakan Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber: Umar (2007:78)

Keterangan :

n = Ukuran sampel

e = Prosentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10%).

N = Ukuran populasi

Diketahui bahwa jumlah nasabah PT.Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang menggunakan *internet banking* berjumlah 945 nasabah, dengan $e = 10\%$, maka jumlah sampel yang akan diambil berjumlah 90,43062201 dengan pembulatan yaitu 91 responden yang akan dijadikan sampel penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

a. Kuisisioner

Metode ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian berupa kuisisioner kepada para nasabah yang terpilih sebagai sampel penelitian. Tiap kuisisioner memuat pertanyaan yang bersifat tertutup dengan alternatif jawaban berskala 5.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan secara langsung pada pimpinan organisasi tempat penelitian, berkaitan dengan pengimplementasian *internet banking* pada organisasi tersebut. Dalam wawancara ini digunakan pedoman wawancara agar pembicaraan lebih sistematis.

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan keterangan-keterangan yang dapat diperoleh dari dokumen yang dimiliki organisasi.

2. Sumber Data

Menurut Arikunto (1998:114) sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden.

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Adalah data langsung yang diperoleh di lokasi penelitian melalui penyebaran kuisioner pada nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang menggunakan layanan *internet banking*

b. Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh berasal dari PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang, yaitu data gambaran umum lokasi penelitian dan data yang berkaitan dengan jumlah nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang menggunakan layanan *internet banking*

3. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (1998:137), instrumen merupakan alat pada waktu peneliti menggunakan suatu metode. Berdasarkan metode pengumpulan data yang digunakan, maka instrumen penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pedoman daftar pertanyaan kuisioner
2. Pedoman wawancara

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Agar data yang dikumpulkan memiliki kualitas yang tinggi untuk menguji ketepatan hipotesis yang disusun, maka kuisisioner harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Sedangkan kuisisioner dikatakan reliabel (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian validitas dan reliabilitas merupakan proses pengujian butir-butir pertanyaan yang ada di dalam sebuah kuisisioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut valid dan reliabel. Apabila terdapat butir-butir yang tidak valid dan reliabel, maka butir-butir tersebut dibuang dan diganti dengan pertanyaan yang lain.

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (1998:160), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Suatu item atau sekelompok item tidak dapat dipandang memiliki validitas jika item-item itu tidak menunjukkan korelasi yang sejajar dengan keseluruhan item.

Menurut Sugiyono (2001:115), tolak ukur dari uji validitas adalah jika koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih. Dan probabilitas koefisien korelasi 0,05 atau $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka suatu item akan dinyatakan valid. (Sugiyono 2001:185). Uji statistik yang digunakan adalah rumus koefisien korelasi Product Moment, sebagai berikut:

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

Sumber: Arikunto (1998:256)

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi

N = Banyaknya sampel

X = Variabel yang mempengaruhi (variabel bebas)

Y = Variabel yang dipengaruhi (variabel terikat)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai suatu alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1998:170). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keterandalan dari instrumen kuisioner yang telah digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus Alpha Cronbach.

Malhotra (2002:293), menyatakan bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel (andal) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih, sehingga apabila $\alpha \geq 0,6$ berarti item tersebut dapat dikatakan reliabel.

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \right\}$$

Sumber: Arikunto (1998:193)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

3. Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.0 for Windows. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

a. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

Tabel 2
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X1.1-X1	0,728	0,000	Valid
2	X1.2-X1	0,669	0,000	Valid
3	X1.3-X1	0,937	0,000	Valid
4	X1.4-X1	0,668	0,000	Valid
5	X1.5-X1	0,747	0,000	Valid
6	X1.6-X1	0,935	0,000	Valid
7	X1.7-X1	0,934	0,000	Valid
Alpha : 0,912				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

- X1.1 : Web site yang *user friendly*.
 X1.2 : Mudah melakukan *e-transaction*.
 X1.3 : Mudah dipelajari.
 X1.4 : Mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada i-banking.
 X1.5 : Interaksi pada i-banking jelas dan dapat dimengerti.
 X1.6 : I-banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank.
 X1.7 : Mudah meningkatkan keterampilan menggunakan i-banking.
 X1 : Kemudahan penggunaan.

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,912 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

b. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keengganan Berubah (X2)

Tabel 3
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keengganan Berubah

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X2.1-X2	0,836	0,000	Valid
2	X2.2-X2	0,765	0,000	Valid
3	X2.3-X2	0,833	0,000	Valid
Alpha		: 0,740		
Kesimpulan		: Reliabel		

Keterangan :

- X2.1 : Nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi.
- X2.2 : Nasabah memiliki perhatian terhadap layanan
- X2.3 : Sikap nasabah terhadap perubahan.
- X2 : Keengganan berubah

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,740 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

c. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)

Tabel 4
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan dan Hubungan

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X3.1-X3	0,872	0,000	Valid
2	X3.2-X3	0,832	0,000	Valid
3	X3.3-X3	0,850	0,000	Valid
4	X3.4-X3	0,787	0,000	Valid
Alpha		: 0,855		
Kesimpulan		: Reliabel		

Keterangan :

- X3.1 : Keandalan dari bank
- X3.2 : Respon bank atas pertanyaan
- X3.3 : Perlakuan yang profesional dan etis
- X3.4 : Kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian
- X3 : Kepercayaan dan Hubungan

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,855 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

d. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Biaya (X4)

Tabel 5
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Biaya

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X4.1-X4	0,807	0,000	Valid
2	X4.2-X4	0,757	0,000	Valid
3	X4.3-X4	0,783	0,000	Valid
4	X4.4-X4	0,862	0,000	Valid
Alpha : 0,822				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

- X4.1 : Mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer
- X4.2 : Mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi *internet*
- X4.3 : Biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan i-banking
- X4.4 : Biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari i-banking
- X4 : Biaya

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,822 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

e. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X5)

Tabel 6
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Kemudahan Akses

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X5.1-X5	0,878	0,000	Valid
2	X5.2-X5	0,834	0,000	Valid
3	X5.3-X5	0,945	0,000	Valid
Alpha : 0,878				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

X5.1 : Kenyamanan akses layanan

X5.2 : Kecepatan koneksi

X5.3 : Kemudahan akses *internet*

X5 : Kemudahan Akses

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,878 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

f. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kesenangan (X6)

Tabel 7
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Kesenangan

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X6.1-X6	0,838	0,000	Valid
2	X6.2-X6	0,818	0,000	Valid
3	X6.3-X6	0,904	0,000	Valid
Alpha : 0,823				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

X6.1 : Keragaman layanan yang ditawarkan

X6.2 : Cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan

X6.3 : Tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui i-banking

X6 : Kesenangan

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,823 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

g. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X7)

Tabel 8
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Keamanan

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X7.1-X7	0,875	0,000	Valid
2	X7.2-X7	0,860	0,000	Valid
3	X7.3-X7	0,809	0,000	Valid
Alpha : 0,805				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

- X7.1 : Petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti.
 X7.2 : Bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui *internet*.
 X7.3 : Pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet*.
 X7 : Keamanan

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,805 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

h. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Internet banking* (Y)

Tabel 9
Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Penggunaan *Internet banking*

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	Y1-Y	0,735	0,000	Valid
2	Y2-Y	0,760	0,000	Valid
3	Y3-Y	0,677	0,000	Valid
4	Y4-Y	0,636	0,000	Valid
5	Y5-Y	0,796	0,000	Valid
6	Y6-Y	0,885	0,000	Valid
7	Y7-Y	0,823	0,000	Valid
8	Y8-Y	0,891	0,000	Valid
9	Y9-Y	0,926	0,000	Valid
10	Y10-Y	0,719	0,000	Valid
11	Y11-Y	0,647	0,000	Valid
12	Y12-Y	0,635	0,000	Valid
13	Y13-Y	0,688	0,000	Valid
14	Y14-Y	0,812	0,000	Valid
15	Y15-Y	0,900	0,000	Valid
Alpha : 0,949				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

- Y1 : Nasabah menggunakan i-banking untuk memperoleh informasi rekening
- Y2 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pembayaran tagihan secara elektronik
- Y3 : Nasabah menggunakan i-banking untuk transfer dana
- Y4 : Nasabah menggunakan i-banking untuk melihat ringkasan laporan transaksi perbankan
- Y5 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pembatalan cek
- Y6 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan permohonan buku cek
- Y7 : Nasabah menggunakan i-banking untuk analisis dan perencanaan keuangan
- Y8 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan pinjaman
- Y9 : Nasabah menggunakan i-banking untuk mengetahui perdagangan saham
- Y10 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan reputasi bank
- Y11 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan keragaman layanan yang ditawarkan oleh bank
- Y12 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan familiaritas dengan bank tertentu
- Y13 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan tingkat ukuran bank.
- Y14 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak lokal

- Y15 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak asing
Y : Penggunaan i-banking

Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, didapatkan koefisien korelasi alpha sebesar 0,949 dan dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

G. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam penelitian ilmiah, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Dalam penelitian ini digunakan analisis data dengan tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2007:147). Data-data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dan ditabulasi dalam tabel, setelah itu dilakukan secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, baik dalam responden maupun dalam angka prosentase yang dituangkan dalam diagram.

2. Analisis Inferensial

Menurut Somantri dan Muhidin (2006:19), Analisis ini membahas mengenai cara menganalisis data serta mengambil kesimpulan (berkaitan dengan estimasi parameter dan pengujian hipotesis). Metode ini berkaitan dengan analisis sebagian data sampai ke peramalan atau penarikan kesimpulan mengenai keseluruhan data yang ditarik berdasarkan pada informasi dari sebagian data saja (sampel). Dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda dan parsial, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik terhadap persamaan regresi yang akan

digunakan dalam penelitian. Adapun uji asumsi klasik yang akan dilakukan meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut Somantri dan Muhidin (2006:289), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data. Untuk mengetahui normalitas data, dapat digunakan pengujian kurva normal *P-P Plots* dengan ketentuan jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal (Sujipto, 2007:81).

2. Uji Autokorelasi

Menurut Umar (2007:144), uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk menguji adanya autokorelasi, digunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan rumus:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Sumber: Umar (2007:146)

Dengan ketentuan apabila angka DW dibawah -2 , maka terdapat autokorelasi positif, jika angka DW diantara -2 dan $+2$, maka tidak terdapat autokorelasi, dan jika angka DW di atas $+2$, maka terdapat autokorelasi negatif.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut Umar (2007:141), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi relatif tinggi pada variabel-variabel bebasnya (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat problem multikolinearitas, untuk mengetahuinya dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka regresi tidak terdapat problem multikolinearitas (Sujipto 2007:73).

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sudarmanto (2005:147), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah variasi residual absolut sama atau tidak untuk semua pengamatan. Untuk menguji adanya heteroskedastisitas digunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman, dengan mengkorelasikan semua variabel bebas dengan absolut residual. Apabila nilai probabilitas (koefisien signifikansi) lebih dari alpha (α) yang ditetapkan, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada pengamatan tersebut.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan regresi linier di mana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) (Hasan 2002:117). Yang ditunjukkan oleh koefisien regresi berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Sumber: Sugiyono (2001:211)

Keterangan :

- Y = Variabel terikat
 X_1, X_2, \dots, X_n = Variabel bebas
 a = Intersep atau konstanta
 b_1, b_2, \dots, b_n = Koefisien regresi

Untuk menguji apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan memberikan kontribusi untuk memprediksi variabel terikat

, digunakan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{SS_R/k}{SS_E/(n(k-1))}$$

Sumber: Malhotra (2002:555)

Keterangan :

SS_R = *Regression sum of square*

k = *Degrees of freedom*

SS_E = *Error sum of square*

$n-k-1$ = *Degrees of freedom*

Kriteria pengambilan keputusan :

a. Apabila probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima.

b. Apabila probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

Apabila F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak. Jika H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya variabel-variabel bebas yang diuji secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk analisis regresi dengan lebih dari dua variabel digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi. Jadi, untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan *Adjusted R Square* sebagai petunjuk.

c. Analisis Regresi Parsial

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, selanjutnya untuk mengetahui variabel bebas manakah yang paling berpengaruh (dominan) diantara variabel-variabel bebas lainnya (Kutner 2004:263). Dapat ditunjukkan oleh koefisien regresi sebagai berikut:

$$t_0 = \frac{b_i - B_i}{Sb_i}, i = 1, 2, 3...$$

Sumber: Hasan (2002:126)

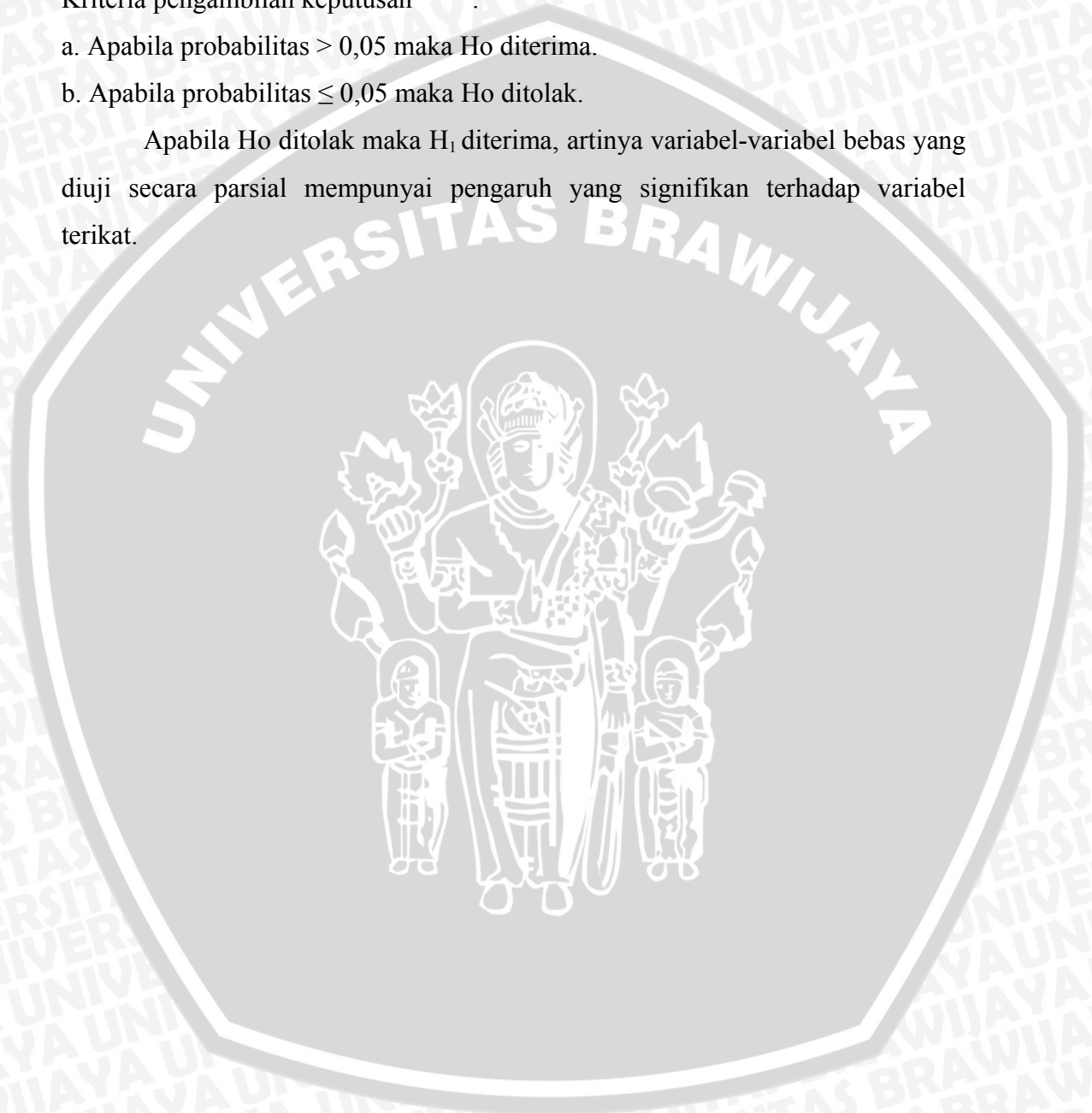
Keterangan :

- b_i = Nilai koefisien regresi
 B_i = Nilai koefisien regresi untuk populasi
 S_{b_i} = Kesalahan baku koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan :

- Apabila probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- Apabila probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

Apabila H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya variabel-variabel bebas yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pendirian PT. Bank Central Asia, Tbk (selanjutnya disebut BCA) diawali dari pendirian NV Semarang Unitting Factory yang didirikan pada tanggal 10 Agustus 1955, bagi perusahaan tekstil yang surplus dimasukkan dalam NV Central Bank Asia pada 13 Februari 1957. Pada tanggal 21 Februari 1957, di pusat perniagaan Jakarta resmi didirikan sebuah perusahaan yang pada tanggal 18 Maret 1960 diberi nama PT. Bank Central Asia.

Krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 berdampak luar biasa pada keseluruhan sistem perbankan di Indonesia. Namun, kondisi ini mempengaruhi aliran dana tunai ke BCA dan bahkan mengancam keberadaannya, karena nasabah menjadi panik lalu beramai-ramai menarik dana mereka. Sebagai akibat dari keadaan tersebut maka BCA terpaksa meminta bantuan dari pemerintah Indonesia, lalu Badan Penyehatan Perbankan (BPPN) mengambil alih BCA pada tahun 1998. Berkat kebijakan bisnis dan pengambilan keputusan yang arif, maka BCA berhasil pulih kembali pada tahun yang sama. Pada bulan Desember 1998, dana pihak ketiga telah kembali ke tingkat sebelum krisis, aset BCA telah mencapai Rp.67,93 trilyun padahal di bulan Desember 1997 hanya Rp. 53,36 trilyun. Kepercayaan masyarakat pada BCA telah pulih sepenuhnya dan BCA diserahkan kembali oleh Bank Indonesia pada tahun 2000.

BCA kemudian mengambil langkah besar dengan menjadi perusahaan publik. Penawaran saham perdana berlangsung pada tahun 2000, dengan menjual saham sebesar 22,55% yang berasal dari divestasi BPPN. Setelah penawaran saham perdana dilakukan, BPPN masih menguasai 70,30% dari seluruh saham BCA, penawaran saham kedua dilakukan pada bulan Juni dan Juli 2001 dengan BPPN mendivestasikan 10% dari saham miliknya di BCA.

Pada tahun 2002, IBRA melepas 51% dari sahamnya di BCA melalui tender penempatan privat yang strategis. Farindo Investment, Ltd yang berbasis di Mauritius, memenangkan tender tersebut. Saat ini, BCA terus memperkuat tradisi tata kelola yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan resiko secara baik dan komitmen pada nasabahnya, baik sebagai bank transaksional

2. Lokasi Perusahaan

Perusahaan yang menjadi tempat penelitian adalah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang, yang beralamat di Jl. MT.Haryono No.160 Malang.

3. Visi dan Misi Perusahaan

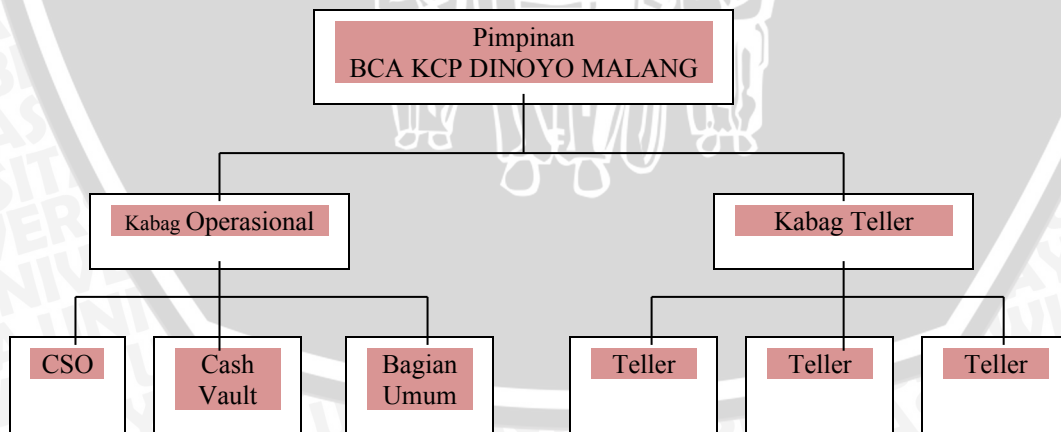
a. Visi :

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

b. Misi :

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai francais dan stakeholder BCA.

4. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 7 : Struktur Organisasi PT. BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang

Sumber : PT. BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang , 2008

5. Uraian Jabatan Perusahaan

1. Pimpinan PT.BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang

Bertanggung jawab kepada Pimpinan Kantor Cabang Utama Malang atau Kanwil VII Malang. Mempunyai wewenang:

- a. Dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan kegiatan bank baik di KCU maupun KCP.
- b. Bertanggung jawab sekaligus mengawasi segala kegiatan perbankan di KCU maupun KCP.
- c. Bertanggung jawab terhadap kelangsungan usaha bank yang dipimpinnya.

2. Kepala Bagian Operasional

Bertanggung jawab kepada Pimpinan Cabang Pembantu. Mempunyai wewenang:

- a. Memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya terhadap seluruh jalannya kegiatan administrasi operasional pada KCP.
- b. Mendukung jalannya layanan dan membawahi CSO, bagian umum dan cash vault.
- c. Memberikan override atas transaksi yang melebihi limit teller/head teller/koreksi.

3. Kepala Bagian Teller

Bertanggung jawab kepada Pimpinan Cabang Pembantu. Mempunyai wewenang:

- a. Memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya atas seluruh jalannya transaksi yang ditangani oleh teller, serta mengkoordinasikan kegiatan di front office yang menghubungkan dengan back office.
- b. Memberikan:
 1. Override atas transaksi yang melebihi limit teller/head teller/koreksi.
 2. Solusi bila terjadi masalah di counter dan selisih pada saat teller melakukan balancing akhir hari teller.

- c. Melakukan:
 1. Verifikasi dan pencocokan atas balancing akhir hari teller.
 2. 'Stock opname' terhadap uang tunai teller di cash box.
 3. Balancing cabang.
- d. Melaporkan transaksi valas kepada Kepala Bagian Pendukung Operasi.
- e. Memonitor penyelesaian pos-pos terbuka/selisih yang belum dapat diselesaikan dan memeriksa semua laporan yang diterima.
- f. Memastikan bahwa seluruh teller telah menyerahkan seluruh dokumen balancing akhir hari teller yang akan diberikan kepada pejabat yang melakukan balancing cabang.

4. Customer Service Officer (CSO)

Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pendukung Operasi.

Mempunyai wewenang:

- a. Melaksanakan kegiatan administrasi operasi dan non financial untuk pelayanan nasabah berupa:
 1. Melayani pertanyaan saldo dan mutasi rekening nasabah serta kiriman uang masuk dan hasil inkaso per telepon.
 2. Pembukaan atau penutupan rekening.
 3. Perubahan data nasabah atau data rekening.
 4. Pendaftaran buku warkat setelah resi kembali.
 5. Pemberian atau pencabutan status (blokir, jaminan, non aktif, surat peringatan, black list, dll).
 6. Verifikasi bilyet deposito dengan copy bilyet untuk pencairan nominal.
- b. Memproses:
 1. Pungutan dan membayar pajak atas rekening giro Rp/valas, tabungan, deposito Rp/valas, dan melaporkan ke KCU.
 2. Permintaan buku cek/BG, counter cek.
 3. Pengajuan permohonan kepemilikan kartu kredit.
- c. Membuat:
 1. Berita acara atas pemusnahan surat berharga.

2. Duplikasi/foto copy atas dokumen yang harus dibuat duplikasinya.
 3. Mengarsip seluruh dokumen atau laporan.
5. Teller

Bertanggung jawab kepada Kabag Teller. Mempunyai wewenang:

- a. Mendukung jalannya operasional dan melaksanakan kelanjutan proses dari front office serta melakukan seluruh kegiatan administrasi operasional berupa:
 1. Melayani semua transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, antara lain setoran, penarikan, transfer (kiriman uang, kliring) serta memeriksa hasil validasinya.
 2. Memproses pembayaran bunga deposito secara tunai.
 - b. Melaksanakan balancing akhir hari teller atas seluruh transaksi yang terjadi pada hari itu dan prosedur tutup teller.
 - c. Membukukan seluruh transaksi yang belum terintegrasi atau manual.
 - d. Meneliti penyebab selisih dan menyelesaikan sesuai ketentuan.
6. Cash Vault/Staf. Administrasi khazanah

Bertanggung jawab kepada Kabag. Operasional. Mempunyai wewenang:

- a. Mengelola khazanah.
 - b. Melakukan penyetoran dan pengambilan tunai ke atau dari KCU.
 - c. Melayani penyetoran dan pengambilan uang tunai dari atau ke teller.
 - d. Menentukan uang tunai yang ada di dalam khazanah.
 - e. Mengisi mesin ATM.
7. Bagian umum

Termasuk di dalamnya bagian keamanan (satpam), petugas kebersihan (cleaning service) dan pembantu umum (office boy).

6. Produk dan Layanan Perusahaan

PT. BCA, Tbk dalam pengembangan produk dan layanan yang ditawarkan selalu mementingkan kebutuhan nasabah yang selalu berubah mengikuti perkembangan teknologi yang ada, nasabah menuntut segala kemudahan dan jaminan keamanan atas transaksi yang dilakukannya. Untuk memenuhi kebutuhan

nasabah, maka PT. BCA, Tbk berusaha menyempurnakan setiap produk dan layanannya dengan menambahkan berbagai fasilitas baru agar kenyamanan nasabah dalam bertransaksi tetap terjaga.

Saat ini, produk dan layanan tersedia bagi kepentingan nasabah individu dan bisnis. Untuk kepentingan nasabah individu tersedia fasilitas *Internet banking* (KlikBCA individu), Mobile Banking (m-BCA), Phone Banking, ATM, Kredit Kendaraan Bermotor, Kredit Pemilikan Rumah dan lain sebagainya. Sedangkan untuk kepentingan bisnis tersedia fasilitas *Internet banking* (KlikBCA bisnis), Kredit Modal Kerja, dan lain sebagainya. Berikut ini adalah beberapa produk dan layanan PT. BCA, Tbk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Tabel 10
Produk dan Layanan BCA

Jenis	Produk dan Layanan
Simpanan	Tahapan Tahapan Gold Tapres Deposito Berjangka BCA Dollar BCA Ekstra
Bancassurance	Provisa Platinum Pro Servis Mediasave Plus
Kartu Kredit	BCA Card BCA MasterCard BCA VISA BCA JCB AstraWorld BCA Card
Perbankan Elektronik	ATM BCA (multifungsi, non tunai dan setoran tunai) Debit BCA Tunai BCA Flazz dan GazCard Self Service Passbook Printer (SSPP) EDCBIZZ <i>Internet banking</i> (KlikBCA individu dan KlikBCA bisnis)

	<p>Mobile Banking (m-BCA)</p> <p>Call Center (Halo BCA)</p> <p>Phone Banking (BCA by Phone Business dan BCA by Phone Priority)</p> <p>SMS Top Up</p> <p>SMS Push Notification</p>
<p>Layanan Transaksi Perbankan</p>	<p>Safe Deposit Box</p> <p>Transfer</p> <p>Remittance</p> <p>Collection and Clearing</p> <p>Bank Notes</p> <p>Traveller's Cheque</p> <p>Virtual Account</p> <p>Open Payment</p> <p>Auto Debit</p> <p>Payroll Service</p>
<p>Fasilitas Kredit</p>	<p>Kredit Pemilikan Rumah</p> <p>Kredit Kendaraan Bermotor</p> <p>Kredit Modal Kerja</p> <p>Kredit Sindikasi</p> <p>Kredit Ekspor</p> <p>Trust Receipt</p> <p>Kredit Investasi</p>
<p>Bank Garansi</p>	<p>Bid Bond</p> <p>Performance Bond</p> <p>Advance Payment Bond</p> <p>Pusat Pengelolaan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM)</p>
<p>Fasilitas Ekspor dan Impor</p>	<p>Letter of Credit (L/C)</p> <p>Negotiation</p> <p>Bankers Acceptance</p> <p>Bills Discounting</p> <p>Documentary Collections</p>
<p>Fasilitas Valuta Asing</p>	<p>Spot</p> <p>Forward</p> <p>Swap</p> <p>Produk Derivatif lainnya</p>

Sumber: PT. BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang, 2008

7. Sumber Daya Manusia

Perkembangan jumlah Karyawan PT. BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang saat ini adalah:

a. Staff	: 11 Orang
b. Cleaning service	: 2 Orang
c. Office Boy	: 1 Orang
d. Driver	: 1 Orang
e. Satpam	: 2 Orang
Total	: 18 Orang

8. Jam Kerja

PT. BCA Cabang Dinoyo-Malang menerapkan sistem lima hari kerja, Senin sampai Jum'at sementara Sabtu dan Minggu libur. Untuk pengaturan jam kerja ditetapkan sebagai berikut:

1. Jam Kerja : 08.00-17.00
2. Jam Pelayanan nasabah : 08.00-14.30
3. Istirahat : +/- 1 Jam

B. Internet Banking BCA (KlikBCA)

PT. BCA, Tbk menawarkan produk perbankan elektronik berupa KlikBCA, yang memberikan anda kemudahan untuk melakukan transaksi perbankan melalui komputer dan jaringan *internet*. KlikBCA adalah layanan perbankan yang mudah, praktis, aman dan gampang digunakan. Mudah: Datang saja ke ATM BCA untuk registrasi *internet banking* dan akan mendapatkan user ID serta PIN *internet banking* yang dapat langsung digunakan untuk LOGIN ke klikBCA, Praktis: Anda dapat langsung melakukan transaksi perbankan melalui *internet* tanpa mesti repot ke bank atau ATM BCA (kecuali untuk mengambil uang), Aman: KlikBCA dilengkapi dengan security untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan data dan transaksi yang anda lakukan. Untuk menambah keamanan, KlikBCA juga dilengkapi dengan KeyBCA, yaitu alat pengaman tambahan untuk lebih mengamankan transaksi finansial di KlikBCA. Alat ini

berfungsi untuk mengeluarkan password yang selalu berganti setiap kali anda melakukan transaksi finansial. Dengan demikian, keamanan anda bertransaksi akan makin terjaga, dan Gampang Digunakan: Layar KlikBCA dirancang seperti layar ATM BCA sehingga begitu mudah dan tidak perlu keterampilan khusus untuk menggunakannya.

1. Situs PT. BCA, Tbk

Pada gambar 8 berikut ini dapat dilihat gambar situs PT. BCA, Tbk yang menampilkan berbagai fasilitas yang dapat diakses oleh nasabah meliputi berbagai produk dan layanan yang ditawarkan agar kenyamanan nasabah dalam bertransaksi tetap terjaga.



Gambar 8 : Situs PT. BCA, Tbk

Sumber : www.klikBCA.com, 2008

2. Registrasi KlikBCA

Pendaftaran KlikBCA dapat dilakukan dengan cara:

- a. Setiap nasabah yang menyimpan dana di BCA dan mempunyai kartu yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi perbankan di ATM BCA berhak untuk menikmati fasilitas *internet banking* BCA.
- b. Untuk dapat menggunakan fasilitas *internet banking* BCA, nasabah harus memiliki identitas pengguna yaitu user ID dan nomor identifikasi pribadi yaitu PIN yang diperoleh pada saat nasabah melakukan registrasi di mesin ATM BCA.
- c. Nasabah juga dapat melakukan registrasi fasilitas *internet banking* BCA di Customer Service kantor cabang BCA, User ID akan dikirimkan melalui e-mail yang didaftarkan pada saat registrasi dan PIN yang digunakan pertama kali adalah PIN Kartu ATM BCA.

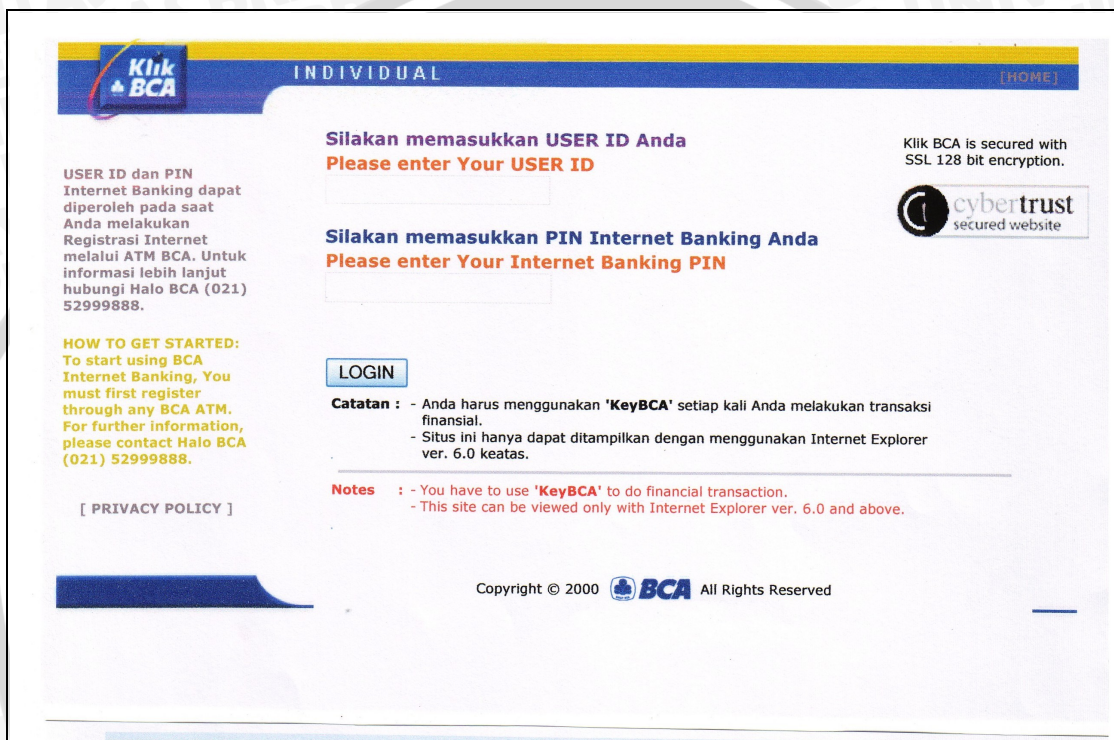
3. Transaksi Menggunakan KlikBCA

- a. Untuk melakukan transaksi dengan *internet banking* BCA, nasabah harus memiliki KeyBCA.
- b. Nasabah harus mengisi semua data yang dibutuhkan untuk setiap transaksi secara benar dan lengkap.
- c. Pada setiap transaksi finansial, sistem akan selalu melakukan konfirmasi terhadap data yang diinput nasabah dan nasabah mempunyai kesempatan untuk membatalkan data tersebut dengan menekan tombol 'cancel' atau 'batal'.
- d. Nasabah selain menginput User ID dan PIN wajib pula menginput angka yang dihasilkan dari KeyBCA sebagai tanda persetujuan atas instruksi transaksi finansial.
- e. Setiap informasi yang mendapat konfirmasi 'submit' atau 'kirim' dari nasabah yang tersimpan dalam pusat data BCA merupakan data yang benar yang diterima sebagai bukti atas instruksi dari nasabah kepada BCA untuk melakukan transaksi yang dimaksud, kecuali nasabah dapat membuktikan sebaliknya.
- f. BCA menerima dan menjalankan setiap instruksi dari nasabah sebagai instruksi yang sah berdasarkan penggunaan User ID, PIN dan KeyBCA dan untuk itu BCA tidak mempunyai kewajiban untuk meneliti atau

menyelidiki keaslian maupun keabsahan atau kewenangan pengguna User ID, PIN dan KeyBCA atau menilai maupun membuktikan ketepatan maupun kelengkapan instruksi dimaksud, dan oleh karena itu instruksi tersebut sah mengikat nasabah dengan sebagaimana mestinya, kecuali nasabah dapat membuktikan sebaliknya.

- g. Untuk transaksi dengan tanggal efektif hari ini, nasabah tidak dapat membatalkan semua transaksi yang telah diotorisasi oleh nasabah dengan menggunakan KeyBCA dan mendapat konfirmasi 'kirim' atau 'submit' dari nasabah, karena dalam waktu yang sama BCA langsung memproses instruksi tersebut.
- h. Untuk transaksi dengan tanggal hari yang akan datang atau transaksi berkala, nasabah masih dapat membatalkan transaksi tersebut dengan mengotorisasi pembatalan menggunakan KeyBCA selambat-lambatnya pada 1 (satu) hari sebelum tanggal efektif/ jatuh tempo transaksi yang bersangkutan.
- i. Untuk transaksi dengan tipe tanggal hari yang akan datang atau transaksi berkala, transaksi akan diproses setiap awal hari. Dalam transaksi berkala, bila tanggal kadaluarsa jatuh pada tanggal yang sama dengan tanggal efektif berkala yang ditentukan, maka transaksi tersebut tidak akan diproses pada hari tersebut.
- j. Untuk transaksi transfer dana ke rekening bank lain dalam negeri, jika tanggal efektif transaksi jatuh pada hari libur bank, maka transaksi akan diproses pada hari kerja bank berikutnya.
- k. Untuk transaksi transfer dana dalam mata uang berbeda menggunakan kurs Telegraphic Transfer (TT) yang berlaku di BCA.
- l. Untuk setiap instruksi dari nasabah atas transaksi yang berhasil dilakukan oleh BCA, nasabah akan mendapatkan bukti transfer berupa nomor referensi sebagai bukti transaksi berupa nomor referensi sebagai bukti transaksi tersebut telah dilakukan oleh BCA.
- m. Nasabah wajib memastikan bahwa saldo dalam rekening nasabah mencukupi sebelum instruksi transaksi dilaksanakan oleh BCA.

- n. BCA berhak untuk tidak melaksanakan instruksi dari nasabah, jika saldo nasabah di BCA tidak mencukupi.
- o. Nasabah wajib dan bertanggung jawab untuk memastikan ketepatan dan kelengkapan instruksi transaksi. BCA tidak bertanggung jawab terhadap segala akibat apapun yang timbul karena ketidaklengkapan, ketidakjelasan data atau ketidaktepatan instruksi dari nasabah.



Gambar 9 : Transaksi dengan KlikBCA
Sumber : www.klikBCA.com, 2008

4. Jenis Transaksi dengan KlikBCA

Transaksi yang dapat anda lakukan melalui ATM BCA dapat pula dilakukan melalui KlikBCA, kecuali penarikan tunai. Dengan begini, anda seperti memiliki ATM BCA pribadi pada PC anda. Berikut ini adalah transaksi yang dapat dilakukan melalui Klik BCA.

Tabel 11
Jenis Transaksi KlikBCA

Transaksi	Jenis Transaksi
Pembelian	Pulsa isi ulang Saham Tiket
Pembayaran	Kartu kredit <i>Internet</i> Telepon Handphone Pager Pendidikan
Transfer Dana	Transfer antar BCA (Real Time, berkala, tanggal tertentu) Transfer ke Domestik Bank Lain (Real Time, tanggal tertentu)
Informasi Rekening	Informasi saldo Mutasi rekening Tagihan BCA Card
Transaksi Histori	Untuk mengetahui transaksi yang telah berlalu
Administrasi	Ganti PIN Ubah bahasa Ganti alamat e-mail Hapus daftar pembayaran Registrasi KeyBCA Tambah koneksi KeyBCA Hapus koneksi KeyBCA Aktivasi KeyBCA Registrasi Informasi BCA Card Hapus Informasi BCA Card

Sumber: PT. BCA, Tbk Cabang Dinoyo-Malang, 2008

C. Gambaran Umum Responden

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 orang yang merupakan nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang yang menggunakan *internet banking* yang terbagi dalam beberapa bagian yang akan dijelaskan dalam gambaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

1. Distribusi Jenis Kelamin Responden

Distribusi jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	38	41,75
2	Perempuan	53	58,25
Jumlah		91	100

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel yaitu responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 38 orang dengan prosentase sebesar 41,75%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 53 orang dengan prosentase sebesar 58,25%. Dengan demikian jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan jenis kelamin perempuan.

2. Distribusi Usia Responden

Distribusi usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1	24-29	32	35,17
2	30-35	30	32,97
3	36-41	15	16,48
4	42-47	10	10,99
5	48-53	4	4,39
Jumlah		91	100

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel yaitu responden dengan usia 24-29 tahun berjumlah 32 orang dengan prosentase sebesar 35,17%, responden dengan usia 30-35 tahun berjumlah 30 orang dengan prosentase sebesar 32,97%, responden dengan usia 36-41 tahun berjumlah 15 orang dengan prosentase sebesar 16,48%, responden dengan usia 42-47 tahun berjumlah 10 orang dengan prosentase sebesar 10,99%, responden dengan usia 48-53 tahun berjumlah 4 orang dengan prosentase sebesar 4,39%. Dengan

demikian jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan usia 24-29 tahun.

3. Distribusi Pendidikan Terakhir Responden

Distribusi pendidikan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMU	5	5,49
4	Diploma	21	23,07
5	Sarjana	65	71,44
Jumlah		91	100

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Distribusi responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel yaitu tidak terdapat responden dengan pendidikan SD dan SMP, responden dengan pendidikan SMU berjumlah 5 orang dengan prosentase sebesar 5,49%, responden dengan pendidikan Diploma berjumlah 21 orang dengan prosentase sebesar 23,07%, responden dengan pendidikan sarjana berjumlah 65 orang dengan prosentase sebesar 71,44%. Dengan demikian jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan tingkat pendidikan sarjana.

4. Distribusi Pekerjaan Responden

Distribusi pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
1	Pegawai Negeri	10	10,99
2	Swasta	55	60,44
3	Wiraswasta	21	23,08
4	Mahasiswa	5	5,49

Jumlah	91	100
--------	----	-----

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Distribusi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel yaitu responden dengan pekerjaan pegawai negeri berjumlah 10 orang dengan prosentase sebesar 10,99%, responden dengan pekerjaan karyawan swasta berjumlah 55 orang dengan prosentase sebesar 60,44%, responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 21 orang dengan prosentase sebesar 23,08%, responden dengan pekerjaan mahasiswa berjumlah 5 orang dengan prosentase sebesar 5,49%. Dengan demikian jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta.

D. Distribusi Item

1. Variabel Bebas (X)

a. Distribusi Item Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

Distribusi item variabel kemudahan penggunaan (X1) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

No	Item (X1)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	46	50,5	45	49,5	4,49
2	X1.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	50	54,9	41	45,1	4,45
3	X1.3	0	0,0	13	14,3	0	0,0	40	44,0	38	41,8	4,13
4	X1.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	52	57,1	39	42,9	4,43
5	X1.5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	34	37,4	57	62,6	4,63
6	X1.6	0	0,0	12	13,2	0	0,0	34	37,4	45	49,5	4,23
7	X1.7	0	0,0	13	14,3	0	0,0	33	36,3	45	49,5	4,21
Rata-rata (mean) frekuensi												4,37

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

X1.1 : Web site yang *user friendly*

- X1.2 : Mudah melakukan *e-transaction*
- X1.3 : Mudah dipelajari
- X1.4 : Mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada i-banking
- X1.5 : Interaksi pada i-banking jelas dan dapat dimengerti
- X1.6 : I-banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank
- X1.7 : Mudah meningkatkan keterampilan menggunakan i-banking

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item web site yang *user friendly*, dari 91 responden 45 orang (49,5%) menjawab sangat setuju, 46 orang (50,5%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.1= 4,49, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila tampilan web site yang *user friendly* dapat memudahkan nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mudah melakukan *e-transaction*, dari 91 responden 41 orang (45,1%) menjawab sangat setuju, 50 orang (54,9%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.2= 4,45, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila melalui *internet banking* nasabah dapat melakukan *e-transaction* dengan mudah.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mudah dipelajari, dari 91 responden 38 orang (41,8%) menjawab sangat setuju, 40 orang (44,0%) menjawab setuju, 13 orang (14,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.3= 4,13, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila *internet banking* bersifat mudah dipelajari.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada i-banking, dari 91 responden 39 orang (42,9%) menjawab sangat setuju, 52 orang (57,1%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.4= 4,43, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item interaksi pada i-banking jelas dan dapat dimengerti, dari 91 responden 57 orang (62,6%) menjawab sangat setuju, 34 orang (37,4%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.5= 4,63, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila interaksi pada *internet banking* jelas dan dapat dimengerti.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item i-banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank, dari 91 responden 45 orang (49,5%) menjawab sangat setuju, 34 orang (37,4%) menjawab setuju, dan 12 orang (13,2%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.6= 4,23, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila *internet banking* bersifat fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mudah meningkatkan keterampilan menggunakan i-banking, dari 91 responden 45 orang (49,5%) menjawab sangat setuju, 33 orang (36,3%) menjawab setuju, dan 13 orang (14,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X1.7= 4,21, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila mudah meningkatkan keterampilan menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel kemudahan penggunaan secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,37, dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

b. Distribusi Item Variabel Keengganan Berubah (X2)

Distribusi item variabel keengganan berubah (X2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Keengganan Berubah (X2)

No	Item (X2)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

1	X2.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	39	42,9	52	57,1	4,57
2	X2.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	52	57,1	39	42,9	4,43
3	X2.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	41	45,1	50	54,9	4,55
Rata-rata (mean) frekuensi												4,52

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

X2.1 : Nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi

X2.2 : Nasabah memiliki perhatian terhadap layanan

X2.3 : Sikap nasabah terhadap perubahan

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi, dari 91 responden 52 orang (57,1%) menjawab sangat setuju, 39 orang (42,9%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X2.1= 4,57, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah memiliki perhatian terhadap layanan, dari 91 responden 39 orang (42,9%) menjawab sangat setuju, 52 orang (57,1%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X2.2= 4,43, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila nasabah memiliki perhatian terhadap layanan yang ditawarkan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item sikap nasabah terhadap perubahan, dari 91 responden 50 orang (54,9%) menjawab sangat setuju, 41 orang (45,1%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X2.3= 4,55, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila nasabah bersikap positif terhadap perubahan.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel keengganan berubah secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,52, dapat diartikan bahwa keengganan berubah merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

c. Distribusi Item Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)

Distribusi item variabel kepercayaan dan hubungan (X3) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)

No	Item (X3)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	45	49,5	46	50,5	4,51
2	X3.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	44	48,4	47	51,6	4,52
3	X3.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	44,0	51	56,0	4,56
4	X3.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	51	56,0	40	44,0	4,44
Rata-rata (mean) frekuensi												4,51

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

- X3.1 : Keandalan dari bank
- X3.2 : Respon bank atas pertanyaan
- X3.3 : Perlakuan yang profesional dan etis
- X3.4 : Kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item keandalan dari bank, dari 91 responden 46 orang (50,5%) menjawab sangat setuju, 45 orang (49,5%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X3.1= 4,51, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila keandalan bank mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah item respon bank atas pertanyaan, dari 91 responden 47 orang (51,6%) menjawab sangat setuju, 44 orang (48,4%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X3.2= 4,52, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila respon bank atas pertanyaan mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item perlakuan yang profesional dan etis, dari 91 responden 51 orang (56,0%) menjawab sangat setuju, 40 orang (44,0%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X3.3= 4,56, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bahwa nasabah butuh perlakuan yang profesional dan etis.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian, dari 91 responden 40 orang (44.0%) menjawab sangat setuju, 51 orang (56.0%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X3.4= 4,44, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bahwa harus ada kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel kepercayaan dan hubungan secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,51, dapat diartikan bahwa kepercayaan dan hubungan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

d. Distribusi Item Variabel Biaya (X4)

Distribusi item variabel biaya (X4) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Biaya (X4)

No	Item (X4)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X4.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	41	45,1	50	54,9	4,55
2	X4.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	44	48,4	47	51,6	4,52
3	X4.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	46	50,5	45	49,5	4,49
4	X4.4	0	0,0	10	11,0	0	0,0	52	57,1	29	31,9	4,10
Rata-rata (mean) frekuensi												4,41

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

- X4.1 : Mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer
- X4.2 : Mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi *internet*
- X4.3 : Biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan *i-banking*
- X4.4 : Biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari *i-banking*



Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer, dari 91 responden 50 orang (54,9%) menjawab sangat setuju, 41 orang (48,4%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X4.1= 4,55, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila harus mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi *internet*, dari 91 responden 47 orang (51,6%) menjawab sangat setuju, 44 orang (48,4%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X4.2= 4,52, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila harus mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi *internet*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan i-banking, dari 91 responden 45 orang (49,5%) menjawab sangat setuju, 46 orang (50,5%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X4.3= 4,49, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari i-banking, dari 91 responden 29 orang (44,0%) menjawab sangat setuju, 10 orang (11,0%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X4.4= 4,10, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari i-banking.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel biaya secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,41, dapat diartikan bahwa biaya merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

e. Distribusi Item Variabel Kemudahan Akses (X5)

Distribusi item variabel kemudahan Akses (X5) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Kemudahan Akses (X5)

No	Item (X5)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X5.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	39,6	55	60,4	4,60
2	X5.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	49	53,8	42	46,2	4,46
3	X5.3	0	0,0	17	18,7	0	0,0	21	23,1	53	58,2	4,21
Rata-rata (mean) frekuensi												4,42

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

X5.1 : Kenyamanan akses layanan

X5.2 : Kecepatan koneksi

X5.3 : Kemudahan akses *internet*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item kenyamanan akses layanan, dari 91 responden 55 orang (60,4%) menjawab sangat setuju, 36 orang (39,6%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X5.1= 4,60, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila harus ada kenyamanan akses layanan.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item kecepatan koneksi, dari 91 responden 42 orang (46,2%) menjawab sangat setuju, 49 orang (53,8%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X5.2= 4,46, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila kecepatan koneksi berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item kemudahan akses *internet*, dari 91 responden 53 orang (58,2%) menjawab sangat setuju, 21 orang (23,1%) menjawab setuju, 17 orang (18,7%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X5.3= 4,21, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden

cenderung sangat setuju bahwa kemudahan akses *internet* berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel kemudahan akses secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,21, dapat diartikan bahwa kemudahan akses merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

f. Distribusi Item Variabel Kesenangan (X6)

Distribusi item variabel kesenangan (X6) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 21
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Kesenangan (X6)

No	Item (X6)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X6.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	31	34,1	60	65,9	4,66
2	X6.2	0	0,0	2	2,2	0	0,0	45	49,5	44	48,4	4,44
3	X6.3	0	0,0	10	11,0	0	0,0	35	38,5	46	50,5	4,29
Rata-rata (mean) frekuensi												4,46

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

X6.1 : Keragaman layanan yang ditawarkan

X6.2 : Cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan

X6.3 : Tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui i-banking

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item keragaman layanan yang ditawarkan, dari 91 responden 60 orang (65,9%) menjawab sangat setuju, 31 orang (34,1%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X6.1= 4,66, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila keragaman layanan yang ditawarkan mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan, dari 91 responden 44 orang (48,4%) menjawab sangat setuju, 45 orang (49,5%) menjawab setuju, 2 orang

(2,2%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X6.2= 4,44, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila penggunaan *internet banking* merupakan cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui i-banking, dari 91 responden 46 orang (50,5%) menjawab sangat setuju, 35 orang (38,5%) menjawab setuju, 10 orang (11,0%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X6.3= 4,29, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui *internet banking*.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel kesenangan secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,46, dapat diartikan bahwa kesenangan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

g. Distribusi Item Variabel Keamanan (X7)

Distribusi item variabel keamanan (X7) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22
Distribusi Frekuensi Item pada Variabel Keamanan (X7)

No	Item (X7)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X7.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	50	54,9	41	45,1	4,45
2	X7.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	47	51,6	44	48,4	4,48
3	X7.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	39,6	55	60,4	4,60
Rata-rata (mean) frekuensi												4.51

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

- X7.1 : Petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti
- X7.2 : Bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui *internet*
- X7.3 : Pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti, dari 91 responden 41 orang (45,1%) menjawab sangat setuju, 50 orang (54,9%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X7.1= 4,45, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui *internet*, dari 91 responden 44 orang (48,4%) menjawab sangat setuju, 47 orang (49,5%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X7.2= 4,48, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila penggunaan *internet banking* dipengaruhi oleh bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui *internet*.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet*, dari 91 responden 55 orang (50,4%) menjawab sangat setuju, 36 orang (39,6%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item X7.3= 4,60, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila diperlukan pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet*.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel keamanan secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,51, dapat diartikan bahwa keamanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

2. Variabel Terikat (Y)

a. Distribusi Item Variabel *Internet banking* (Y)

Distribusi item variable *internet banking* (Y) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 23

Distribusi Frekuensi Item pada Variabel *Internet banking* (Y)

No	Item (Y)	STS = 1		TS = 2		R = 3		S = 4		SS = 5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	28	30,8	63	69,2	4,69
2	Y2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	44,0	51	56,0	4,56
3	Y3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	44,0	51	56,0	4,56
4	Y4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	54	59,3	37	40,7	4,41
5	Y5	0	0,0	3	3,3	0	0,0	32	35,2	56	61,5	4,55
6	Y6	0	0,0	17	18,7	0	0,0	21	23,1	53	58,2	4,21
7	Y7	0	0,0	13	14,3	0	0,0	33	36,3	45	49,5	4,21
8	Y8	0	0,0	30	33,0	0	0,0	35	38,5	26	28,6	3,63
9	Y9	7	7,7	22	24,2	0	0,0	39	42,9	23	25,3	3,54
10	Y10	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	39,6	55	60,4	4,60
11	Y11	0	0,0	0	0,0	0	0,0	49	53,8	42	46,2	4,46
12	Y12	0	0,0	0	0,0	0	0,0	41	45,1	50	54,9	4,55
13	Y13	0	0,0	0	0,0	0	0,0	45	49,5	46	50,5	4,51
14	Y14	0	0,0	10	11,0	0	0,0	34	37,4	47	51,6	4,30
15	Y15	9	9,9	34	37,4	0	0,0	29	31,9	19	20,9	3,16
Rata-rata (mean) frekuensi												4,26

Sumber: Data primer diolah, Juli 2008

Keterangan :

- Y1 : Nasabah menggunakan i-banking untuk memperoleh informasi rekening
- Y2 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pembayaran tagihan secara elektronik
- Y3 : Nasabah menggunakan i-banking untuk transfer dana
- Y4 : Nasabah menggunakan i-banking untuk melihat ringkasan laporan transaksi perbankan
- Y5 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pembatalan cek
- Y6 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan permohonan buku cek
- Y7 : Nasabah menggunakan i-banking untuk analisis dan perencanaan keuangan
- Y8 : Nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan pinjaman
- Y9 : Nasabah menggunakan i-banking untuk mengetahui perdagangan saham
- Y10 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan reputasi bank
- Y11 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan keragaman layanan yang ditawarkan oleh bank
- Y12 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan familiaritas dengan bank tertentu
- Y13 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan tingkat ukuran bank
- Y14 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak lokal
- Y15 : Nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak asing

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk memperoleh informasi rekening, dari 91 responden



63 orang (69,2%) menjawab sangat setuju, 28 orang (30,8%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y1= 4,69, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk memperoleh informasi rekening.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk pembayaran tagihan secara elektronik, dari 91 responden 51 orang (56,0%) menjawab sangat setuju, 40 orang (44,0%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y2= 4,56, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk pembayaran tagihan secara elektronik.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk transfer dana, dari 91 responden 51 orang (56,0%) menjawab sangat setuju, 40 orang (44,0%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y3 = 4,56, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk transfer dana.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk melihat ringkasan laporan transaksi perbankan, dari 91 responden 37 orang (40,7%) menjawab sangat setuju, 54 orang (59,4%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y4= 4,41, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila menggunakan *internet banking* untuk melihat ringkasan laporan transaksi perbankan.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk pembatalan cek, dari 91 responden 56 orang (61,5%) menjawab sangat setuju, 32 orang (35,2%) menjawab setuju, 3 orang (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y5= 4,55, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk pembatalan cek.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan permohonan buku cek, dari 91 responden 53 orang (58,2%) menjawab sangat setuju, 21 orang (23,1%) menjawab setuju, 17 orang (18,7%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y6= 4,21, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk pengajuan permohonan buku cek.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk analisis dan perencanaan keuangan, dari 91 responden 45 orang (49,5%) menjawab sangat setuju, 33 orang (36,3%) menjawab setuju, 13 orang (14,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y7= 4,21, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* untuk analisis dan perencanaan keuangan.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk pengajuan pinjaman, dari 91 responden 26 orang (28,6%) menjawab sangat setuju, 35 orang (38,5%) menjawab setuju, 30 orang (33,0%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y8= 3,63, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila menggunakan *internet banking* untuk pengajuan pinjaman.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking untuk mengetahui perdagangan saham, dari 91 responden 23 orang (25,3%) menjawab sangat setuju, 39 orang (42,9%) menjawab setuju, 22 orang (24,2%) menjawab tidak setuju, 7 orang (7,7%) menjawab sangat tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu. Nilai mean untuk item Y9= 3,54, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bila menggunakan *internet banking* untuk mengetahui perdagangan saham.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan reputasi bank, dari 91 responden 55 orang

(60,4%) menjawab sangat setuju, 36 orang (39,6%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y10= 4,60, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan reputasi bank.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan keragaman layanan yang ditawarkan oleh bank, dari 91 responden 42 orang (46,2%) menjawab sangat setuju, 49 orang (53,8%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y11= 4,46, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan keragaman layanan yang ditawarkan oleh bank.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan familiaritas dengan bank tertentu, dari 91 responden 50 orang (54,9%) menjawab sangat setuju, 41 orang (45,1%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y12= 4,55, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan familiaritas dengan bank tertentu.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan tingkat ukuran bank, dari 91 responden 46 orang (50,5%) menjawab sangat setuju, 45 orang (49,5%) menjawab setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item Y13= 4,51, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan tingkat ukuran bank.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak lokal, dari 91 responden 47 orang (51,6%) menjawab sangat setuju, 34 orang (37,4%) menjawab setuju, dan 10 orang (11,0%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk

item Y14= 4,30, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung sangat setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak lokal.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada item nasabah menggunakan i-banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak asing, dari 91 responden 19 orang (51,6%) menjawab sangat setuju, 29 orang (37,4%) menjawab setuju, dan 34 orang (11,0%) menjawab tidak setuju, 9 orang (9,9%) menjawab sangat tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu. Nilai mean untuk item Y15= 3,16, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung tidak setuju bila menggunakan *internet banking* berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak asing.

Berdasarkan hasil rata-rata (mean) untuk variabel penggunaan *internet banking* secara keseluruhan diperoleh rata-rata (mean) sebesar 4,26, dapat diartikan bahwa beberapa variabel di atas mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

E. Analisis Data

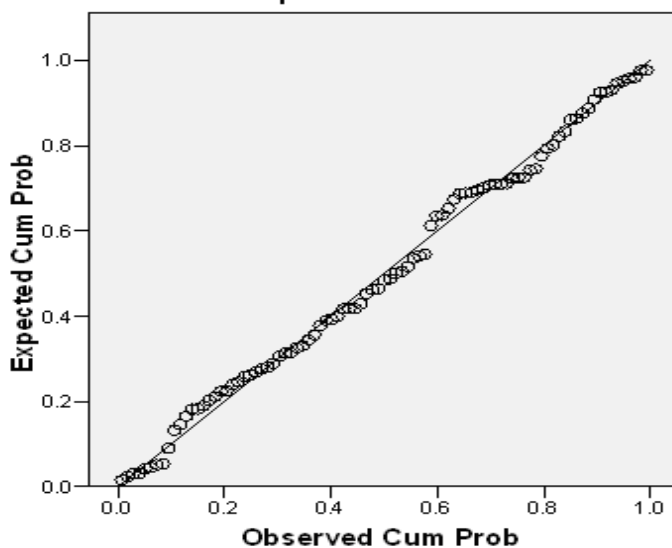
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data. Untuk menguji adanya normalitas data dapat digunakan pengujian kurva normal *P-P Plots*.

Gambar 10
Grafik Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y



Sumber : Pengujian statistik dengan SPSS 15.0 for Windows

Berdasarkan gambar di atas tampak kurva berdistribusi normal dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Dengan demikian data tersebut dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas sebaran data.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk menguji adanya autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson (DW).

Tabel 24
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.710	.685	5.24460	1.868

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X4, X3, X1, X6, X5

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengujian statistik dengan SPSS 15.0 for Windows



Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai DW diantara $-2 < 1.868 < 2$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada nilai-nilai pengamatan bersifat bebas (tidak ada autokorelasi).

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi relatif tinggi pada variabel-variabel bebasnya (independen). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

Tabel 25
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.522	1.916
	X2	.842	1.188
	X3	.751	1.332
	X4	.783	1.277
	X5	.472	2.118
	X6	.606	1.650
	X7	.887	1.127

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengujian statistik dengan SPSS 15.0 for Windows

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk ke-7 variabel bebas tidak terjadi multikolineritas, ditunjukkan dengan nilai VIF dari semua variabel bebas yang < 10 .

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah variasi residual absolut sama atau tidak untuk semua pengamatan. Untuk menguji adanya heteroskedastisitas digunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman, dengan mengkorelasikan semua variabel bebas dengan absolut residual.

Tabel 26
Hasil Uji Heterokedastisitas

Keterangan	Signifikansi	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
-------------------	---------------------	--------------	----------------	-------------------



X1 - AX1	0,057	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X2 - AX2	0,547	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X3 - AX3	0,700	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X4 - AX4	0,716	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X5 - AX5	0,516	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X6 - AX6	0,192	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak
X7 - AX7	0,333	0,05	Sig > Alpha	Ho Ditolak

Sumber : Pengujian statistik dengan SPSS 15.0 for Windows

Berdasarkan tabel di atas, hasil output pada Sig.(2-tailed) setiap variabel nilainya $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedstisitas pada data tersebut.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). Untuk menguji apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan memberikan kontribusi. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan

, digunakan uji F dengan taraf signifikansi $0,05$ ($\alpha = 0,05$).

Kriteria penolakan :

Tolak Ho jika : F hitung $> F_{\alpha, 1, n-2}$ atau nilai Sig. $< 0,05$

Terima Ho jika : F hitung $< F_{\alpha, 1, n-2}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

Tabel 27
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
antara Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Variabel	Koefisien regresi (b)	Beta	T _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	-32,660				
X1	0,812	0,365	4,457	0,000	Signifikan
X2	0,151	0,020	0,304	0,762	Tidak Signifikan
X3	1,079	0,193	2,830	0,006	Signifikan
X4	0,183	0,038	0,563	0,575	Tidak Signifikan
X5	1,101	0,227	2,635	0,010	Signifikan
X6	1,139	0,213	2,807	0,006	Signifikan
X7	1,271	0,172	2,744	0,007	Signifikan
R	= 0,843				
R Square	= 0,710				
R Square (Adjusted)	= 0,685				
F hitung	= 29,005				
F tabel	= 2,12				
Sign, F	= 0,000				
t tabel	= 1,99				
α	= 0,05				

Sumber : Pengujian statistik dengan SPSS 15.0 for Windows

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung = 29,005 lebih besar dari F tabel = 2,12 dan probabilitas 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak, maka variabel bebas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Besarnya kontribusi antara variabel kemudahan penggunaan (X1), keengganan berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), keamanan (X7) terhadap variabel *internet banking* (Y), dapat dilihat dari nilai *adjusted R Square* sebesar 0,685 atau 68,5%. Angka ini menunjukkan bahwa dari ke-7 variabel bebas tersebut memberikan pengaruh sebesar 68,5% terhadap variabel terikat, dan sisanya sebesar 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Besarnya korelasi atau keeratan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,843 atau 84,3%, yang berarti besarnya dukungan variabel kemudahan penggunaan (X1), keengganan berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), keamanan (X7) terhadap variabel *internet banking* (Y) adalah sebesar 84,3%, sedangkan sisanya sebesar 15,7% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Berdasarkan analisis regresi yang telah dijelaskan di atas, maka persamaan

regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = -32,66 + 0,812 X_1 + 0,151 X_2 + 1,079 X_3 + 0,183 X_4 + 1,101 X_5 + 1,139 X_6 + 1,271 X_7$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -32,660 ini menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_6 dan X_7 (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_6 dan $X_7 = 0$), maka variabel Y diprediksikan akan mengalami penurunan sebesar 32,66.
- b. Nilai koefisien regresi sebesar 0,812 ini menunjukkan bahwa jika X_1 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_1 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_1 sebesar 1% , dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 81,2%.
- c. Nilai koefisien regresi sebesar 0,151 ini menunjukkan bahwa jika X_2 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan Variabel Y (karena koefisien X_2 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_2 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 15,1%.
- d. Nilai koefisien regresi sebesar 1,079 ini menunjukkan bahwa jika X_3 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_3 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_3 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 107,9%.
- e. Nilai koefisien regresi sebesar 0,183 ini menunjukkan bahwa jika X_4 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_4 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_4 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 18,3%.
- f. Nilai koefisien regresi sebesar 1,101 ini menunjukkan bahwa jika X_5 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_5 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_5 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 110,1%.
- g. Nilai koefisien regresi sebesar 1,139 ini menunjukkan bahwa jika X_6 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_6 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_6 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 113,9%.

- h. Nilai koefisien regresi sebesar 1,271 ini menunjukkan bahwa jika X_7 semakin meningkat, maka hal ini akan dapat meningkatkan variabel Y (karena koefisien X_7 bernilai positif). Artinya, setiap adanya peningkatan X_7 sebesar 1%, dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan variabel Y sebesar 127,1%.

3. Analisis Regresi Parsial

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat, juga untuk mengetahui variabel bebas manakah yang paling berpengaruh (dominan) diantara variabel-variabel bebas lainnya. Untuk menguji kebenaran hipotesis digunakan regresi parsial menggunakan uji t dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,05$), dan pengujiannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kemudahan penggunaan (X_1)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel kemudahan penggunaan (X_1) memiliki t hitung sebesar 4,457 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kemudahan penggunaan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

b. Keengganan berubah (X_2)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel keengganan berubah (X_2) memiliki t hitung sebesar 0,304 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,702 > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi diterima (H_0 diterima), yang berarti secara parsial variabel keengganan berubah (X_2) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y).

c. Kepercayaan dan hubungan (X_3)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel kepercayaan dan hubungan (X_3) memiliki t hitung sebesar 2,830 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kepercayaan dan hubungan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

d. Biaya (X4)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel biaya (X4) memiliki t hitung sebesar 0,563 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,575 > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi diterima (H_0 diterima), yang berarti secara parsial variabel biaya (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y).

e. Kemudahan akses (X5)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel kemudahan akses (X5) memiliki t hitung sebesar 2,635 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,010 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kemudahan akses (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

f. Kesenangan (X6)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel kesenangan (X6) memiliki t hitung sebesar 2,807 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kesenangan (X6) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

g. Keamanan (X7)

Tabel 27 menunjukkan bahwa untuk variabel keamanan (X7) memiliki t hitung sebesar 2,744 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,007 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel keamanan (X7) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap variabel *internet banking* (Y), dari hasil analisis dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) mempunyai nilai β terbesar yaitu 0,365.

F. Interpretasi Data

Dari hasil analisis dapat dijelaskan bahwa jumlah reponden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar adalah perempuan berjumlah 53 orang (58,25%) sedangkan laki-laki berjumlah 38 orang (41,75%), dengan usia berkisar antara 24-29 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa *internet banking* lebih mudah diterima di kalangan profesional muda atau *fresh graduate*.

Berdasarkan tingkat pendidikannya jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan tingkat pendidikan sarjana berjumlah 65 orang (71,44%), Diploma berjumlah 21 orang (23,07%), dan SMU berjumlah 5 orang (5,49%). Hal ini menggambarkan bahwa *internet banking* lebih mudah diterima di kalangan yang mengerti akan kemajuan teknologi, khususnya *internet*.

Berdasarkan pekerjaannya jumlah responden yang paling banyak menggunakan *internet banking* adalah responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 55 orang (60,44%), pegawai negeri berjumlah 10 orang (10,99%), wiraswasta berjumlah 21 orang (23,08%), dan mahasiswa berjumlah 5 orang (5,49%). Hal ini menggambarkan bahwa *internet banking* lebih mudah diterima di kalangan karyawan dengan mobilitas tinggi dan mementingkan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke bank.

Variabel kemudahan penggunaan (X1) sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih besar dari t tabel dan probabilitas lebih kecil dari nilai alpha. Hal ini berarti variabel kemudahan penggunaan yang terdiri dari item web site yang *user friendly*, kemudahan melakukan *e-transaction*, i-banking yang mudah dipelajari, mudah untuk menemukan apa yang ingin dikerjakan pada i-banking, interaksi pada i-banking jelas dan dapat dimengerti, i-banking fleksibel untuk melakukan interaksi dengan pelayanan bank, mudah meningkatkan keterampilan menggunakan i-banking terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk kemudahan penggunaan *internet banking* sudah memenuhi keinginan nasabah, hal ini dapat dilihat dari tampilan KlikBCA

yang menarik, jelas dan mudah dimengerti nasabah, sehingga nasabah tidak menemui kesulitan dalam penggunaan *internet banking*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Variabel keengganan berubah (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih kecil dari t tabel dan probabilitas lebih besar dari nilai alpha. Hal ini berarti variabel keengganan berubah yang terdiri dari item nasabah berkeinginan mengadopsi teknologi, nasabah memiliki perhatian terhadap layanan dan sikap nasabah terhadap perubahan tidak terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna KlikBCA tidak memiliki keengganan Berubah, mereka sangat memperhatikan kemajuan teknologi yang ada, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi perbankan secara mudah dan praktis. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel keengganan berubah merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Variabel kepercayaan dan hubungan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih besar dari dan probabilitas lebih kecil dari alpha. Hal ini berarti variabel kepercayaan dan hubungan yang terdiri dari item keandalan dari bank, respon bank atas pertanyaan, perlakuan yang profesional dan etis dan kebijakan bank untuk kompensasi atas kerugian terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna KlikBCA sangat percaya akan keandalan dari bank, respon yang cepat dan layanan yang dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah, perlakuan yang ramah dan profesional dari pihak bank, serta jaminan kompensasi atas kerugian yang diderita nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan dan hubungan merupakan salah satu variabel yang

mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Variabel biaya (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih kecil dari t tabel dan probabilitas lebih besar dari nilai α . Hal ini berarti variabel biaya yang terdiri dari item mengeluarkan biaya untuk mendapatkan komputer, mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi *internet*, biaya pembelian komputer dapat menghambat niat untuk menggunakan *i-banking* dan biaya abonemen *internet* tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat dari *i-banking* tidak terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna KlikBCA tidak terpengaruh akan biaya yang harus dikeluarkan dalam penggunaan KlikBCA, pada umumnya nasabah lebih tertarik pada manfaat yang didapat apabila menggunakan KlikBCA, melalui KlikBCA mereka dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan satu kali klik saja. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel biaya merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Variabel kemudahan akses (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih besar dari dan probabilitas lebih kecil dari α . Hal ini berarti variabel kemudahan akses yang terdiri dari item kenyamanan akses layanan, kecepatan koneksi, dan kemudahan akses *internet* terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna KlikBCA merasa nyaman dalam melakukan transaksi melalui KlikBCA, dengan kecepatan koneksi yang memadai nasabah dapat melakukan penghematan waktu, kemudahan akses *internet* cukup dengan satu kali klik, dimana saja dan dalam waktu 24 jam sehari. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel kemudahan akses merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

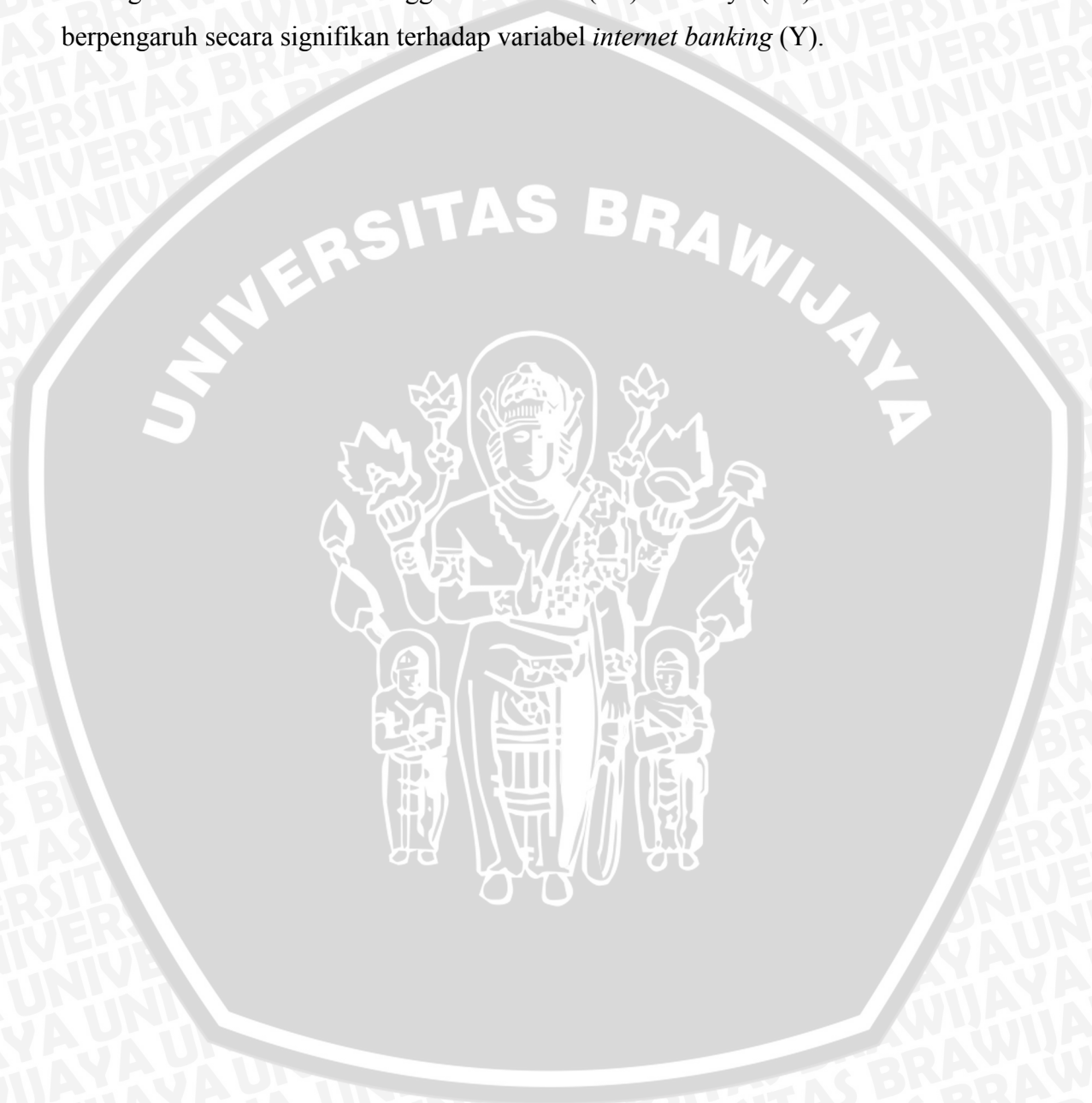
Variabel kesenangan (X6) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih besar dari dan probabilitas

lebih kecil dari alpha. Hal ini berarti variabel kesenangan yang terdiri dari item keragaman layanan yang ditawarkan, cara yang menyenangkan dalam melakukan transaksi perbankan, dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui i-banking terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna *internet banking* merasa senang dan nyaman dalam melakukan transaksi melalui KlikBCA karena telah tersedia berbagai layanan pembayaran, pembelian, transfer dana, transaksi histori maupun administrasi dalam waktu yang singkat tanpa harus datang langsung ke bank. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel kesenangan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Variabel keamanan (X7) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), dimana t hitung lebih besar dari dan probabilitas lebih kecil dari alpha. Hal ini berarti variabel keamanan yang terdiri dari item petunjuk yang jelas dan mudah dimengerti, bank menerapkan sistem keamanan yang baik dalam melakukan transaksi melalui *internet* dan pengalaman yang cukup dalam penggunaan *internet* terbukti mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Pada PT. BCA, Tbk nasabah pengguna KlikBCA merasa keamanan KlikBCA telah memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku, pihak bank dapat menjamin keamanan nasabah apabila melakukan transaksi melalui KlikBCA. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Padachi, Rojid dan Seetanah (2007) dari University of Technology, Mauritius yang menyatakan bahwa variabel keamanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kemudahan penggunaan (X1), keengganan Berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), keamanan (X7) terhadap variabel *internet banking* (Y) telah terbukti. Dapat diartikan bahwa jika ke-7 variabel tersebut dapat diterapkan dengan baik, maka secara simultan akan meningkatkan penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan hasil analisis regresi juga dapat diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kemudahan penggunaan (X1), kepercayaan dan hubungan (X3), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), dan keamanan (X7) terhadap variabel penggunaan *internet banking* (Y) telah terbukti. Sedangkan untuk variabel keengganan berubah (X2) dan biaya (X4) terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y).



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian tentang beberapa variabel yang mempengaruhi penggunaan *internet banking* yang terdiri dari variabel kemudahan penggunaan (X1), keengganan berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5), kesenangan (X6), dan keamanan (X7) terbukti secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y). Hal ini dapat dilihat dari analisis data yang menyatakan bahwa nilai F hitung = 29,005 lebih besar dari F tabel = 2,12 dan probabilitas 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi parsial dapat diketahui bahwa:
 - a. Variabel kemudahan penggunaan (X1) memiliki t hitung sebesar 4,457 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kemudahan penggunaan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) mempunyai nilai β terbesar yaitu 0,365 dan koefisien regresi sebesar 0,812, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh paling dominan terhadap variabel *internet banking* (Y).
 - b. Variabel keengganan berubah (X2) memiliki t hitung sebesar 0,304 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,702 > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 diterima), artinya variabel keengganan berubah (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y).
 - c. Variabel kepercayaan dan hubungan (X3) memiliki t hitung sebesar 0,304 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,702 > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 diterima), artinya variabel kepercayaan dan hubungan (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y).

2,830 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar

$0,006 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kepercayaan dan hubungan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

- d. Variabel biaya (X4) memiliki t hitung sebesar 0,563 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,575 > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi diterima (H_0 diterima), yang berarti secara parsial variabel biaya (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel *internet banking* (Y).
- e. Variabel kemudahan akses (X5) memiliki t hitung sebesar 2,635 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,010 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kemudahan akses (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.
- f. Variabel kesenangan (X6) memiliki t hitung sebesar 2,807 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel kesenangan (X6) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.
- g. Variabel keamanan (X7) memiliki t hitung sebesar 2,744 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,99 dan probabilitas sebesar $0,007 < \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pengujian signifikansi ditolak (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel keamanan (X7) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *internet banking* (Y), apabila variabel bebas lainnya konstan.

3. Pada penelitian ini variabel kemudahan penggunaan (X1), keengganan berubah (X2), kepercayaan dan hubungan (X3), biaya (X4), kemudahan akses (X5),

kesenangan (X6), dan keamanan (X7) mampu memberikan kontribusi terhadap variabel *internet banking* (Y) sebesar 0,685 atau 68,5%. Angka ini menunjukkan bahwa dari ke-7 variabel bebas tersebut memberikan pengaruh sebesar 68,5% terhadap variabel terikat, dan sisanya sebesar 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak bank harus dapat meningkatkan kualitas dari *internet banking* yang telah mendapatkan kepercayaan dari nasabah, terutama dalam hal kemudahan penggunaan yang menjadi variabel utama keberhasilan *internet banking*.
2. Pihak bank harus dapat lebih mensosialisasikan penggunaan *internet banking*, agar dapat sejajar dengan fasilitas lain seperti ATM, *sms banking*, *mobile banking*, karena menurut penelitian ini *internet banking* masih digunakan oleh kalangan tertentu saja dengan tingkat pendidikan tinggi, dengan sosialisasi dan informasi yang cukup diharapkan semakin banyak nasabah yang dapat menjangkau *internet banking*.
3. Pihak bank harus dapat memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin menggunakan *internet banking*, sehingga nasabah yang berminat dapat dengan mudah melakukan registrasi dan aktivasi *internet banking* tanpa menemui kesulitan yang berarti.

DAFTAR PUSTAKA

- Alrafi, Aziz. 2005. *Technology Acceptance Model*. Internet Research.
- Arikunto, Suharsimi, Prof, Dr 1998. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", Jakarta:PT.Rineka Cipta.
- Hahn, Harley and Stout, Rick. 1994. *The Internet Complete Reference*. Berkeley California. Osborne McGraw-Hill.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hoppe, R., Newman P., Muger, P. 2001. *Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in South Africa a Comparative Study*. Internet Research.
- Kasmir, SE, MM. 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Kutner, Michel H, Christopher J. Nachtsheim and John Neter. 2004. *Applied Linear Regression Models*, Fourth Edition. Singapore: McGraw-Hills Companies, Inc.
- Laudon, Kenneth C. and Jane P. 2004. *Management Information Systems, Managing the Digital Firm, Eighth Edition*. Alih bahasa Philippus Erwin. 2005. *Sistem Informasi Manajemen : Mengelola Perusahaan Digital Edisi 8*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Maholtra, Naresh K. 2002. *Basic Marketing Research Application to Contemporer Issue*. New York: Prentice Hall International Edition.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Adi. 2006. *e-Commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*. Bandung: Informatika.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma, S.Kom., MM. 2002. *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Padachi, K, Rojid S, and Seetanah B. 2007. *Analyzing the Factors that Influence the Adoption of Internet Banking in Mauritius*, Internet Research pp559-574.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen K., Karjaluoto, H., and Pahnla, S. 2004. *Consumer Acceptance of Online Banking: an Extension of the Technology Acceptance Model*, Internet Research volume 14-number 3 pp 224-235.
- Purbo, Onno W, 2001. *TCP/IP Standar, Desain dan Implementasi*. Jakarta:PT. Elex Media Komputindo.

Rahardjo, Budi. 2002. *Arsitektur Internet Banking Yang Terpercaya: Trusted Internet Banking Architecture*. <http://google.com>

-----2001. *Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking*. <http://google.com>

Riswandi, Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Singarimbun, Masri, Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

Somantri, Ating, Drs dan Sambas Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.

Sudarmanto, 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Sujianto, Agus Eko. 2007. *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*. Jakarta: Penerbit Prestasi Pustaka Publisher.

Sugiyono, Prof, Dr. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

-----2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tanenbaum, Andrew S. 1996. *Computer Networks Third Edition*. Alih bahasa Ir. Gurnita Priatna. 2000. *Jaringan Komputer Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.

Umar, Husein, Drs, S.E, M.M, M.B.A. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Usman, Husaini, M.Pd dan R. Purnomo Setiady Akbar, S.Pd, M.Pd, 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

<http://www.klikBCA.com>

KUISIONER

I. PENGANTAR

Kepada :
Yth. Bapak/Ibu/Saudara
Nasabah Pengguna Internet Banking PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang dengan judul “Beberapa Variabel Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking” (Studi pada Nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Dinoyo-Malang), adapun data diri saya adalah:

Nama : Dyan Eka Christiana
Nim : 0410322003
Fakultas/Universitas : Fakultas Ilmu Administrasi/Universitas Brawijaya Malang

Saya mohon kesediaan anda untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan akan dipergunakan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi. Jawaban yang anda berikan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian saja, kesediaan anda sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini, atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Hormat saya,

Dyan Eka Christiana
NIM. 0410322003

II. PETUNJUK PENGISIAN :

1. Berilah tanda silang (X) atau ceklist (√) pada salah satu jawaban dari lima pilihan yang menurut anda paling sesuai, dengan ketentuan sebagai berikut :

SS : Untuk jawaban SANGAT SETUJU

S : Untuk jawaban SETUJU

R : Untuk jawaban RAGU-RAGU

TS : Untuk jawaban TIDAK SETUJU

STS : Untuk jawaban SANGAT TIDAK SETUJU

2. Isilah pertanyaan berikut, dan coretlah yang tidak perlu pada pernyataan yang bertanda *.

III. IDENTITAS RESPONDEN :

Nomor Responden : (diisi oleh peneliti)
Nama Responden : (boleh dirahasiakan)
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan *
Usia :
Pendidikan Terakhir : SD/SMP/SMU/Diploma/Sarjana*
Pekerjaan : Pegawai Negeri/Swasta/Wiraswasta/Mahasiswa *

A. Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Tampilan web-site yang <i>user friendly</i> memudahkan nasabah dalam penggunaan internet banking.					
2	Nasabah memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi secara elektronik (<i>e-transaction</i>).					
3	Mempelajari penggunaan internet banking mudah bagi nasabah.					
4	Nasabah dapat mencari dengan mudah apa yang ingin dikerjakan di internet banking.					
5	Interaksi dengan internet banking jelas dan mudah dimengerti.					
6	Internet banking membuat nasabah lebih fleksibel untuk berinteraksi dengan layanan bank.					
7	Mudah bagi nasabah untuk menjadi terampil dalam menggunakan internet banking					

B. Variabel Keengganan Berubah (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Nasabah berkeinginan mengadopsi perkembangan teknologi yang ada.					
2	Nasabah memiliki perhatian terhadap layanan yang ditawarkan oleh internet banking.					
3	Sikap nasabah terhadap perubahan.					

C. Variabel Kepercayaan dan Hubungan (X3)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Pihak bank dapat diandalkan oleh nasabah.					
2	Pihak bank dapat memberikan respon yang baik atas pertanyaan dari nasabah.					
3	Pihak bank memperlakukan nasabah secara profesional dan etis.					
4	Pihak bank memiliki kebijakan dalam memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami nasabah.					

D. Variabel Biaya (X4)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Nasabah mengeluarkan biaya untuk mendapatkan (<i>Acquiring</i>) komputer apabila melakukan transaksi melalui internet banking.					
2	Nasabah mengeluarkan biaya untuk melakukan koneksi internet.					
3	Nasabah merasa biaya pembelian komputer atau modem dapat menghambat niat untuk menggunakan internet banking.					
4	Nasabah merasa biaya abonemen koneksi internet dan telepon tidak memberatkan jika dibandingkan dengan manfaat yang didapat jika melakukan transaksi perbankan melalui internet.					

E. Variabel Kemudahan Akses (X5)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Nasabah dapat mengakses berbagai layanan dengan nyaman.					
2	Nasabah dapat menggunakan internet banking dengan kecepatan koneksi yang memadai.					
3	Nasabah dapat mengakses internet dengan mudah.					

F. Variabel Kesenangan (X6)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Internet banking menawarkan keragaman layanan bagi nasabah.					
2	Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan secara menyenangkan melalui internet banking.					
3	Nasabah tidak memerlukan waktu yang lama untuk melakukan transaksi melalui internet banking.					

G. Variabel Keamanan (X7)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Petunjuk penggunaan internet banking jelas dan mudah dimengerti nasabah.					
2	Pihak bank menerapkan sistem keamanan yang baik bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui internet banking.					
3	Nasabah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan internet.					

H. Variabel Internet Banking (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Nasabah menggunakan internet banking untuk memperoleh informasi rekening.					
2	Nasabah menggunakan internet banking untuk pembayaran tagihan secara elektronik.					
3	Nasabah menggunakan internet banking untuk transfer dana.					
4	Nasabah menggunakan internet banking untuk melihat ringkasan laporan transaksi perbankan.					
5	Nasabah menggunakan internet banking untuk pembatalan cek.					
6	Nasabah menggunakan internet banking untuk pengajuan permohonan buku cek.					
7	Nasabah menggunakan internet banking untuk analisis dan perencanaan keuangan.					
8	Nasabah menggunakan internet banking untuk pengajuan pinjaman.					
9	Nasabah menggunakan internet banking untuk mengetahui perdagangan saham.					
10	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan reputasi bank.					
11	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan keragaman layanan yang ditawarkan oleh bank.					
12	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan familiaritas dengan bank tertentu.					
13	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan tingkat ukuran bank.					
14	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak lokal.					
15	Nasabah menggunakan internet banking berdasarkan kepemilikan bank oleh pihak asing.					

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
1	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	13	4	4	4	4	16
3	5	4	5	5	5	5	5	34	5	4	4	13	4	4	5	4	17
4	4	4	2	4	4	2	2	22	4	5	5	14	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	12	5	5	5	4	19
6	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	13	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
8	4	4	4	4	5	4	4	29	4	5	5	14	5	5	5	5	20
9	4	4	2	4	4	2	2	22	5	4	5	14	4	4	4	4	16
10	5	4	5	4	5	5	5	33	5	4	4	13	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12	4	4	5	4	17
12	5	5	4	4	5	5	5	33	4	5	4	13	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	15	5	5	5	5	20
14	4	5	5	4	5	5	4	32	5	4	5	14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	15	4	4	4	5	17
16	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	5	4	4	29	5	4	5	14	4	5	4	4	17
18	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	4	5	5	4	18
19	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	12	5	5	5	4	19
21	4	4	2	4	4	2	2	22	4	5	4	13	5	4	5	4	18
22	5	4	5	4	5	5	5	33	4	4	5	13	4	4	4	4	16
23	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	5	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	15	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12	4	4	4	4	16
26	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	5	14	4	5	4	4	17
27	5	5	5	5	5	5	4	34	5	4	5	14	5	5	5	5	20

40	4	4	4	5	5	5	5	32	4	4	4	12	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	12	4	4	4	4	16
42	5	4	4	5	4	4	5	31	4	4	4	12	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
44	5	4	5	5	4	4	4	31	5	4	5	14	5	5	5	5	20
45	4	4	4	5	4	5	5	31	5	5	5	15	5	5	5	5	20
46	5	5	4	4	5	4	5	32	4	4	4	12	4	4	4	4	16
47	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	15	5	4	4	4	17
49	5	5	4	4	4	4	4	30	5	5	5	15	4	5	4	4	17
50	4	4	2	4	4	2	2	22	5	4	5	14	4	4	4	4	16
51	4	5	4	4	5	4	4	30	5	4	5	14	5	5	4	4	18
52	4	5	4	5	4	4	4	30	4	4	5	13	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	13	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	12	4	4	5	4	17
55	4	4	2	4	4	2	2	22	5	4	5	14	4	4	4	4	16
56	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	12	4	4	4	5	17
57	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
59	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	5	14	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
62	4	5	5	4	5	5	4	32	5	5	5	15	4	4	4	5	17
63	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	12	5	4	5	4	18
64	5	5	4	4	5	4	5	32	5	5	5	15	4	4	4	5	17
65	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	13	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	5	5	5	31	5	5	5	15	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	5	4	4	29	5	4	4	13	4	4	4	4	16

80	5	5	4	4	5	4	5	32	4	5	4	13	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	4	4	5	4	17
82	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	15	4	4	4	4	16
83	5	5	5	4	4	4	4	31	4	4	4	12	5	4	5	4	18
84	4	4	4	4	5	4	4	29	5	5	5	15	5	5	5	5	20
85	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	5	13	4	4	5	5	18
86	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	5	20
87	4	4	4	4	5	5	5	31	5	4	4	13	5	5	5	5	20
88	4	4	2	4	4	2	2	22	4	4	4	12	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	5	5	5	4	19
90	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	5	15	5	4	5	5	19
91	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15	4	4	4	4	16





No.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5	X6.1	X6.2	X6.3	X6	X7.1	X7.2	X7.3	X7
1	4	4	4	4	16	4	4	2	10	5	4	4	13	5	4	5	14
2	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12
3	4	5	5	4	18	4	4	2	10	4	4	2	10	4	4	5	13
4	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	4	13
5	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
6	4	4	4	4	16	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14
7	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
8	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	4	12
9	5	5	5	5	20	4	4	2	10	5	4	4	13	4	4	4	12
10	4	4	4	4	16	4	4	2	10	5	5	4	14	4	4	4	12
11	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12
12	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
13	4	4	4	4	16	4	4	2	10	5	4	4	13	4	5	5	14
14	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	4	13
15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14
16	5	5	5	4	19	5	4	4	13	4	4	2	10	4	4	4	12
17	4	5	4	4	17	4	4	2	10	4	4	4	12	4	5	5	14
18	4	4	4	4	16	4	4	2	10	5	4	5	14	5	5	5	15
19	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	4	13
20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14
21	5	4	4	4	17	4	4	2	10	4	4	2	10	4	4	4	12
22	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	2	10	4	4	5	13
23	4	4	4	4	16	4	4	2	10	5	4	5	14	4	4	4	12
24	5	4	5	4	18	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	5	15
25	4	4	4	2	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13

26	5	5	5	4	19	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12
27	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
28	4	5	4	4	17	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
29	5	4	5	5	19	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
30	4	4	4	2	14	4	4	2	10	5	4	4	13	5	5	5	15
31	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	13
32	4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15
33	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12
34	4	4	4	2	14	5	4	5	14	5	4	5	14	4	4	5	13
35	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
36	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	5	13
37	4	5	5	4	18	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15
38	4	5	4	4	17	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13
39	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
40	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13
41	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12
42	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	5	14
43	4	4	4	4	16	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	5	13
44	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	4	12
45	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
46	4	4	4	2	14	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
47	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	5	13
48	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
49	4	5	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
50	4	4	4	2	14	4	4	2	10	4	4	2	10	5	5	5	15
51	4	4	4	2	14	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
52	4	4	4	2	14	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	5	14

53	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
54	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
55	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	2	10	4	4	5	13
56	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
57	5	5	5	5	20	4	4	2	10	4	4	2	10	4	4	4	12
58	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14
59	5	4	4	4	17	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12
60	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
61	4	4	4	2	14	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
62	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
63	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	15
64	4	4	4	2	14	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13
65	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
66	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
67	4	5	5	4	18	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12
68	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12
69	4	5	5	4	18	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
70	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
71	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13
72	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
73	4	5	4	5	18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
74	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
75	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
76	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
77	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
78	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	2	4	10	4	4	4	12
79	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15

80	5	4	4	5	18	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13
81	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
82	5	4	4	5	18	5	5	5	15	4	2	2	8	4	4	4	12
83	5	4	5	4	18	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	5	15
84	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
85	5	4	4	4	17	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
86	5	5	5	4	19	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15
87	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
88	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	2	10	5	5	5	15
89	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	4	13
90	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15
91	4	4	4	2	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15



No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y
1	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	52
2	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4	4	4	4	2	1	44
3	4	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	5	4	4	2	58
4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	2	60
5	5	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	2	1	48
6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
7	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	71
8	5	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	5	2	61
9	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	2	1	47
10	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	66
11	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	5	5	4	4	2	61
12	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	70
13	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
14	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	71
15	4	4	4	4	4	2	2	2	1	4	4	4	4	2	2	47
16	4	4	4	4	4	2	2	2	1	4	4	4	4	2	1	46
17	4	4	4	4	4	4	2	2	2	5	5	4	4	4	2	54
18	5	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	53
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	61
21	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4	4	4	4	2	1	44
22	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	69
23	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
25	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	2	2	50

26	5	5	4	4	5	5	5	2	2	5	4	5	4	4	2	61	
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	
28	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	67	
29	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	2	68
30	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	2	62	
31	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	70	
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
33	4	4	4	4	4	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	1	48
34	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	69	
35	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	2	2	50	
36	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73	
37	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	2	64	
38	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	67	
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
41	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	68	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
46	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	65	
47	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70	
48	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	66	
49	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	2	67	
50	5	4	4	4	4	2	2	2	2	4	5	4	4	4	2	52	
51	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	4	2	55	
52	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	63	

53	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	72
54	5	5	4	4	5	5	5	2	2	4	5	5	5	4	2	62
55	5	4	4	4	4	2	4	2	2	5	4	4	4	4	2	54
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	65
57	4	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	4	4	2	56
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	73
59	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	52
60	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	70
61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	70
62	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	73
63	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	57
64	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	67
65	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	71
66	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	70
67	5	4	5	5	4	5	4	2	2	4	4	4	5	4	2	59
68	5	4	5	4	4	4	4	2	2	4	5	5	4	4	2	58
69	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	1	53
70	4	5	4	4	5	4	5	4	2	5	4	5	4	5	2	62
71	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	62
72	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	66
73	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	72
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
75	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	2	59
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	74
77	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	69
78	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	55
79	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	67

80	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	68
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
82	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4	4	4	4	2	1	44
83	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	2	65
84	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	64
85	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	70
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
87	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	72
88	4	4	4	4	4	2	2	2	1	4	4	4	4	2	1	46
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
91	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	70



Frequency Table

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	46	50.5	50.5	50.5
SS	45	49.5	49.5	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	50	54.9	54.9	54.9
SS	41	45.1	45.1	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	13	14.3	14.3	14.3
S	40	44.0	44.0	58.2
SS	38	41.8	41.8	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	52	57.1	57.1	57.1
SS	39	42.9	42.9	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	34	37.4	37.4	37.4
SS	57	62.6	62.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	12	13.2	13.2	13.2
S	34	37.4	37.4	50.5
SS	45	49.5	49.5	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	13	14.3	14.3	14.3
S	33	36.3	36.3	50.5
SS	45	49.5	49.5	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	39	42.9	42.9	42.9
SS	52	57.1	57.1	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	52	57.1	57.1	57.1
SS	39	42.9	42.9	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	41	45.1	45.1	45.1
SS	50	54.9	54.9	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	45	49.5	49.5	49.5
SS	46	50.5	50.5	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	44	48.4	48.4	48.4
SS	47	51.6	51.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	44.0	44.0	44.0
	SS	51	56.0	56.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	51	56.0	56.0	56.0
	SS	40	44.0	44.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	41	45.1	45.1	45.1
	SS	50	54.9	54.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	44	48.4	48.4	48.4
	SS	47	51.6	51.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	46	50.5	50.5	50.5
	SS	45	49.5	49.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	11.0	11.0	11.0
	S	52	57.1	57.1	68.1
	SS	29	31.9	31.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	36	39.6	39.6	39.6
	SS	55	60.4	60.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	49	53.8	53.8	53.8
	SS	42	46.2	46.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	17	18.7	18.7	18.7
	S	21	23.1	23.1	41.8
	SS	53	58.2	58.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	31	34.1	34.1	34.1
	SS	60	65.9	65.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.2	2.2	2.2
	S	45	49.5	49.5	51.6
	SS	44	48.4	48.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X6.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	11.0	11.0	11.0
	S	35	38.5	38.5	49.5
	SS	46	50.5	50.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	50	54.9	54.9	54.9
	SS	41	45.1	45.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	47	51.6	51.6	51.6
	SS	44	48.4	48.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

X7.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	36	39.6	39.6	39.6
	SS	55	60.4	60.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	28	30.8	30.8	30.8
	SS	63	69.2	69.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	44.0	44.0	44.0
	SS	51	56.0	56.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	44.0	44.0	44.0
	SS	51	56.0	56.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	54	59.3	59.3	59.3
	SS	37	40.7	40.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.3	3.3	3.3
	S	32	35.2	35.2	38.5
	SS	56	61.5	61.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	17	18.7	18.7	18.7
	S	21	23.1	23.1	41.8
	SS	53	58.2	58.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	14.3	14.3	14.3
	S	33	36.3	36.3	50.5
	SS	45	49.5	49.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	30	33.0	33.0	33.0
	S	35	38.5	38.5	71.4
	SS	26	28.6	28.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.7	7.7	7.7
	TS	22	24.2	24.2	31.9
	S	39	42.9	42.9	74.7
	SS	23	25.3	25.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	36	39.6	39.6	39.6
	SS	55	60.4	60.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	49	53.8	53.8	53.8
	SS	42	46.2	46.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	41	45.1	45.1	45.1
	SS	50	54.9	54.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	45	49.5	49.5	49.5
	SS	46	50.5	50.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	11.0	11.0	11.0
	S	34	37.4	37.4	48.4
	SS	47	51.6	51.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.9	9.9	9.9
	TS	34	37.4	37.4	47.3
	S	29	31.9	31.9	79.1
	SS	19	20.9	20.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	



Correlations X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.606**	.626**	.520**	.491**	.527**	.600**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.2	Pearson Correlation	.606**	1	.573**	.510**	.425**	.506**	.468**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.3	Pearson Correlation	.626**	.573**	1	.560**	.610**	.897**	.865**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.4	Pearson Correlation	.520**	.510**	.560**	1	.393**	.519**	.524**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.5	Pearson Correlation	.491**	.425**	.610**	.393**	1	.689**	.699**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.6	Pearson Correlation	.527**	.506**	.897**	.519**	.689**	1	.923**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.7	Pearson Correlation	.600**	.468**	.865**	.524**	.699**	.923**	1	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
X1	Pearson Correlation	.728**	.669**	.937**	.668**	.747**	.935**	.934**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91

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

Correlations X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.436**	.599**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	.436**	1	.427**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91
X2.3	Pearson Correlation	.599**	.427**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91
X2	Pearson Correlation	.836**	.765**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91

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

Correlations X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.626**	.718**	.566**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X3.2	Pearson Correlation	.626**	1	.605**	.547**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X3.3	Pearson Correlation	.718**	.605**	1	.517**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X3.4	Pearson Correlation	.566**	.547**	.517**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X3	Pearson Correlation	.872**	.832**	.850**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

Correlations X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.450**	.631**	.589**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X4.2	Pearson Correlation	.450**	1	.561**	.517**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X4.3	Pearson Correlation	.631**	.561**	1	.471**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
X4.4	Pearson Correlation	.589**	.517**	.471**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X4	Pearson Correlation	.807**	.757**	.783**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

Correlations X5

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.749**	.724**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91
X5.2	Pearson Correlation	.749**	1	.646**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91
X5.3	Pearson Correlation	.724**	.646**	1	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91
X5	Pearson Correlation	.878**	.834**	.945**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91

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

Correlations X6

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6
X6.1	Pearson Correlation	1	.627**	.645**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91
X6.2	Pearson Correlation	.627**	1	.549**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91
X6.3	Pearson Correlation	.645**	.549**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91
X6	Pearson Correlation	.838**	.818**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91

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

Correlations X7

Correlations

		X7.1	X7.2	X7.3	X7
X7.1	Pearson Correlation	1	.671**	.552**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91
X7.2	Pearson Correlation	.671**	1	.513**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91
X7.3	Pearson Correlation	.552**	.513**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91
X7	Pearson Correlation	.875**	.860**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91

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



Correlations Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.561**	.465**	.455**	.585**	.669**	.538**	.581**	.659**	.532**	.426**	.449**	.531**	.493**	.702**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	.561**	1	.420**	.508**	.663**	.651**	.643**	.623**	.621**	.551**	.420**	.578**	.497**	.520**	.701**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y3	Pearson Correlation	.465**	.420**	1	.508**	.431**	.554**	.446**	.696**	.621**	.461**	.465**	.311**	.541**	.472**	.572**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	.455**	.508**	.508**	1	.391**	.558**	.360**	.644**	.602**	.487**	.311**	.300**	.327**	.433**	.567**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.004	.002	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y5	Pearson Correlation	.585**	.663**	.431**	.391**	1	.720**	.742**	.635**	.708**	.464**	.427**	.448**	.452**	.657**	.703**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	.669**	.651**	.554**	.558**	.720**	1	.757**	.745**	.771**	.565**	.432**	.556**	.550**	.773**	.724**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y7	Pearson Correlation	.538**	.643**	.446**	.360**	.742**	.757**	1	.629**	.732**	.523**	.376**	.558**	.530**	.704**	.701**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y8	Pearson Correlation	.581**	.623**	.696**	.644**	.635**	.745**	.629**	1	.838**	.660**	.395**	.469**	.657**	.683**	.815**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y9	Pearson Correlation	.659**	.621**	.621**	.602**	.708**	.771**	.732**	.838**	1	.662**	.514**	.560**	.611**	.746**	.820**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y10	Pearson Correlation	.532**	.551**	.461**	.487**	.464**	.565**	.523**	.660**	.662**	1	.298**	.442**	.458**	.595**	.668**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y11	Pearson Correlation	.426**	.420**	.465**	.311**	.427**	.432**	.376**	.395**	.514**	.298**	1	.395**	.343**	.344**	.482**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.004		.000	.001	.001	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y12	Pearson Correlation	.449**	.578**	.311**	.300**	.448**	.556**	.558**	.469**	.560**	.442**	.395**	1	.430**	.502**	.525**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y13	Pearson Correlation	.531**	.497**	.541**	.327**	.452**	.550**	.530**	.657**	.611**	.458**	.343**	.430**	1	.551**	.581**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y14	Pearson Correlation	.493**	.520**	.472**	.433**	.657**	.773**	.704**	.683**	.746**	.595**	.344**	.502**	.551**	1	.630**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y15	Pearson Correlation	.702**	.701**	.572**	.567**	.703**	.724**	.701**	.815**	.820**	.668**	.482**	.525**	.581**	.630**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y	Pearson Correlation	.735**	.760**	.677**	.636**	.796**	.885**	.823**	.891**	.926**	.719**	.547**	.635**	.688**	.812**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Reliability X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.912	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.4945	.50274	91
X1.2	4.4505	.50031	91
X1.3	4.1319	.99117	91
X1.4	4.4286	.49761	91
X1.5	4.6264	.48645	91
X1.6	4.2308	.98969	91
X1.7	4.2088	1.01671	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.367	4.132	4.626	.495	1.120	.032	7
Item Variances	.569	.237	1.034	.797	4.368	.162	7

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.5714	17.648	4.20091	7

Reliability X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.741	.740	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.5714	.49761	91
X2.2	4.4286	.49761	91
X2.3	4.5495	.50031	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.516	4.429	4.571	.143	1.032	.006	3
Item Variances	.249	.248	.250	.003	1.011	.000	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.5495	1.473	1.21348	3

Reliability X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.855	.855	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.5055	.50274	91
X3.2	4.5165	.50250	91
X3.3	4.5604	.49908	91
X3.4	4.4396	.49908	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.505	4.440	4.560	.121	1.027	.002	4
Item Variances	.251	.249	.253	.004	1.015	.000	4

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.0220	2.800	1.67317	4

Reliability X4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.791	.822	4

Item Statistics

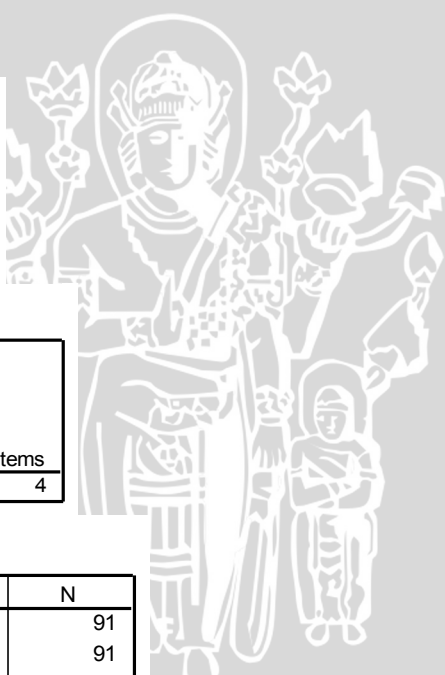
	Mean	Std. Deviation	N
X4.1	4.5495	.50031	91
X4.2	4.5165	.50250	91
X4.3	4.4945	.50274	91
X4.4	4.0989	.86993	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.415	4.099	4.549	.451	1.110	.045	4
Item Variances	.378	.250	.757	.506	3.023	.064	4

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.6593	3.716	1.92769	4



Reliability X5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.878	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X5.1	4.6044	.49169	91
X5.2	4.4615	.50128	91
X5.3	4.2088	1.14034	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.425	4.209	4.604	.396	1.094	.040	3
Item Variances	.598	.242	1.300	1.059	5.379	.370	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.2747	3.713	1.92680	3

Reliability X6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.774	.823	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X6.1	4.6593	.47656	91
X6.2	4.4396	.61840	91
X6.3	4.2857	.93435	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.462	4.286	4.659	.374	1.087	.035	3
Item Variances	.494	.227	.873	.646	3.844	.114	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.3846	3.062	1.74973	3

Reliability X7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.805	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X7.1	4.4505	.50031	91
X7.2	4.4835	.50250	91
X7.3	4.6044	.49169	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.513	4.451	4.604	.154	1.035	.007	3
Item Variances	.248	.242	.253	.011	1.044	.000	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.5385	1.607	1.26761	3



Reliability Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.940	.949	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.6923	.46410	91
Y2	4.5604	.49908	91
Y3	4.5604	.49908	91
Y4	4.4066	.49392	91
Y5	4.5495	.67105	91
Y6	4.2088	1.14034	91
Y7	4.2088	1.01671	91
Y8	3.6264	1.21699	91
Y9	3.5385	1.31071	91
Y10	4.6044	.49169	91
Y11	4.4615	.50128	91
Y12	4.5495	.50031	91
Y13	4.5055	.50274	91
Y14	4.2967	.93683	91
Y15	3.1648	1.38455	91

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.262	3.165	4.692	1.527	1.483	.207	15
Item Variances	.715	.215	1.917	1.702	8.900	.382	15

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
63.9341	87.418	9.34975	15

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X7, X2, X4, X3, X1, X6, X5	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.710	.685	5.24460	1.868

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X4, X3, X1, X6, X5

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5584.623	7	797.803	29.005	.000 ^a
	Residual	2282.981	83	27.506		
	Total	7867.604	90			

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X4, X3, X1, X6, X5

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-32.660	11.170		-2.924	.004		
	X1	.812	.182	.365	4.457	.000	.522	1.916
	X2	.151	.497	.020	.304	.762	.842	1.188
	X3	1.079	.381	.193	2.830	.006	.751	1.332
	X4	.183	.324	.038	.563	.575	.783	1.277
	X5	1.101	.418	.227	2.635	.010	.472	2.118
	X6	1.139	.406	.213	2.807	.006	.606	1.650
	X7	1.271	.463	.172	2.744	.007	.887	1.127

a. Dependent Variable: Y

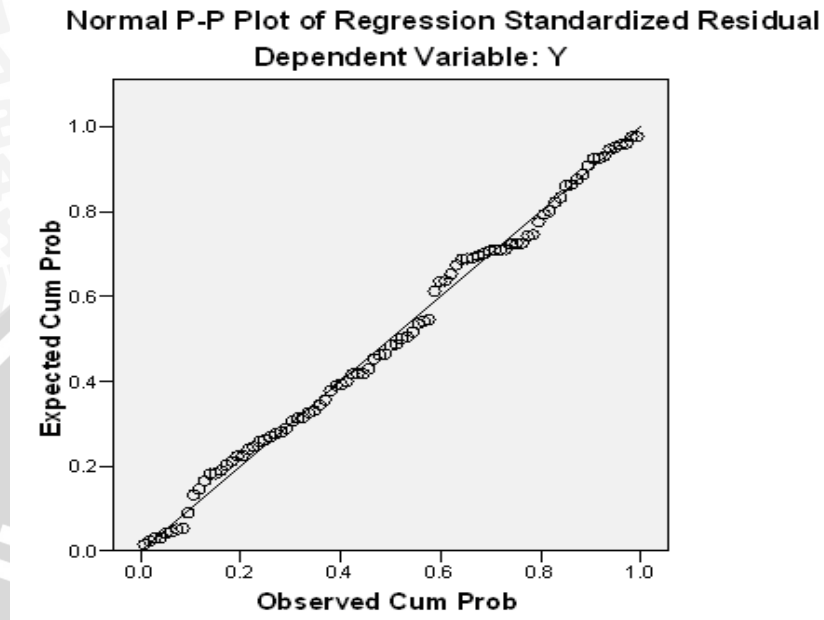
Correlations

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	
Pearson Correlation	Y	1.000	.699	.248	.480	.245	.678	.639	.337
	X1	.699	1.000	.315	.220	.211	.620	.499	.179
	X2	.248	.315	1.000	.153	-.085	.244	.103	.058
	X3	.480	.220	.153	1.000	.223	.412	.396	.104
	X4	.245	.211	-.085	.223	1.000	.369	.141	-.142
	X5	.678	.620	.244	.412	.369	1.000	.502	.116
	X6	.639	.499	.103	.396	.141	.502	1.000	.266
	X7	.337	.179	.058	.104	-.142	.116	.266	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.009	.000	.010	.000	.000	.001
	X1	.000	.	.001	.018	.022	.000	.000	.044
	X2	.009	.001	.	.074	.211	.010	.165	.291
	X3	.000	.018	.074	.	.017	.000	.000	.162
	X4	.010	.022	.211	.017	.	.000	.091	.089
	X5	.000	.000	.010	.000	.000	.	.000	.136
	X6	.000	.000	.165	.000	.091	.000	.	.005
	X7	.001	.044	.291	.162	.089	.136	.005	.
N	Y	91	91	91	91	91	91	91	91
	X1	91	91	91	91	91	91	91	91
	X2	91	91	91	91	91	91	91	91
	X3	91	91	91	91	91	91	91	91
	X4	91	91	91	91	91	91	91	91
	X5	91	91	91	91	91	91	91	91
	X6	91	91	91	91	91	91	91	91
	X7	91	91	91	91	91	91	91	91



Hasil Uji Asumsi Klasik

Grafik Uji Normalitas Data



Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.710	.685	5.24460	1.868

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X4, X3, X1, X6, X5

b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.522	1.916
	X2	.842	1.188
	X3	.751	1.332
	X4	.783	1.277
	X5	.472	2.118
	X6	.606	1.650
	X7	.887	1.127

a. Dependent Variable: Y



Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

			X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	AX1	AX2	AX3	AX4	AX5	AX6	AX7
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.325**	.103	.226*	.177	.130	.196	-.201	.000	.145	.057	-.203	-.104	.096
		Sig. (2-tailed)	.	.002	.372	.031	.149	.182	.063	.057	.997	.169	.589	.055	.327	.367
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X2	Correlation Coefficient	.325**	1.000	.158	-.093	.254*	.139	.067	-.122	-.064	-.023	-.062	-.104	.068	-.046
		Sig. (2-tailed)	.002	.	.134	.381	.015	.188	.530	.251	.547	.826	.560	.326	.522	.665
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X3	Correlation Coefficient	.103	.158	1.000	.234*	.082	.078	.119	-.140	-.047	.041	.030	-.138	-.152	-.170
		Sig. (2-tailed)	.372	.134	.	.026	.000	.458	.262	.187	.660	.700	.779	.193	.151	.107
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X4	Correlation Coefficient	.226*	-.093	.234*	1.000	.409**	.200	-.119	-.041	.067	-.080	-.039	-.101	.040	-.008
		Sig. (2-tailed)	.031	.381	.026	.	.000	.057	.262	.703	.525	.453	.716	.340	.709	.942
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X5	Correlation Coefficient	.177	.254**	.082	.409**	1.000	.128	.119	-.158	.127	.204	-.030	-.072	.003	.025
		Sig. (2-tailed)	.149	.015	.000	.000	.	.253	.261	.203	.230	.053	.781	.516	.974	.812
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X6	Correlation Coefficient	.130	.139	.078	.200	.128	1.000	.259*	1.000	.090	.166	.166	-.139	-.138	.154
		Sig. (2-tailed)	.182	.188	.458	.057	.253	.	.013	.130	.397	.116	.116	.193	.192	.144
N		91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X7	Correlation Coefficient	.196	.067	.119	-.119	.119	.259*	1.000	1.000	-.085	.158	-.024	.005	-.126	-.057	.103
	Sig. (2-tailed)	.063	.530	.262	.261	.013	.	.424	.424	.136	.823	.960	.230	.592	.333	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX1	Correlation Coefficient	-.201	-.122	-.140	-.041	-.158	-.190	-.085	1.000	1.000	.040	-.056	.037	.070	.312**	.025
	Sig. (2-tailed)	.057	.251	.187	.703	.203	.130	.424	.	.703	.599	.726	.454	.003	.813	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX2	Correlation Coefficient	.000	-.064	-.047	.067	.127	.090	.158	.040	1.000	1.000	-.061	.082	-.041	.023	.135
	Sig. (2-tailed)	.997	.547	.660	.525	.230	.397	.136	.703	.	.564	.438	.696	.831	.201	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX3	Correlation Coefficient	.145	-.023	.041	-.080	.204	.166	-.024	-.056	-.061	1.000	1.000	.120	.179	.043	.054
	Sig. (2-tailed)	.169	.826	.700	.453	.053	.116	.823	.599	.564	.	.258	.090	.685	.613	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX4	Correlation Coefficient	.057	-.062	.030	-.039	-.030	.166	.005	.037	.082	.120	1.000	1.000	-.113	.033	.122
	Sig. (2-tailed)	.589	.560	.779	.716	.781	.116	.960	.726	.438	.258	.	.288	.754	.249	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX5	Correlation Coefficient	-.203	-.104	-.138	-.101	-.072	-.139	-.126	.070	-.041	.179	-.113	1.000	1.000	.077	.082
	Sig. (2-tailed)	.055	.326	.193	.340	.516	.193	.230	.454	.696	.090	.288	.	.469	.439	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX6	Correlation Coefficient	-.104	.068	-.152	.040	.003	-.138	-.057	.312**	.023	.043	.033	.077	1.000	.143	
	Sig. (2-tailed)	.327	.522	.151	.709	.974	.192	.592	.003	.831	.685	.754	.469	.	.177	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
AX7	Correlation Coefficient	.096	-.046	-.170	-.008	.025	.154	.103	.025	.135	.054	.122	.082	.143	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.367	.665	.107	.942	.812	.144	.333	.813	.201	.613	.249	.439	.177	.	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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

UNIVERSITAS BRAWIJAYA





SURAT KETERANGAN

No. 017/DNY/MLG/2008

Dengan ini kami menerangkan, bahwa :

- N a m a : **DYAN EKA CHRISTIANA**
- Tempat, tanggal lahir : Jombang, 17 Januari 1981
- A l a m a t : Jl. Aster No. 2 Mojowangi, Mojowarno - Jombang
- Lembaga Pendidikan : Universitas Brawijaya Malang
- Program Study : Fak. Ilmu Administrasi – Jurusan Adm Bisnis
- N I M : 0410322003



Telah melakukan penelitian untuk penulisan skripsi di PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Dinoyo Malang dari tanggal 10 Juni 2008 s/d 10 Juli 2008 dengan judul :

BEBERAPA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN INTERNET BANKING (STUDI PADA PT. BANK CENTRAL ASIA, Tbk CABANG DINOYO – MALANG)

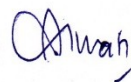
Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juli 2008

PT. BANK CENTRAL ASIA, Tbk
KCP Dinoyo – Malang

Bambang Sutanto
Pemimpin KCP



Heni Setiowati
Kabag. Pend. Ops



BANK CENTRAL ASIA

Malang Branch : Jl. Jend. Basuki Rachmat 70-74 Malang 65111, Tel.(0341) 364500 (hunting) Fax.(0341) 364740 Telex : 31087, 31964 BCAMLG IA.



CURRICULUM VITAE

- Nama : Dyan Eka Christiana
- Nomor Induk Mahasiswa : 0410322003
- Tempat dan tanggal lahir : Jombang, 17 Januari 1981
- Pendidikan :
1. SDK YBPK Mojowarno Tamat tahun 1993
 2. SMPK YBPK Mojowarno Tamat tahun 1996
 3. SMU PGRI 1 Jombang Tamat tahun 1999
 4. D3 Manajemen Informatika, FMIPA, Unibraw
Tamat tahun 2004

