

RINGKASAN

FITRIA ANNILDA. Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Internet Banking* pada Usia Produktif di Bank XYZ Bogor. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan ENDAR H NUGRAHANI.

Pengguna *internet banking* Bank XYZ cabang Bogor sesuai data tahun 2014 dan 2015 mengalami peningkatan walaupun tidak terlalu meningkat tajam, tetapi dibandingkan dengan non pengguna ternyata pengguna *internet banking* Bank XYZ tidak sebanding dengan pengguna. Hal ini dapat ditunjukkan dengan data tahun 2014 non pengguna *internet banking* sebesar 2810 dan pengguna 2190, di tahun 2015 non pengguna sebesar 3085 dan pengguna sebesar 2310. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa karakteristik pengguna *internet banking*, menganalisa pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking*, serta menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan *internet banking* Bank XYZ.

Pengumpulan data dari responden dilakukan melalui wawancara dengan panduan kuesioner yang terstruktur (*structure questionnaire*). Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup dan terbuka. Beberapa pertanyaan dalam kuesioner dibuat berdasarkan skala (*scaled response question*). Teknik pengskalaan yang digunakan adalah skala Likert dimana responden diharuskan untuk memilih salah satu di antara skala Likert dengan lima variasi jawaban dengan urutan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Adapun pengolahan data menggunakan analisis deskriptif dan SEM.

Adapun jumlah variabel indikator yang menyusun model SEM pada penelitian ini adalah sebanyak 27 variabel indikator, maka batasan jumlah respondennya adalah antara $27 \times 5 = 135$ responden sampai dengan $27 \times 10 = 270$. Sehingga responden yang digunakan dalam penelitian kali ini berjumlah 150 responden. Sampel responden di Bank XYZ adalah semua nasabah baik dari cabang utama maupun cabang pembantu yang dibatasi bagi nasabah yang tidak memiliki fasilitas *internet banking* yang berlokasi di kota Bogor.

Model SEM untuk *Theory of Plan Behaviour* (TPB) disusun oleh tiga variabel laten eksogen yaitu: sikap perilaku pengguna, norma subyektif dan kontrol berperilaku. Terdapat satu variabel laten endogen yaitu niat konsumen untuk terus menggunakan fasilitas *internet banking* selama 6 (enam bulan) ke depan.

Terdapat dua model yang diestimasi dalam model SEM pada penelitian ini, yaitu model struktural dan model pengukuran. Model struktural bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan hubungan (pengaruh) antar variabel-variabel laten. Kemudian model pengukuran bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya. Model pengukuran juga bertujuan untuk melihat validitas indikator dan reliabilitas dari konstruk yang mengukur setiap variabel laten.

Hasil model SEM menunjukkan seluruh indikator telah memiliki nilai *loading factor* > 0.5, artinya seluruh indikator telah memenuhi kriteria dari uji validitas *convergent* konstruk laten (Ghozali 2006). Selain itu, syarat model memiliki validitas yang baik apabila masing-masing variabel laten dengan indikator reflektif memiliki AVE > 0.5. Hasil analisis menunjukkan nilai AVE dari masing-

masing variabel laten memiliki nilai > 0.5 dan dapat dikatakan bahwa model PLS telah memenuhi syarat validitas *convergent* yang baik.

Pengukuran selanjutnya yaitu pengujian reliabilitas terhadap model yang digunakan untuk membuktikan keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Hasil penelitian menunjukkan semua konstruk laten memiliki reliabilitas yang baik, akurat dan konsisten karena memenuhi syarat dengan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada setiap konstruk laten lebih dari 0.6. Selain itu, pengujian validitas *discriminant* menunjukkan bahwa nilai korelasi antar konstruk secara keseluruhan telah kurang dari nilai \sqrt{AVE} dapat dikatakan bahwa model telah memenuhi syarat validitas *discriminant*.

Hasil *bootstrapping* menunjukkan *perceived behaviour control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behaviour intention* dengan nilai t-statistik (2.696) $>$ t-tabel (1.96) pada taraf nyata 5%. Sedangkan *attitude toward behavior* dan *subjective norms* menunjukkan tidak berpengaruh nyata terhadap *behaviour intention* karena nilai t-statistik \leq t-tabel (1.96). *Perceived behaviour control* memiliki pengaruh terhadap *behaviour intention* sebesar 0.336 artinya semakin meningkat *perceived behaviour control* seseorang terhadap *internet banking* maka akan semakin meningkatkan *behaviour intention internet banking*. Model struktural *behaviour intention* menghasilkan nilai *R square* 17.40% artinya keragaman *behaviour intention* yang mampu dijelaskan oleh model sebesar 17.40% sedangkan sisanya 82.60% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Implikasi managerial berdasarkan hasil penelitian yaitu untuk meningkatkan minat pengguna fasilitas *internet banking* pada Bank XYZ di Bogor dengan cara menginformasikan tentang fasilitas *internet banking* dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh para nasabah. Selain itu, dari segi keamanan dan kenyamanan fasilitas *internet banking* juga perlu ditingkatkan sehingga minat pengguna tidak hanya didasarkan oleh kebutuhan saja tetapi faktor lain juga bisa mempengaruhi pengguna menggunakan fasilitas *internet banking* sehingga antrian di area *counter* dan area ATM dapat berkurang. Hal ini akan membuat layanan kepada nasabah semakin meningkat dalam semua aspek layanan serta produk perbankan.

Sebagai faktor kontrol nasabah menggunakan *internet banking* jika limit yang digunakan melebihi media e-banking lain, dalam waktu yang bersamaan harus melakukan kegiatan perbankan yang beragam, transaksi elektronik yang sama mudahnya dengan media elektronik lain. Untuk mengatasi hal tersebut manajemen perlu meningkatkan frekuensi informasi fasilitas *internet banking* baik di media *banking hall*, brosur atau selebaran tentang kenyamanan serta keamanan fasilitas *internet banking*.

Kata kunci : *Internet banking*, SEM-PLS, TPB