

**NASKAH PUBLIKASI**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN**  
**NASABAHUNTUK MENGGUNAKAN FASILITAS**  
**INTERNET BANKING PADA BANK**  
**(Studi Kasus Di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**SUSILAWATI / 132100014**

**Skripsi Ini Disusun Untuk Melengkapi Persyaratan**  
**Dalam Mmepereoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**2017**



## LEMBAR PENGESAHAN

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN NASABAH UNTUK MENGUNAKAN FASILITAS INTERNET BANKING PADA BANK**

**(Studi Kasus Di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)**


Disusun Oleh :

**Susilawati**

**132100014**

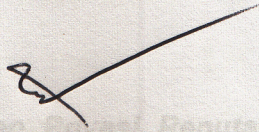
Telah diseminarkan untuk dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi  
pada tanggal 24 Juli 2017

**Pembimbing**

  
(Abdul Salam, S.H.I.,M.A.)

Mengetahui,

Kepala Prodi Perbankan Syariah



*Kata Kunci : Kepercayaan, Kesamanan, Privasi, Reputasi dan Kemauan Menggunakan internet Banking.*



## ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berkembang pesat di Negara-negara salah satunya di Negara Indonesia. Teknologi internet mampu mampu menghilangkan batas ruang dan waktu bersifat global/internasional bahkan tanpa batas Negara. Bagi bank syariah pelayanan melalui internet baking dapat menjadi jembatan kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam proses hal mempercepat pelayanan jasa bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Privasi, Kepercayaan, Keamanan, Reputasi dan keinginan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Jumlah populasi 17.231 nasabah dengan sampel 50 nasabah dengan menggunakan rumus roscoe. Perhitungan menggunakan SPSS 20,0 For Windows. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kepercayaan, Keamanan, Privasi dan Reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

***Kata Kunci : Kepercayaan, Keamanan, Privasi, Reputasi dan Kemauan Menggunakan Internet Banking.***

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada saat ini dizaman perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggubah strategi bisnis termasuk pada dunia perbankan dengan menempatkan teknologi informasi dan komunikasi juga telah mendorong inovasi di bidang pelayanan jasa termasuk jasa pelayanan perbankan. Teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh besar terhadap persaingan perusahaan, saat ini bank bukan hanya bersaing dalam layanan perbankan tradisional, tetapi juga memperluas lingkup-lingkup persaingan untuk teknologi informasi dan komunikasi dengan adanya layanan internet banking. *Electronic transaction* dalam bentuk internet banking merupakan salah satu bentuk baru sebuah pengembangan *delivery channel* pelayanan bank yang menggubah strategi bisnis perbankan semula lebih banyak mengandalkan pada teknologi manusia menjadi teknologi informasi.

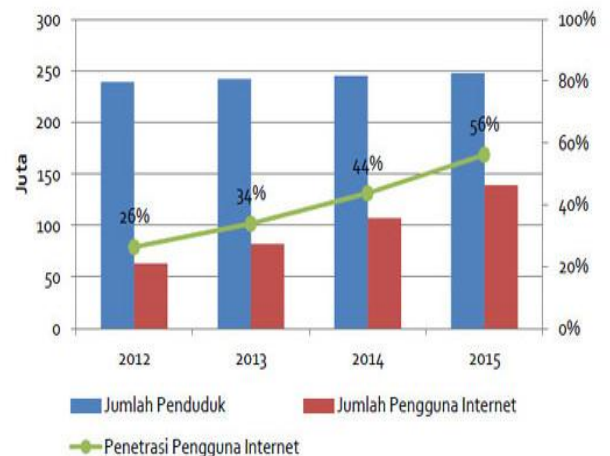
Berdasarkan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan handal Bank menjadi tempat parameter keamanan didalam dunia perbankan. Adanya *internet banking* kemajuan yang diciptakan oleh perbankan memenuhi kebutuhan pelanggan. Saat ini perbankan sedang memperkenalkan internet banking sebagai suatu jaminan kepada nasabah, dimana perbankan bisa lebih memelihara sebuah mutu yang kompetitif dalam pelayanan dimasa

yang akan datang. Selain itu dengan adanya sistem teknologi yang memadai bank mampu bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang cukup mengglobal.

Transaksi *Internet Banking* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah benar-benar merasakan manfaat *Internet Banking* ini. Untuk mempermudah dan mempercepat proses pembayaran sangat dibutuhkan bantuan teknologi. Teknologi masa kini identik dengan komputerisasi tentu kemudahan bertransaksi melalui *Internet Banking* merupakan salah satu cara dan upaya pihak bank untuk mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan bank. Salah satu Bank yang menawarkan jasa *Internet Banking* adalah Bank BNI Syariah.

Pada saat ini perkembangan *Internet Banking* telah berkembang pesat di Indonesia:

Gambar 1.1 Perkembangan Internet Banking pada Bank Indonesia<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Berdasar data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia 2015

Jasa pelayanan bank dalam bentuk *Internet Banking* sepertinya telah menjadi keharusan, karena kebutuhan dunia usaha dan nasabah bank semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk itu internet banking dapat menjadi jembatan kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam proses hal mempercepat pelayanan jasa bank. Hampir seluruh perbankan saat ini menggunakan layanan *Internet Banking*.<sup>2</sup>

Misalnya Bank BCA menggunakan istilah dengan *m-BCA*, Bank Mandiri menggunakan istilah *Mandiri SMS Banking*, Bank Syariah Mandiri menggunakan istilah *BSM MBG*, Bank BNI menggunakan istilah *BNI Mobile*, Bank Buana menggunakan istilah *Bank Buana Mobile Banking*, *Bank Niaga menggunakan istilah NPA (Niaga Ponsel Acces)*, dan Bank Citibank menggunakan istilah *CSP (Cellular Service Provider)*, dan masih banyak yang lainnya. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan mencoba mencari faktor-faktor yang menjadi

penentu nasabah untuk mau menggunakan internet banking.<sup>3</sup>

Perkembangan *Internet Banking* di Indonesia sangat berkembang dengan pesat, dapat dilihat dari banyaknya bank-bank syariah yang menawarkan jasa tersebut. Selain itu minat nasabah di Indonesia terhadap *Internet Banking* juga sangat baik.<sup>4</sup>

Alasan memilih Bank BNI Syariah adalah karena layanan *Internet Banking* BNI Syariah dilengkapi sistem keamanan berlapis dengan dukungan keamanan jaringan SSL (Secure Socket Layer) bersifat versign 128 bit serta teknologi pengaman transaksi menggunakan soft token/sms token yang lebih unggul dibanding beberapa Bank Syariah lain, hemat biaya transaksi, sebagian besar dapat digunakan secara gratis, bank yang pertama menerapkan metode online register (daftar online) yaitu untuk memperoleh layanan *Internet Banking* BNI Syariah nasabah langsung melakukan registrasi

---

<sup>3</sup> Lydia A. W. "Analisis Hubungan Faktor-faktor *Tecnology Acceptance, Trust, Risk dan Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking*".*The 2<sup>nd</sup> National Conference UKWMS*, (Surabaya 6 september 2008). hlm. 3.

<sup>4</sup> [Library.umn.ac.id/eprints/149/2/yudi-bab1-wm-pdf](http://Library.umn.ac.id/eprints/149/2/yudi-bab1-wm-pdf). Sabtu, 20 maret. pukul 14.37 WIB

secara mandiri yang dilakukan melalui website BNI Syariah.<sup>5</sup>

Salah satu faktor yang penting dalam penggunaan *Internet Banking* ialah Kepercayaan dan keamanan bagi para nasabah. Sementara ini, keamanan kurang di prioritaskan oleh banyak bank yang masuk ke internet di Indonesia. Banyak nasabah bank yang tidak mau menggunakan fasilitas *Internet Banking* karena merasa tidak aman ketika melakukan transaksi.<sup>6</sup>

Keamanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi nasabah dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Faktor kepercayaan dalam *e-commerce* ialah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Konsep kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online banking* dan kepercayaan pada kelengkapan layanan yang terdapat didalam *Internet Banking*. Upaya tinggi harus dilakukan

---

<sup>5</sup>BRI Syariah “*BRI Syariah Luncurkan Internet Banking*”.(Jakarta : BRI Syariah 2014). Hal. 1. <http://www.brisyariah.co.id/?q=brisyariah-luncurkan-internet-banking>( 18Mei 2017).

<sup>6</sup> Analisis Keamanan Internet Banking pada Banki Indonesia\_UG.pdf. di akses pada tanggal 27 Juni 2017. Pukul 22.59.

oleh penyelenggara transaksi *online* agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyai pengaruh besar pada niat konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan mengenai kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan *Internet Banking*, maka peneliti bermaksud mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi para nasabah bank dalam menggunakan teknologi informasi *Internet Banking*. Oleh karna itu judul yang diambil dalam penelitian itu adalah “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Internet Banking Pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta*”.

#### **A. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keinginan para nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta untuk mencoba teknologi *Internet Banking*.

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Privasi terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking

---

<sup>7</sup> Eprints.ums.ac.id/26970/2/BAB-1.pdf. di akses pada tanggal 27 juni 2017. Pukul 22.39 WIB.

pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh reputasi terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

#### **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti variabel-variabel yang menyebabkan nasabah yang mau menggunakan *Internet Banking*, yaitu variabel kepercayaan terhadap *Internet Banking* dan variabel keamanan (keinginan) nasabah untuk mencoba menggunakan *Internet Banking* yang diadopsi dari penelitian *Foch dan Koh*.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fock dan Koh. "Conceptualization Of Trust and Commitment, and Understanding, and Understanding the Relationship Between Trust, Commitment and Willingness to Try Internet Banking Services". *Journal of Nanyang Business School*. Hlm 1-24.

#### **C. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti menentukan pokok permasalahan pada peneliti ini yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta ?
2. Apakah faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta ?
3. Apakah faktor reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta?
4. Apakah faktor privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta ?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Praktisi

Untuk membantu pihak bank mengetahui karakteristik yang mempengaruhi nasabah untuk mau menggunakan fasilitas *Internet Banking*.

## 2. Bagi Akademisi

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang system informasi dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan literatur bidang penyusunan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi teknologi *Internet Banking* bagi penelitian selanjutnya dan sejenisnya.

## LANDASAN TEORI

### 1. Kepercayaan Menggunakan Internet Banking

Kepercayaan merupakan sebuah peristiwa yang sangat kompleks dan multidimensional. Menurut Morgan dan Hunt dalam Fenny,<sup>9</sup> kepercayaan hadir atau ada “saat satu pihak mempunyai keyakinan diri pada reabilitas dan

integritas dari partner (rekan). Sebuah pertanyaan tentang kepercayaan mungkin akan terlihat lebih penting pada saat transaksi *online* tidak perlu berada dalam satu lokasi fisik yang sama, sehingga dapat menghilangkan kemungkinan untuk penggunaan faktor-faktor semacam berjabat tangan dan bahasa tubuh untuk mengukur dan membangun sebuah kepercayaan.

Penggunaan *Internet Banking* sebagai layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*. Untuk dapat menggunakan layanan ini, seorang nasabah akan dibekali dengan *login* dan *kode akses* ke situs *web* dimana terdapat fasilitas *e-banking* milik bank bersangkutan. Selanjutnya, nasabah dapat melakukan *login* dan melakukan sebuah aktifitas perbankan melalui situs *web* bank bersangkutan. Sama seperti halnya pada fasilitas ATM, lewat sarana *internet* seorang nasabah dapat juga melakukan aktifitas pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, sehingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan melalui rekening banknya.

Menurut para peneliti yang dilakukan oleh Achraf Ayadi, *Internet Banking* yang diperlukan sebagai salah satu layanan

---

<sup>9</sup> Fenny. “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* di Surabaya”. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 8:1. (Mei 2006). Hlm. 40



sistem informasi dari pihak perbankan yang paling penting yang mampu menghasilkan informasi keuangan, yang meliputi cek saldo, transfer dana, informasi tagihan kartu kredit, pembayaran tagihan, dan sebagainya melalui suatu alat mampu *internet* tanpa kabel. Sangat penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan sebuah transaksi secara *on-line* tanpa harus repot-repot mengunjungi Bank tempat mereka menjadi nasabah.<sup>10</sup>

Menurut penelitian mengindikasikan bahwa *opportunistic behaviour control* merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap *internet banking*, dan oleh *shared value* dan komunikasi, penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan berperan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna internet banking.<sup>11</sup>

Kepercayaan dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran 118 yaitu:<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Almilia dan Giarta. 1992. "Perspektif Nasabah Perbankan atas Kehadiran SMS Banking dan WAP Banking sebagai Sistem Informasi Perbankan Yang Bernilai Tambah". *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*.

<sup>11</sup> Fenny. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruh". Hlm. 35

<sup>12</sup> Al Imran (3). Hlm. 118.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّخِذُوا بِيضَانَكُمْ لِيَأْتِيَنَّكُمْ جِبَالٌ مِّنَ  
وَدُوَامَا عَيْنَيْكُمْ قَدْ بَدَتِ الْبُغْظَاءُ مِمَّنْ أَقْرَاهُمْ صِلْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ  
قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الْآيَةَ إِنَّ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ {118}

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang diluar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. Mereka menyukai apa yang menyusahkan kamu. Telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah kami terangkan kepadamu ayat-ayat (kami), jika kamu memahaminya.

## 2. Keamanan

Keamanan ialah sebagai perlindungan data dari pengumuman yang disengaja maupun tidak disengaja oleh orang yang tidak mempunyai wewenang. Ravald dan Gronroos menunjukkan bahwa keamanan dapat membangun kepercayaan.<sup>13</sup> Atau keamanan merupakan manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan untuk mencegah, mengatasi, dan

---

<sup>13</sup> Siew T. Fock dan Hian C. Koh. "Conceptualization The Relationships Between Trust and Commitment and Willingness To Try Internet Banking Services". *International Journal Of Business and Information*. Vol. 1. No. 2. (Desember 2006). Hal. 197

melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan ilegal.<sup>14</sup>

Keamanan menjadi alasan yang utama terlambatnya perkembangan layanan ini. Namun tautan kompetisi membuat bank-bank lain tidak ingin ketinggalan dan turut membangun fasilitas yang sama, tidak terkecuali bank syariah. Padahal ancaman *cybercrime* terhadap keamanan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* di Indonesia sangat besar.<sup>15</sup>

Menurut *Survey Nielsen* menyatakan, Indonesia menempati posisi ke-enam terbesar didunia atau ke-empat di Asia dalam tindakan kejahatan *Internet Banking* di Indonesia merupakan kasus pembobolan rekening nasabah Bank Central Asia dengan menggunakan *clickbca*.<sup>16</sup>

### 3. Reputasi

Reputasi merupakan sebagai keseluruhan kualitas atau karakter sebagaimana dapat kita lihat atau nilai oleh masyarakat umum.<sup>17</sup>

Reputasi adalah sebagian besar dari prospek risiko yang berdampak pada pendapatan dan modal akibat adanya pendapat negatif dari publik. Hal ini berdampak pada penetapan hubungan baru atau layanan atau kelanjutan layanan hubungan konvensional. Resiko reputasi ini membuka persengketaan ke lembaga pengadilan, kehilangan keuangan, atau kemunduran pada nasabahnya. Reputasi suatu bank mungkin rusak apabila layanan *Internet Banking* dilaksanakan dengan tidak baik yang dapat berakibat hilangnya kepercayaan nasabah dan masyarakat.<sup>18</sup>

### 4. Privasi

Privasi atau rahasia merujuk pada hak-hak individu dan organisasi untuk dapat menentukan kapan, bagaimana, dan kepada apa lingkup informasi tentang mereka disampaikan ke pada pihak lain. Dari pengertian ini, dapat dikonseptualisasikan bahwa privasi merupakan

---

<sup>14</sup> Pacarita. "Pengertian Keamanan System Informasi".dalam <http://pacarita.com/mengenal-keamanan-sistem-informasi.html>. Akses 24 mei 2014. Pkl. 17.04

<sup>15</sup> Irsyadmemoirs. Wordpress. Com//Internet Banking; Sistem Informasi Yang Bernilai Tambah. Akses 12 April 2017

<sup>16</sup> Www. Kompas. Com. Akses 12 April 2017.

---

<sup>17</sup> Foch dan Koh."Conceptualization Of Trust and Commitment". Hlm. 198

<sup>18</sup> Budi Agus Riswandi. Op, Cit. Hlm. 34.

kemampuan sebuah bank untuk mampu melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap penggunaan yang tidak berwenang.<sup>19</sup>

Kerahasiaan data-data nasabah merupakan aspek yang sangat penting. Para nasabah pastinya tidak akan tertarik menggunakan layanan internet banking apabila privasi atau rahasia mereka sebagian nasabah diketahui dan disalah gunakan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab.

### 5. Kemauan Menggunakan Internet Banking

Kemauan (minat) merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari kemauan tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang dan adanya daya tarik dari obyek. Timbulnya Kemauan tidak secara tiba-tiba melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalaman dan kebiasaan.

<sup>19</sup> Mukherje. A dan Nath. P. "A Model Of Trust in Online Relationship Banking". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 2 No. 1(2003). Hlm. 10.

Didalam islam sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah 284 yaitu:<sup>20</sup>

يَلِيهِ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۗ وَإِنْ تُبْدُوا مَا فِي أَنْفُسِكُمْ  
أَوْ تُخْفُوهُ يُحَاسِبْكُمْ بِهِ اللَّهُ ۗ فَيَغْفِرُ لِمَنْ يَشَاءُ وَيُعَذِّبُ مَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ  
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ {284}

Artinya: "Milik Allah-lah apa yang ada dilangit dan apa yang ada dibumi. Jika kamu nyatakan apa yang ada didalam hatimu atau kamu sembunyikan, niscaya Allah memperhitungkannya (tentang perbuatan itu) bagimu. Dia mengampuni siapa yang Dia kehendaki dan mengazab siapa yang dikehendaki. Allah maha kuasa atas segala sesuatu".

### A. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1  
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Abdurrahman Al-Gunain	Faktor-faktor Yang Mempeng	- Faktor kepercayaan nasabah terbukti dapat

<sup>20</sup> Al-Baqarah (2): 168.

	Sripsi 2009.	<p>aruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta a.</p>	<p>mempengaruh i kemauan nasabah untuk mencoba teknologi <i>mobile banking</i>. - Faktor keamanan terbukti dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah untuk menggunakan teknologi <i>mobile banking</i>. - Faktor reputasi bank terbukti dapat memepengaruhi kepercayaan</p>
--	-----------------	--	--

			<p>nasabah untuk menggunakan teknologi <i>internet banking</i>. - Faktor privasi terbukti dapat memepengaruhi kepercayaan nasabah untuk menggunakan teknologi <i>mobile banking</i>.</p>
--	--	--	--



NO	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Kesimpulan
2.	Aiisiyah Amanah 2014	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah.	- Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> pada nasabah. - Persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet</i>

			<i>banking</i> pada nasabah.
--	--	--	------------------------------

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
3.	Febrian Maulana Yusuf 2013	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta.	- Tidak dapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan <i>Internet Banking</i> pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta. - Terdapat pengaruh

			<p>positif signifikan antara persepsi kenyamanan terdapat minat menggunakan <i>Internet Banking</i> pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta.</p> <p>- Terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan</p>
--	--	--	---

			<p>kan <i>Internet Banking</i> pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta .</p>
--	--	--	--

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
4.	Riris Ayu Fatma Nadya 2015	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna an Internet Banking dengan Menggunakan Theory Of Planned Behavior Pada Nasabah BNI Syariah Kediri.	- Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BNI Syariah Kediri untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> . - Kontrol perilaku persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap

			minat nasabah BNI Syariah Kediri untuk menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> . - Keuntungan persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BNI Syariah Kediri untuk menggunakan layanan
--	--	--	--

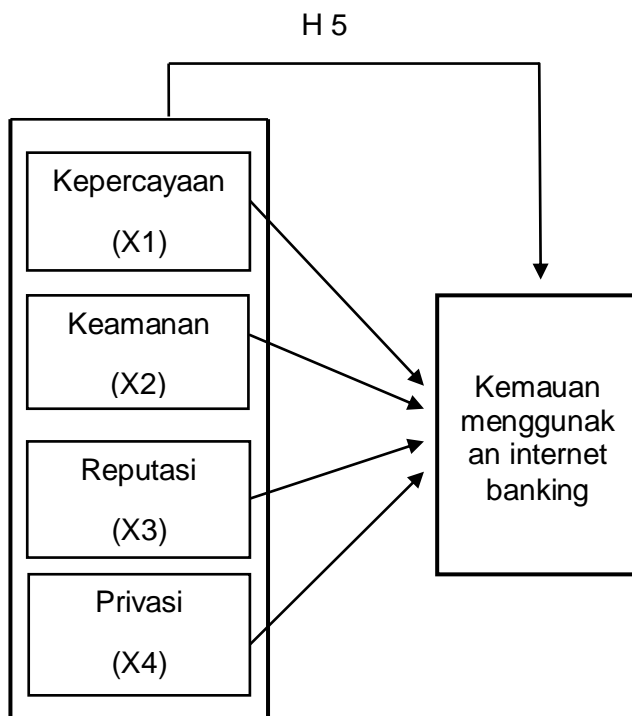
			<i>Internet Banking.</i>
--	--	--	--------------------------

### A. Kerangka Teori

Adapun alur dalam penelitian ini dapat dilihat pada kerangka teori dibawah ini:

Gambar 2.1

### Kerangka Teori



### B. Hipotesis

1. Ha : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan nasabah terhadap kemauan menggunakan internet banking.

2. Ha : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keamanan nasabah terhadap kemauan menggunakan internet banking.

3. Ha : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara reputasi nasabah terhadap kemauan menggunakan internet banking.

4. Ha : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara privasi nasabah terhadap kemauan menggunakan internet banking.

5. Ha : kepercayaan, Keamanan, reputasi dan privasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan menggunakan internet banking.

### METODE PENELITIAN

Penelitian termasuk jenis penelitian kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang biasanya digunakan dengan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap suatu data, dan penampilan hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut yang disertai gambar, grafik, tabel, atau bagian lainnya.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Arikunto. (2010). *prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm. 12



Kegiatan penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Subjek penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Sedangkan obyek penelitian ini adalah Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Internet Banking pada Bank.

Variabel penelitian (**dependen**: Kemauan nasabah untuk menggunakan fasilitas internet banking, **independen**: kepercayaan, keamanan, reputasi, dan privasi). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan teknik pengumpulan data (data primer, dan skunder).

## **HASIL PEMBAHASAN**

### **A. Deskriptif Data Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah banyak 50 nasabah tabungan Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Jenis responden dalam penelitian ini merupakan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Berikut ini adalah deskripsi jenis responden:

Berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak adalah berjenis kelamin wanita 28 orang dengan persentase 55%. Kemudian untuk responden pria sebanyak 22 orang dengan persentase 44%.

Berdasarkan usia dibagi menjadi 5 kategori dari 20 tahun, antara 21-30 tahun, antara 31-40 tahun, antara 41-50 tahun, dan antara 51-60. Jumlah responden berdasarkan usia antara lain kurang 20 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 4%, kemudian usia antara 21-30 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 48%, kemudian usia 31-40 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 10%, kemudian usia 41-50 tahun banyak 7 orang dengan persentase 10%, kemudian usia 51-60 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 14%.

Berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 5 berkategori yaitu PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga, dan Lainnya. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan PNS sebanyak 11 orang dengan persentase 22%, kemudian berdasarkan Karyawan Swasta sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, kemudian Wiraswasta sebanyak 2 orang dengan persentase 4%, kemudian ibu rumah tangga sebanyak 4 orang dengan persentase 8%, dan kemudian banyak yang lainnya sebanyak 15 dengan persentase 30%.

## B. Uji Validitas dan Reabilitas

### a. Uji Validitas

Validitas data diukur dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  (*rproduct moment*). Dengan tingkat sig. ( $\alpha$ ) 5% dan keabsahan ( $n-2$ ) maka:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  = Suatu Instrumen dinyatakan valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  = Suatu Instrumen dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P 1	94,34	60,270	,571	,937
P 2	94,18	61,661	,474	,939
P 3	94,22	61,196	,522	,938
P 4	94,30	60,663	,573	,937
P 5	94,28	61,144	,470	,939
P 6	94,42	58,616	,683	,936
P 7	94,34	59,943	,569	,937
P 8	94,46	59,111	,729	,935
P 9	94,44	59,068	,678	,936

P 10	94,44	58,456	,599	,937
P 11	94,26	60,768	,567	,937
P 12	94,26	60,319	,576	,937
P 13	94,40	58,694	,717	,935
P 14	94,40	57,918	,760	,934
P 15	94,38	59,016	,677	,936
P 16	94,40	60,245	,576	,937
P 17	94,40	58,816	,754	,935
P 18	94,38	59,138	,712	,935
P 19	94,38	58,771	,758	,934
P 20	94,46	59,886	,585	,937
P 21	94,40	59,755	,637	,936
P 22	94,52	61,071	,499	,938

Sumber: SPSS Statistics Data 20.0

Berdasarkan tabel diatas data responden sebanyak 50 sampel pada tingkat signifikan 5% diperoleh nilai  $r_{tabel}$  0,2353. Dengan demikian dapat kita lihat bahwa perbandingan nilai *corrected item-Total correlation* > 0,2353 maka

instrument pernyataan dari setiap variabel dinyatakan valid.

**b. Reabilitas**

**Table 4.2**  
**Uji Reabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,939	22

Sumber: SPSS Statisticks ersi 20.0

Suatu instrument dinyatakan *reliabel* apa bila memiliki nilai Cronbach`s Alpha > 0,6 Jika Cronbach`s Alpha < 0,6 suatu instrumen dikatakan tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**C. Uji Hipotesis**

**a. Uji t (Uji Versial)**

Uji t adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial (sendiri-sendiri).

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{table}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka secara persial variabel tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (hipotesis ditolak).
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{table}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka secara persial variabel bebas berpengaruh

signifikan terhadap variabel terikat (hipotesis diterima).

Berikut hasil perhitungan Uji  $t_{hitung}$  dengan menggunakan program SPSS versi 20.0.

**Table 4.3**  
**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardi zed Coefficients		Stan dardi zed Coeff icient s	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Con stant)	2,368	2,564		,924	,361
V1	,074	,127	,066	,582	,563
V2	,134	,181	,099	,742	,462
V3	,734	,281	,358	2,618	,012
V4	,732	,230	,413	3,181	,003

a. Dependent Variable: Y

**Sumber: data SPSS Statistic Versi 20.0**

Dari table 2.10 dapat dijelaskan nilai  $t_{hitung}$  dan kolom  $t_{table}$  menjelaskan bahwa nilai dari pengaruh masing-masing variabel.

Dari tabel bisa disimpulkan bahwa nilai kepercayaan  $t_{hitung} 0,582 > t_{table} 0,67$  probitabilitas

signifikansi  $0,563 > 0,05$ , Keamanan  $t_{hitung} 0,742 > t_{table} 0,67$  probabilitas signifikan  $0,462 > 0,05$ , reputasi  $t_{hitung} 2,618 > t_{table} 0,67$  probabilitas signifikan  $0,012 < 0,05$ , dan Privasi  $t_{hitung} 3,181 > t_{table} 0,67$  probabilitas signifikan  $0,003 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan internet banking, untuk keamanan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan internet banking, reputasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan internet banking, privasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan internet banking.

#### a) Uji F (Uji Serentak)

Uji F pada dasarnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X1) Kepercayaan, (X2) Keamanan, (X3) Reputasi dan (X4) Privasi secara bersama terhadap variabel terikat keinginan menggunakan internet banking (Y). Kriteria pengambilan keputusan jika  $f_{hitung} > f_{table}$  maka secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan sebaliknya.

**Tabel 4.4**

#### Uji F (Uji Serentak)

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	222,598	4	55,649	29,398	,000 <sup>b</sup>
Residual	85,182	45	1,893		
Total	307,780	49			

a. Dependent Variable: Y

#### Sumber: data SPSS Statistic Versi 20.0

Perolehan hasil dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 29,398 sedangkan  $F_{table}$  sebesar 2,58 Hasil tersebut membuktikan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan demikian variabel kepercayaan, keamanan, reputasi dan privasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keinginan nasabah menggunakan internet banking.

#### a) Uji Determinan ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas menjelaskan dalam variabel terikat. Untuk nilainya dapat kita lihat dalam



kolom R Square seperti tabel dibawah ini.

**Tabel 4.5**  
**Uji Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,850 <sup>a</sup>	,723	,699	1,376

a. Predictors: (Constant), V4, V1, V2, V3

Dari tampilan tabel 2.11 dapat dijelaskan bahwa besarnya  $R^2$  ialah 0,72 yang berarti 07,233 atau 72,3% menjelaskan bahwa variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel penelitian ini dan 27,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

#### D. Uji Regresi Berganda

**Table 4.6**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,368	2,564		,924	,361
Kepercayaan	,074	,127	,066	,582	,563
1 Keamananan	,134	,181	,099	,742	,462
Reputasi	,734	,281	,358	2,618	,012
Privasi	,732	,230	,413	3,181	,003

a. Dependent Variable: Y

**Sumber: data SPSS Statistic Versi 20.0**

Berdasarkan tabel *Coefficients* digunakan untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikan koefisien regresi berganda. Hasil dari pengolahan data kolom kedua (*Unstandardized Coefesients*) bagian B pada baris pertama diperoleh model persamaan regresi linier berganda ialah:

$$Y=2,368+0,074x_1+0,134x_2+0,734x_3+0,732x_4$$

## **PENUTUP**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai kemauan menggunakan fasilitas *Internet Banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil regresi berganda membuktikan kepercayaan nasabah terbukti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah.
2. Dari hasil regresi berganda membuktikan keamanan tidak berpengaruh terhadap kemauan nasabah menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah.
3. Dari hasil regresi berganda membuktikan reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah.
4. Dari hasil regresi berganda membuktikan privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan fasilitas internet banking pada Bank BNI Syariah.

### **A. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh selanjutnya saran-saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Merujuk hasil penelitian bahwa manajemen Bank BNI dapat memprioritaskan pelaksanaan kualitas pelayanan internet banking dalam meningkatkan keinginan nasabah. Peningkatan kualitas tersebut dapat berupa peningkatan pada faktor-faktor keandalan, *responsive*, *empaty*, dan kenyataan.
2. Mengingat intensitas transaksi nasabah dengan internet sudah hampir setiap saat maka disarankan kepada pihak manajemen Bank BNI untuk selalu menjaga keamanan system dan kepuasan nasabah sehingga

nasabah tersebut terus bertahan pada Bank BNI.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an

2. Buku

Answar Syarifudin. (2008). *Reanilitas dan validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hlm.5.

Almilia dan Giarta.1992. "*Perpektif Nasabah Perbankan atas Kehadiran SMS Banking dan WAP Banking Sebagai Sistem Informasi Perbankan yang Bemilai Tambah*". Jurnal STIE Perbanas Surabaya.

Ainur Rofiq. (2007). "*Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus pada Pelangan E-Commerce di Indonesia)*". Tesis. Program Pasca Sarjana Fkultas Ekonomi Universitas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.

Arikunto. (2010). "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta.

Asnawi dan Masyhuri. (2011). "*Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran*". Malang: Ull Maliki Press.

Budi Agus Riswandi. Op, Cit.

Darren George dan Paul Mallery. 2003. "*SPSS For Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*". Boston: Allyn & Bacon.

Fenny. 2007-2010. "*Analisis Faktor-faktor yang mmpengaruh*".

Fenny. 2012. "*Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Internet Banking di Surabaya*". Jurnal Akuntansi dan Keuangan.

Fock dan Koh.2006 "*Conceptualization Of Trust and Commitment, and Understanding, and Understanding the Relationship Between Trust, Commitment and Willngness to Try Internet Banking Service*". *Journal of Nanyang Business School*.

Imam Ghozali. 2006. "*Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*". Cetakan IV, Udio. Semarang.

Indriantoro dan Bambang Sumpomo. 2014. "*Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*". Yogyakarta: BPF.

Lydia A. W. "*Analisis Hubungan Faktor-faktor Technology Acceptance, Trust, Risk dan Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking*". *The 2<sup>nd</sup> National Cobference UKWMS*. (Surabaya 6 September 2008).

- M. Pabundu Tika. 2006. *“Metodelogi Riset Bisnis”*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mukherje. A dan Nath. P. 2003. *“Model Of Trust In Online Relationship Banking”*. Internationl Journal Of Bank Marketing.
- Rangkuti dan Freddy. 2011. *“Riset Pemasaran”*. Cetakan X. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya. 2005. *“Pengaruh Rasa Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku para Mahasiswa dalam Penggunaan internet”*.Jumal Kinerja UAJY.
- Siew T. Fock dan Hian C. Koh. 2006. *“Conceptualization The Relationship Between Trust and Commitment and Willingness To Try Internet Banking Service”*. *International Journal Of Business and Information*.
- S. Maharsi dan M. Yuliani. 2007. *“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Babking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)”*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
- Suharsimi Arikonto. 2013. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2011. *“Metodelogi Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitaif”*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2005. *“Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis”*. Yogyakarta: UII Pers.
- Sunarto. 2006. *“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampak Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Tabungan BNI Kanca Kendal)”*. Skripsi Universitas Dipenogoro Semarang.
- Soeratno. 2008. *“Metodelogi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis”*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Santoso Singgih. 2001. *“Buku Latihan SPSS Parametik”*. Jakarta: Gramedia.
- Yughi Wicaksono. 2014. *“Aplikasi Excel Dalam Menganalisis Data”*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
3. Website
- Analisis Keamanan Internet Banking pada Banki Indonesia\_UG.pdf.

Eprints.ums.ac.id/26970/2/BAB-I.pdf.

Irsyadmemoirs. Wordpress. Com/Internet  
Banking; Sistem Informasi Yang Bernilai  
Tambah.

[http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan\\_dpr/Do  
cuments/Laporan\\_TriwulanIV\\_2016\\_27031  
7.pdf](http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan_dpr/Documents/Laporan_TriwulanIV_2016_270317.pdf)

Pacarita. "Pengertian Keamanan System  
Informasi".

[http://pacarita.com/mengenal-keamanan-  
sistem-informasi.html.](http://pacarita.com/mengenal-keamanan-sistem-informasi.html)

Www. Kompas. Com .

BNI Syariah "BNI Syariah Luncurkan Internet  
Banking". (Jakarta:BNISyariah 2004).

[http://www.BNIsyariah.co.id/?q=BNIsyariah-  
luncurkan-internet-banking.](http://www.BNIsyariah.co.id/?q=BNIsyariah-luncurkan-internet-banking)

[http://www.bni.co.id/id-  
id/tentangkami/sejarah.aspx.](http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/sejarah.aspx)

[www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah.](http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah)

[www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi.](http://www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi)