

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH PERBANKAN TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING***

**(Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* Di BRI Kantor
Cabang Purwokerto)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

IAIN PURWOKERTO

Oleh
**YANA AMALIAH
1323205024**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yana Amaliah

Nim : 1323205024

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* Di BRI Kantor Cabang Purwokerto)**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada

Purwokerto, 13 Deseember 2018

Saya yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
5000
RUPIAH
YANA AMALIAH
NIM.132.3205024



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

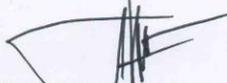
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

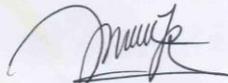
**PENGARUH PERSEPSI NASABAH PERBANKAN TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING*
(Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* di BRI Kantor
Cabang Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudari **Yana Amaliah** NIM. 1323205024 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**, tanggal **10 Januari 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

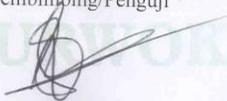
Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 1994031004

Sekretaris Sidang/Penguji


Dani Kusumastuti, SE., M.Si.
NIP. 197504202006042001

Pembimbing/Penguji


Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.
NIP. 197807162009012006

Purwokerto, Januari 2019

Mengetahui/Mengesahkan


Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 1994031004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Di –

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Yana Amaliah NIM. 1323205024 yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Internet Banking Di BRI Kantor Cabang Purwokerto)

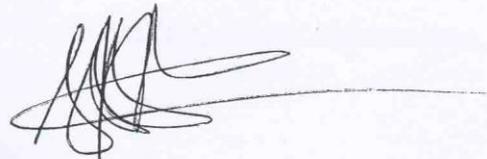
Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (.S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 13 Desember 2018

Pembimbing,



Sofia Yustiani Suryandari, M.Si
NIP. 197807162099012006

PENGARUH PERSEPSI NASABAH PERBANKAN TERHADAP MINAT MENGUNAKAN *INTERNET BANKING*

(Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* Di BRI Kantor Cabang
Purwokerto)

Yana Amaliah
NIM. 1323205024

E-mail: yanaamaliah@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking*, *mobile banking*, *sms banking* dan *Phone Banking*. Layanan *internet banking* memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Penerimaan dan manfaat yang dirasakan oleh nasabah secara langsung dinilai berdasarkan persepsi penggunaan melalui kerangka TAM (*Technology acceptance metode*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* di BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling* sebanyak 100 responden. Data diambil melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah. Analisis data dilakukan melalui analisis korelasi *rank sperman* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu SPSS.

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis *rank sperman* disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan parsial memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *internet banking* di BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Hasil analisis dengan menggunakan regresi ordinal pada tabel *model fitting information* menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *internet banking* di BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Kata Kunci : TAM, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, minat, *internet banking*.

**THE EFFECT OF THE BANKING CUSTOMER PRESCRIPTION ON
INTEREST USING INTERNET BANKING**

(Study on Internet Banking Customers at BRI Branch Office in Purwokerto)

Yana Amaliah
NIM. 1323205024

E-mail: yanaamaliah@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business

The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

E-banking services are banking services that include Internet Banking, mobile banking, sms banking and Phone Banking. The internet banking service allows people to conduct banking transactions through global computer network media, namely the internet. The acceptance and benefits felt by the customer are directly assessed based on the perception of use through the TAM framework (Technology acceptance method). The purpose of this study was to determine the effect of the Perceived ease of use, Perceived usefulness and Perceived of Trust on interest in using internet banking at the BRI Branch Office in Purwokerto.

This Research are using quantitative approach method. Population in this research is the customer of BRI branch office in Purwokerto.and took 100 respondent as the samples. Sampling method are using in this research is probability sampling with data collection technique using questionnaire. Data analysis thought rank spearman correlation and ordinal regression analysis using SPSS as tool.

Based on rank spearman correlation analysis concluded that the perceived ease of use, perceived usefulness, perceived of trust had a significant and positive relation to the interest in using internet banking at the BRI branch office in Purwokerto.

The results of the analysis using ordinal regression in the fitting information model table show that the three independent variables, namely the perceived ease of use, perceived usefulness, perceived of trust together have a simultaneous influence on interest in using internet banking at the BRI Branch Office in Purwokerto.

Keyword : TAM, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived of trust,interest,internet banking.

MOTTO

“ Jangan melihat hujan dari apa yang jatuh, tapi lihat yang akan tumbuh”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Bapak Pujo Martoyo dan Ibu Wakhyuti, kedua orang tua tercinta yang senantiasa mencurahkan cinta dan kasih sayang, doa juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis baik pengorbanan secara moral maupun finansial. Bapak dan Ibu adalah rumah tempatku kembali dan terimakasih untuk semua ilmu dan pelajaran tentang arti kehidupan yang sangat berharga.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, penulis panjatkan hanya kepada Allah atas segala karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul **Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* Di BRI Kantor Cabang Purwokerto)**. Lantunan sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyaamah kelak.

Dengan terselesaikannya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Iin Solihin, M.Ag, Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

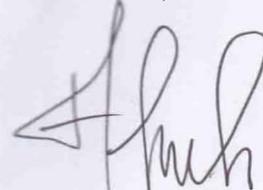
5. Sofia Yustiani Suryandari pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih saya ungkapkan dalam doa atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi. Semoga beliau senantiasa sehat dan selalu mendapat curahan kasih sayang dari Allah SAW. Amin.
6. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
7. Terimakasih kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi semangat dan pedoman dalam hidupku.
8. Bapak Pujo Martoyo dan Ibu Wakhyuti, kedua orang tua tercinta yang senantiasa mencurahkan cinta dan kasih sayang, doa juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis.
9. Adikku Narso Anwarudin yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan ES-C Angkatan 2013 yang selalu memberikan doa, cinta, keceriaan dan motivasi, kalian semua Istimewa.
11. Teruntuk Sahabat, Saudara, Fangirl squad, Traveling Mate, Kembaranku yaitu Sri Wahyuni atau Chunil, Terimakasih telah selalu bersama didalam kondisi apapun. Terimakasih telah menjadi rumah untukku. Semoga mimpi-mimpi disaat hujan yang selalu kita panjatkan dapat tercapai.
12. Teman seperjuangan Lila Setiana, Yuni Wahyuningsih, dan Siti Latifah terimakasih untuk dukungan yang diberikan dan semoga kita dapat terus menjadi saudara.

13. Teman seperjuangan Widya, Desi, Tati, Mba Dian, Adek, Mba Anah, Tria, Mitem. Aku sayang kalian dan terimakasih banyak atas semangat dan dukungannya selama ini.
14. Teman-Teman Genggong, Azfar, Bunda Aulia, Dewa, Septyaningrum, Livi Unni, Rinni Unni, Safril, yang selalu memberikan semangat dan selalu receh dimanapun kalian berada.
15. Terimakasih Untuk SHINee (Jinki Lee, Jonghyun Kim, Kibum Kim, Minho Choi, Taemin Lee), Wonwoo, Lee Chan SEVENTEEN, kalian adalah semangatku dalam mengerjakan skripsi ini, kalian adalah awal dari semua mimpi-mimpi yang ingin aku wujudkan dan kalian adalah sumber inspirasiku.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua partisipasi serta sumbangan pikir yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu juga penulis terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhirnya, marilah senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-Nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya. Aamiin.

Purwokerto, 13 Desember 2018



Yana Amaliah
NIM.1323205024

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	D'ad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
هـ	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

Ta’marbūḥah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l (el)*nya

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى القروض	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITRASI	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan	15

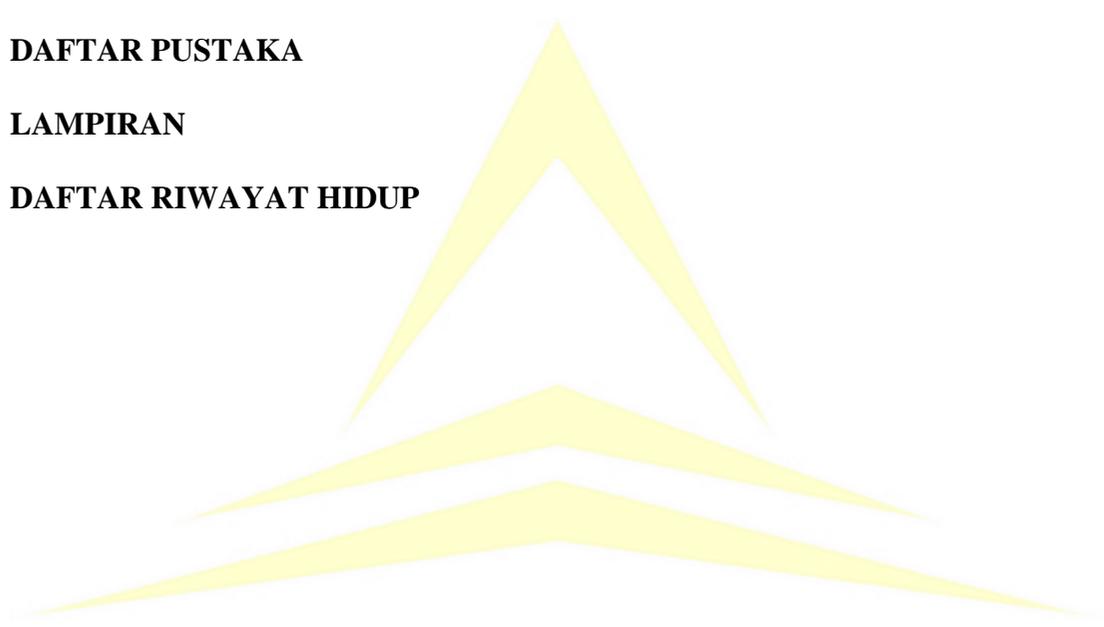
2. Persepsi Manfaat	17
3. Persepsi Kepercayaan	18
4. Sikap Terhadap Perilaku	19
5. Minat Perilaku	20
B. <i>Internet Banking</i>	20
1. Jenis Transaksi E-Banking.....	22
C. Penelitian Terdahulu	26
D. Kerangka Pemikiran.....	29
E. Hipotesis	32
F. Landasan Teologis	32
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Subyek dan Obyek Penelitian	40
D. Sumber Data.....	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	41
F. Variabel dan Indikator Penelitian	43
G. Metode Pengumpulan Data	45
H. Analisis Data.....	47
I. Pengujian Hipotesis Penelitian	49
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	52
B. Deskripsi Responden	58

C. Uji Validitas dan Uji Relibialitas	65
D. Analisis Rank Sperman	69
E. Analisis Regresi Ordinal	73
F. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

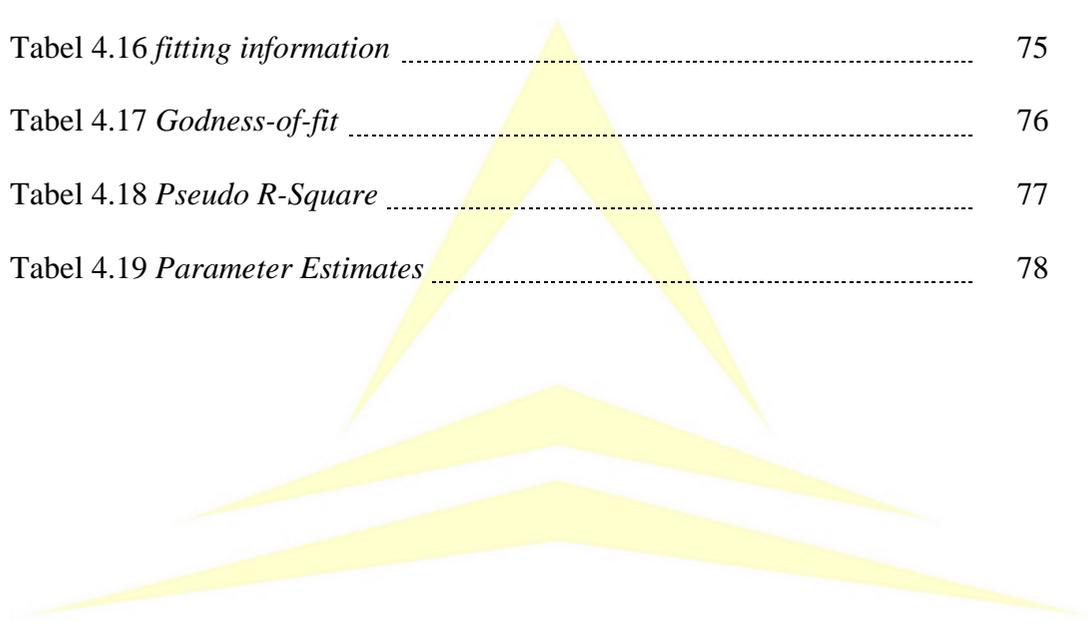


IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Frekuensi Transaksi Internet Banking di Indonesia	4
Tabel 1.2 Perbandingan Perkembangan Frekuensi Pengguna <i>Internet Banking</i> BRI di Purwokerto	5
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.2 Usia Responden	60
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	61
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan	63
Tabel 4.6 Perangkat yang bisa digunakan mengakses Internet	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X ₁ (Persepsi Kemudahan)	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X ₂ (Persepsi Manfaat)	66
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel X ₃ (Persepsi Kepercayaan)	66
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Y (Minat Menggunakan <i>internet banking</i>)	67

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolerasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 1.....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolerasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 2	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolerasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 3	72
Tabel 4.14 <i>Warnings</i>	73
Tabel 4.15 <i>Case Processing Summary</i>	74
Tabel 4.16 <i>fitting information</i>	75
Tabel 4.17 <i>Godness-of-fit</i>	76
Tabel 4.18 <i>Pseudo R-Square</i>	77
Tabel 4.19 <i>Parameter Estimates</i>	78



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka TAM.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRI.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

1. Foto Wawancara.
2. Hasil Uji Validitas Presepsi kemudahan.
3. Hasil Uji Reliabilitas Presepsi kemudahan.
4. Hasil Uji Validitas Presepsi manfaat.
5. Hasil Uji Reliabilitas Presepsi manfaat.
6. Hasil Uji Validitas Presepsi Kepercayaan.
7. Hasil Uji Reliabilitas Presepsi Kepercayaan.
8. Hasil Uji Validitas minat menggunakan *internet banking*.
9. Hasil Uji Reliabilitas minat menggunakan *internet banking*.
10. Skoring Kuesioner.
11. Kuesioner Penelitian.
12. Jawaban Kuesioner Penelitian.
13. Surat Riset Individu
14. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi.
15. Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi.
16. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.
17. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.
18. Surat Keterangan Telah Lulus Semua Mata Kuliah.
19. Blanko Bimbingan Skripsi.
20. Surat Rekomendasi Munaqosah.
21. Sertifikat Bahasa Arab.
22. Sertifikat Bahasa Inggris.
23. Sertifikat BTA/PPI.

24. Sertifikat PPL.
25. Sertifikat KKN.
26. Sertifikat Kursus Komputer
27. Daftar Riwayat Hidup.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari setiap tahunnya teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat dan cepat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia.

Perkembangan teknologi informasi menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru dimana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik atau yang disebut dengan *E-Business*. *E-Business* adalah suatu proses bisnis yang berhubungan dengan sistem informasi. Dalam praktiknya, *E-Business* lebih berfokus pada strategi dengan fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik.¹ Berkaitan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transaksi perbankan melalui internet atau yang disebut dengan *internet banking*.

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking*, *mobile banking*, *sms banking* dan *Phone Banking*. Layanan *internet banking* memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan

¹ Candra Ahmadi, Dadang Hermawan, "E-Business & E-Commerce", (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm.9.

melalui media jaringan komputer global yaitu internet.² Semenjak dikeluarkannya Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang penerapan manajemen resiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum, maka bisnis ini dari tahun ke tahun terus memperlihatkan perkembangan.³

Layanan *internet banking* memberikan manfaat untuk nasabah dan bank. Layanan ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan mereka dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan ini nasabah tidak perlu khawatir akan menghabiskan waktu antri di bank yang tentunya akan membutuhkan tenaga ekstra. Selain itu, biaya untuk melakukan transaksi jauh lebih murah dengan menggunakan *internet banking* dibandingkan dengan transaksi menggunakan mesin ATM. Biaya yang dikeluarkan nasabah untuk setiap kali transaksi menggunakan mesin ATM adalah sebesar Rp 5.000,00 sampai Rp 6.500,00. Namun, jika menggunakan layanan *internet banking* nasabah hanya perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp.250,00. Sedangkan untuk biaya pemberitahuan *SMS Banking* sebesar Rp. 500.00 dan untuk biaya transfer melalui *SMS Banking* sebesar Rp. 600.00 menggunakan pulsa.

Pelayanan *internet banking* yang disediakan oleh bank dilakukan melalui situs bank, yang dapat diakses oleh nasabah setiap saat tanpa harus datang ke bank. Fitur-fitur yang disediakan dalam situs bank tersebut antara lain yaitu cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, melakukan pembayaran tagihan, kliring, pembukaan dan penutupan rekening, dan lain-lain dapat dilakukan

²www.bi.go.id diakses pada tanggal 10 oktober 2017 pukul 10.25 wib.

³ www.MRIResearch.com diakses pada tanggal 12 oktober 2017 pukul 12.08 wib.

asalkan memiliki koneksi ke internet. Kemudahan lainnya ialah karena situs itu sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga nasabah dapat secara langsung mengakses layanan internet banking. Selain itu internet banking juga dapat memudahkan nasabah dalam hal memperoleh informasi, berita dan analisis seputar *foreign exchange transaction*. Baru-baru ini internet banking juga memberikan pelayanan diluar produk perbankan seperti pembelian voucher isi ulang dan langsung dapat mendebet rekening nasabah, pembayaran polis atau dapat melakukan pembelian saham secara *online*.⁴

Layanan perbankan online pertama di Amerika Serikat diperkenalkan pada bulan Oktober 1994. Layanan ini dikembangkan oleh *Stanford Federal Credit Union*, yang merupakan lembaga keuangan. Layanan perbankan *online* menjadi lebih umum karena sistem dikembangkan dengan baik. Meskipun ada pro dan kontra dari “teknologi kas elektronik”, hal ini telah menjadi sebuah revolusi yang meningkatkan sektor perbankan.⁵

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, secara data dan pengguna *internet banking* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *internet banking* (SMS banking, phonebanking, mobile banking, dan internet banking) meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna e-banking meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta

⁴Panggih Rizki Dwi Istiarni, ”Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variable Interveni” (Studi Empiris Pada Nasabah Layanan), (Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang , 2014), hlm.3-4.

⁵Hudi Prawoto, Ronaldo Egan, “Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia(Studi Empiris Pada Bank yang Listing di BEI)”, *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Vol. XI No. 22 Maret 2013,hlm.139. Diakses pada tanggal 27 Januari 2018 pukul 15.18 wib.

transaksi pada 2016. "Kami ingin menysasar generasi muda atau gen Y yang terbiasa dengan teknologi. Sedangkan menengah ke bawah kami siapkan Laku Pandai yang juga menggunakan handphone," ujar Deputi Komisioner Pengawasan Terintegrasi OJK Agus E Siregar Pertumbuhan pesat *digital banking* tersebut sudah direspons perbankan dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dengan menyediakan produk dan layanannya yang semakin beragam, sekaligus meningkatkan efisiensi dan daya saing industri perbankan.⁶

Tabel 1.1 Perkembangan Frekuensi Transaksi Internet Banking di Indonesia

Tahun	Internet Banking
2012	235.397.566
2013	311.880.376
2014	437.798.960
Perkembangan 2012-2013	32.18%
Perkembangan 2013-2014	40.37%
Perkembangan 2012-2016	169%

Sumber: Bijak Ber-Elektronik Banking-OJK,2016

Tabel 1.2 Perbandingan Perkembangan Frekuensi Pengguna *Internet*

Banking BRI di Purwokerto

Perkembangan 1 Tahun	Pengguna Internet Banking
2015-2016	3.487 User
2016-2017	7.983 User

Sumber : Data Olahan BRI Kantor Cabang Purwokerto

⁶<https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191> diakses tanggal 12 oktober 2017.

Dengan tabel 1 menjelaskan bahwa BRI merupakan bank yang berkembang pesat dalam menjaring pengguna *internet banking* yaitu sebesar 7.983 pengguna. Dalam penelitian ini memiliki pandangan atau persepsi tersebut dapat menjadikan ukuran bagi peneliti bahwa, apa yang menyebabkan perkembangan yang pesat pada Pengguna layanan *internet banking* BRI Kantor Cabang Purwokerto. Dalam jangka waktu satu tahun. Berdasarkan atas fenomena tersebut, tantangan bagi pihak bank untuk meningkatkan presentase minat pengguna *internet banking* BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa dan memperdalam pengetahuan tentang persepsi-persepsi yang mempengaruhi pengguna dalam penerimaan *Internet banking*, dengan menggunakan model yang relevan, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* yang terdiri dari persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan untuk mengukur persepsi-persepsi yang mempengaruhi nasabah perbankan terhadap penerimaan *internet banking* di BRI Kantor Cabang Purwokerto penelitian ini juga menambahkan persepsi yang mendukung dan relevan selain model TAM. Yaitu : persepsi kepercayaan (*Trust*). Persepsi-persepsi ini merupakan bagian dari keyakinan akan mempengaruhi bagian dari keyakinan yang akan mempengaruhi sikap nasabah untuk terus menggunakan *layanan internet banking*.

Technology Acceptance Model (TAM) menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. *Technology Acceptance Model* didefinisikan sebagai salah satu

model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi minat penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan dan keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna (*user*) suatu sistem informasi. konsep utama yang dipercaya dalam *user acceptance* yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi sistem informasi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Penggunaan *internet banking* ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi (*i-banking*).⁷

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI NASABAH PERBANKAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi Pada Nasabah Perbankan *Internet Banking* Di BRI Kantor Cabang Purwokerto).**

⁷Davis, Fred D., *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep, MIS Quarterly*; Sep 1989; 13, 3; ABI/INFORM Global.hlm. 319-335. Di akses pada tanggal 23 Desember 2017 Pukul 12.34 Wib.

B. Definisi Operasional

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi dikembangkan oleh Davis et al. TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua variabel kegunaan persepsian dan kemudahan persepsian.⁸

Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*trust*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*).⁹

1). Persepsi kemudahan penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived of usefulness*) merupakan sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Kemudahan

⁸ Jogiyanto Hartono, "Sistem Informasi Keperilakuan", (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 111-112.

⁹ Davis, Fred D., *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep, MIS Quarterly*; Sep 1989; 13, 3; ABI/INFORM Global. hlm. 319. Di akses pada tanggal 23 Desember 2017 Pukul 12.34 Wib

penggunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

2). **Persepsi Manfaat**

Persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dan meningkatkan kinerja mereka. Ditambahkan bahwa persepsi kemanfaatan dapat diukur dengan indikator meningkatkan *produktivitas*, menjadikan kerja lebih efektif dan pekerjaan menjadi lebih cepat.¹⁰

3). **Persepsi Kepercayaan**

Kepercayaan telah diidentifikasi sebagai alat faktor penting bagi layanan internet terkait keuangan. Selain itu didukung oleh studi empiris bahwa pengguna membuat banyak keputusan melalui media online hampir semata mata atas dasar kepercayaan.¹¹ Kebijakan privasi termasuk pemberitahuan privasi dapat menjadi alat yang berguna untuk membangun kepercayaan konsumen.¹²

4). **Sikap terhadap perilaku**

Sikap terhadap perilaku didefinisikan oleh Davis et al. (1998) sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang ditentukan. Sikap terhadap perilaku juga didefinisikan oleh Mathieson

¹⁰ David Gefen, Detmar Straub, "The Relative Importance of Perceived Ease of Use in is Adaptation : A study of E-Commerce Adaption", *Journal of The Association for Informasi Systems*, 2002, Vol. 1, hlm.1. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 12.57 Wib.

¹¹ Avinandan Mukhrejee, Prithwiraj Nath, "A model o trust i online Relationship Banking", *The International Journal of Bank Marketing* : 21, 1 : ProQuest Central. Hlm 7. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 12.54 Wib.

¹² France Belangar, Janine . Hiller, Wanda Smith, "Trustworthiness in Electronic Commerce : The Role of Privacy, Security, and Site Atribute", *Journal of Strategis Information System*, 2002, Hlm 248. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 13.15 Wib.

(1991) sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem.¹³

5). **Minat Perilaku**

Minat merupakan suatu keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.¹⁴

2. **Internet Banking**

Perbankan Elektronik atau *E-banking* yang juga dikenal dengan istilah *internet banking* ini adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam internet banking, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya.¹⁵

¹³ Jogiyanto Hartono, "Sistem...", hlm. 117

¹⁴ Jogiyanto Hartono, "Sistem...", hlm.116.

¹⁵ Maryanto Supriyono, " *Buku Pintar Perbankan*", (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2011), hlm 66-71.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diutarakan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh faktor persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan?
2. Apakah ada pengaruh faktor persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan?
3. Apakah ada pengaruh faktor persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan?

4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Menjelaskan pengaruh faktor kemudahan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan.
2. Menjelaskan pengaruh faktor manfaat terhadap minat dalam menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan.
3. Menjelaskan pengaruh faktor kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking* pada nasabah perbankan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Akademisi : Memberikan suatu pengetahuan mengenai ilmu ekonomi khususnya dalam Perbankan dalam hal minat menggunakan *internet banking* pada nasabah serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai tolak ukur penelitian.
2. Bagi Peneliti: Untuk memperluas ilmu pengetahuan serta kemampuan peneliti mengenai fasilitas dan pelayanan dalam perbankan khususnya terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.
3. Bagi Perbankan : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan positif terhadap bank dengan memberikan suatu fasilitas dan pelayanan yang lebih efisien untuk kenyamanan nasabah.

5. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan.

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi uraian teori yang menjadi landasan penelitian ini, kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis yang

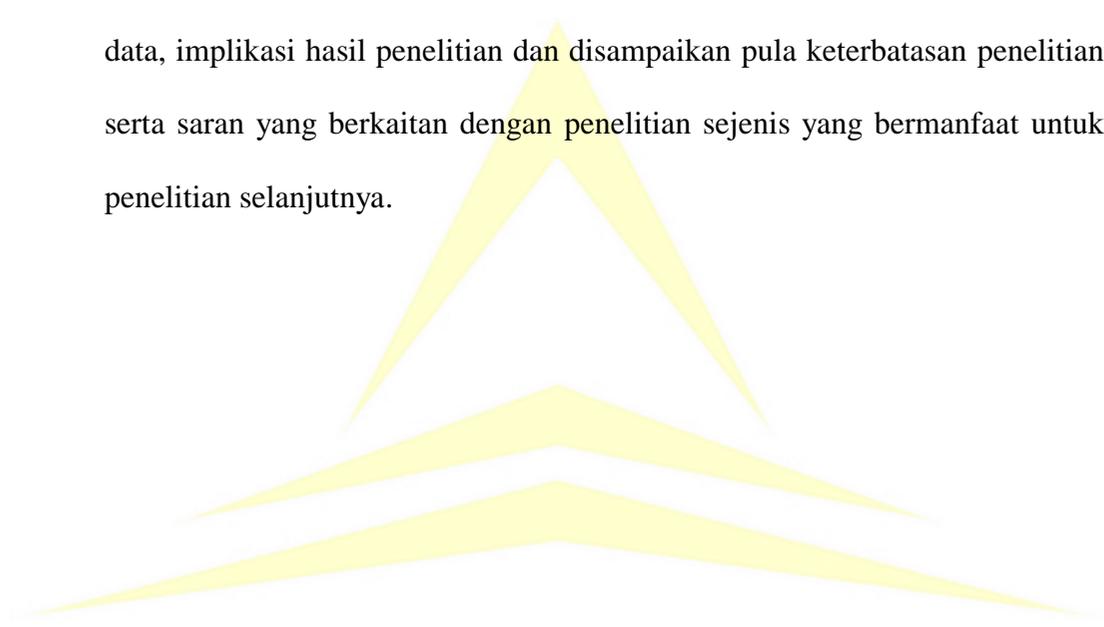
dimaksudkan untuk memperjelas maksud penelitian dan membantu dalam berfikir secara logis,serta perumusan hipotesis.

BAB III Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi uraian tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan interpretasi hasil.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data, implikasi hasil penelitian dan disampaikan pula keterbatasan penelitian serta saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto. Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Ada pengaruh antara persepsi kemudahan dengan minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel persepsi kemudahan dengan minat menggunakan *internet banking* sebesar sebesar 0,619 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,000 \leq \alpha$ (0,05). Maka keputusan uji H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto, Maka keputusan uji H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto, dengan tingkat korelasi hubungan yang tinggi dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik persepsi kemudahan (X_1) yang

diberikan, maka akan semakin tinggi minat menggunakan *internet banking* (Y).

- 2) Ada pengaruh antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel persepsi manfaat dengan minat menggunakan *internet banking* sebesar 0,779 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,000 \leq \alpha$ (0,05). Maka keputusan uji H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto, dengan tingkat korelasi hubungan yang tinggi, dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik persepsi manfaat (X_2) yang diberikan, Maka keputusan uji H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto, dengan tingkat korelasi hubungan yang tinggi dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik persepsi manfaat (X_2) yang diberikan, maka akan semakin tinggi minat menggunakan *internet banking*.

- 3) Ada pengaruh antara persepsi kepercayaan dengan minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto.

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel persepsi kepercayaan dengan minat

menggunakan *internet banking* sebesar 0,716 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,000 < \alpha$ (0,05) Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $00000 \leq 0000$. Maka keputusan uji H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* pada BRI Kantor Cabang Purwokerto, dengan tingkat korelasi hubungan yang tinggi dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik persepsi kepercayaan (X_3) yang diberikan, maka akan semakin tinggi minat menggunakan *internet banking*.

B. Saran

Dengan mendasarkan pada hasil dan pemaparan yang telah diuraikan, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Pihak Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan, agar dalam pengembangan sistem internet banking BRI kedepan tetap memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah seperti perancangan sistem yang mudah (tidak rumit, bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan transaksi masyarakat, serta handal dan terpercaya). Sekiranya juga pihak BRI meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan menginformasikan apa saja manfaat dari *internet banking* BRI agar nasabah lebih mengetahui manfaat dari layanan tersebut sehingga nasabah semakin yakin dalam menggunakan layanan tersebut dan untuk

meningkatkan kemudahan dari *internet banking* BRI diharapkan pihak Bank memberikan informasi secara langsung tentang penggunaan layanan *internet banking* sehingga nasabah dapat mengetahui dan saat menggunakan *internet banking* merasa mudah dalam menggunakannya.

- 2) Meningkatkan nilai manfaat perlu juga kiranya pihak BRI terus berupaya meningkatkan keamanan website *internet banking* BRI, hal ini diperlukan karena perkembangan teknologi yang terus meningkat serta dibarengi dengan peningkatan modus-modus kejahatan di dunia maya (*cyber crime*). Seiring dalam dunia perbankan, terutama dari sisi transaksi perbankan secara elektronik (*e-banking*) maka diperlukan penyempurnaan fitur dan penambahan fitur-fitur baru layanan *internet banking* BRI yang dapat mendukung proses transaksi elektronik. BRI sekiranya lebih meningkatkan kerahasiaan informasi pribadi yang diberikan oleh nasabah dan lebih memperhatikan dan memberikan informasi yang akurat kepada nasabah.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi, Candra & Hermawan, Dadang. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.

Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta.

Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Indriantoro dan Supomo. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Indriantoro, Nur & Bambang Suparmo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE

Jogiyanto. 2007. "Sistem Informasi Keperilakuan". Yogyakarta: Andi Offset.

Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. "*Perilaku konsumen*", Yogyakarta: Andi Offset.

Priansa, Doni Juni & Somad, Rismi. 2014. "*Manajemen Komunikasi*". Bandung: Alfabeta.

Priyanto, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Yogyakarta: Gava Media.

Rozalinda. 2016. "*Fikih ekonomi syariah prinsip dan implementasinya pada sektor keuangan syariah*". Jakarta: PT. Raja Grafindo Pesada.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. "*Perilaku Konsumen*". Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Supriyono, Maryanto. 2011. "*Buku Pintar Perbankan*". Yogyakarta: Cv. Andi Offset.

Sarjono, Hardi & Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. (akarta: Salemba Empat.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis, Ed-II*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bsnis, Cet-11*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Wieatna, Sujarweni, V. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta : Pustakabarupers.

SKRIPSI

Andryanto, Reza. 2016. "*Pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan (studi empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)*". Skripsi Fakultas Ekonomi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Ayu, Sartika Sari Tjini dan Zaki Baridwan. "*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Malang*", Skripsi: Universitas Brawijaya.

Istiarni, Pangih Rizki Dwi, 2014. "*Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variable Interveni*" (Studi Empiris Pada Nasabah Layanan). Skripsi Fakultas Ekonomi, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang. Diakses pada tanggal 20 Januari 2017 pukul 12.54 wib.

Puspitasari, Linda. 2016. "*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto)*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Purwokerto: IAIN Purwokerto. Diakses pada tanggal 20 Januari 2017 pukul 12.54 wib.

Sulastini, Ni Putu I Gede Ketut Warmika. 2016. *Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking*.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.
Diakses pada tanggal 20 februari 2017.

Yudha. Hafid Nur.2015. "*Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption*",(Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta),Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Surakarta:Universitas Surakarta.

Jurnal

Bhatri, Tariq."Exploring Factor Influencing the Adoption of Mobile Commerce".Jurnal Economy Volume 12 Nomor 36.

Davis, Fred D. 1989. Perceived Usefulness, "*Perceived Ease Of Use, And User Accep, MIS Quarterly; ABI/INFORM* ",Diakses pada tanggal 12 november 2017 pukul 09.35 wib.

Dedi Rianto Rahardi,Zainal. 2015. "*Analisis Technology Acceptance Model Pada Industri Perbankan, Jurnal Sistem Informasi*". Volume 7, No. 2. Diakses pada tanggal 25 Februari 2017 pukul 18.34 wib.

Djamhuri,Ali. 2013. "*Determinan Efektifitas Sistem E-Banking di Mata Nasabah : Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi*",Jurnal Akuntansi Multi Paradigma,Vol4. No 1. Diakses pada tanggal 23 maret 2018 pukul 12.33 wib.

France Belangar, Janine . Hiller, Wanda Smith. 2002. "Trustworthiness in Electronic Commerce : The Role of Privacy, Security, and Site Atribute", *Journal of Strategis Information System*. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 13.15 Wib.

Gunawan, Andrew. 2014."*Aplikasi Technology Acceptance model pada minta nasabah untuk menggunakan internet banking*",Jurnal Nominal, ,Vol 3, No 2. Diakses pada tanggal 14 februari 2018 pukul 13.22 wib.

Gefen,David Detmar Straub. 2002. "The Relative Importance of Perceived Ease of Use in is Adaptation : A study of E-Commerce Adaption", *Journal of The Association for Informasi Systems*, Vol. 1. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 12.57 Wib.

- Hua, Guang Ying. 2009. "An Experimental Investigation of Online Banking Adaption In China". *Journal of Internet Banking and E-Commerce*, Vol.14, No. 1.. Diakses pada tanggal 17 Januari 2018 pukul 17.05 wib
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi & Paulus Basuki Hadiprajitno. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variable Interventing", *Studi Empiris Pada Nasabah Layanan*). Diponegoro Journal Of Accounting Vol 03. Diakses pada tanggal 20 Januari 2017 pukul 12.54 wib.
- Mukhrejee, Avinandan and Prithwiraj Nath, "A model o trust i online Relationship Banking", *The International Journal of Bank Marketing* : 21, 1 : ProQuest Central. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018 Pukul 12.54 Wib.
- Muktar, Mashood. 2015. Perceptions of UK Based Customers towards Internet Banking in United Kingdom", *Journal of Internet Banking and Commerce*, April, vol. 20, no. 1. Diakses pada tanggal 14 Desember 2017 Pukul 12.56 wib.
- Nelson, Adams, D.A., R.R. P.A. Todd 1992. "perceives usefulness, easy of use and usar of information technology: A Replicatin", *MIS Quarterly*. 16(2). Diakses pada tanggal 23 Desember 2017 Pukul 13.33 Wib.
- Prawoto, Hudi & Egan, Ronaldo. 2013. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia (Studi Empiris Pada Bank yang Listing di BEI)". *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Vol. XI \. Diakses pada tanggal 12 November 2017 pukul 18.09 Wib.
- Pertiwi ,Fita & Adhivinna, Vidya Vitta. 2015."Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan nasabah dalam menggunakan Internet Banking di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)", *Jurnal Ekonomi*, Vol 2, No 3. Diakses pada tanggal 23 September 2017 pukul 13.22 Wib.
- Restu Guriting, Panggalih, Zaki Baridwan, "Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior" (*Jurnal: Universitas Brawijaya, Malang*).

Sujadi, Edy Purwo Saputro.2010."E-Banking: Urgensi Aspek Trust Di Era E-Service." Diakses pada tanggal 16 Juli 2017 Pukul 22.12 Wib.

Totok Tri Setyanto.2011."Analisis Pengaruh Trust Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)"

Wibowo, Arief. 2008. "Kajian tentang perilaku sistem informasi dengan pendekatan Thecnology Acceptance Model (TAM)". Paper: Proceeding Book if Konferensi Nasional Sistem Informasi 2008 : Indonesia modern dalam budayaInformasi, Yogyakarta 14-15 Januari Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Yulianty ,Tetty. 2014. "Pengaruh Kualitas Internet Banking dan Brand Equity Terhadap Kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara," Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol 14 No. 02 Oktober ISSN 1693-7619. Diakses pada tanggal 07 Mei 2017 Pukul 17.15 Wib.

Yuliana Susilowati.2017."Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Sy.17.ariah" .Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,Surakarta :IAIN Surakarta.

Website

<https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191>. Diakses pada tanggal 02 oktober 2017 Pukul 09.54 Wib.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)Online.2013.<http://www.kbbi.com> diakses pada tanggal 18 februari 2018 pukul 14.43 wib.

www.bi.go.id

www.MRI Research.com

www.wikipedia.com