

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN,  
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN *COMPUTER SELF EFFICACY*, TERHADAP  
PENGGUNAAN *ONLINE BANKING* PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**Irmadhani**

Email: ipockerface@yahoo.com

**Mahendra Adhi Nugroho**

Email: mahendra\_adhi\_n@yahoo.com

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan unit analisis yang diteliti adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian survai dengan sampel sebanyak 139 mahasiswa yang menggunakan *online banking*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*, Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* dan *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*. Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*.

**Kata Kunci:** Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Computer Self Efficacy*, Penggunaan *Online Banking*

## A. Pendahuluan

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *online banking*. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan berbasis *online* adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) atau dalam Bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai anjungan tunai mandiri. Selain ATM, *electronic banking* atau yang lebih dikenal dengan *e-banking* juga merupakan salah satu jasa *online banking* yang menyesuaikan perkembangan teknologi dengan gaya hidup nasabah masa kini yang lebih mengutamakan kemudahan dan ketepatan waktu.

Salah satu golongan nasabah yang patut disoroti oleh pihak bank dalam mengembangkan layanan berbasis *online* adalah mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan, begitu juga dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih usaha perbankan yang akan digunakannya. Nasabah telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *online banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *online banking* bermanfaat maka *online banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *online banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *online banking* tersebut. Selain itu, tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan jasa *online banking* karena merasa *online banking* merupakan sesuatu yang rumit.

Sebuah sistem yang dianggap rumit biasanya tidak akan sering digunakan oleh penggunanya, padahal tolak ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari penggunaannya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan. Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan transaksi melalui *online banking* seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah tentu saja

juga membutuhkan langkah-langkah atau prosedur transaksi yang berbeda-beda. Perbedaan kemampuan nasabah untuk berinteraksi dengan berbagai jenis *interface* (tampilan) serta prosedur transaksi yang juga berbeda juga mempengaruhi penggunaan *online banking* itu sendiri.

Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *online* atas dasar penerimaan konsumen terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Selain persepsi nasabah mengenai Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Agarwal *et al.* 2000 dalam Rustiana (2004: 29) memandang konsep *Computer Self Efficacy* sebagai salah satu variabel yang penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi informasi.

Berdasarkan beberapa penelitian, antara lain penelitian Compeau dan Higgins (1995) dalam Rustiana (2004), penelitian Adamson dan Shine (2003) juga penelitian Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) *Computer Self Efficacy* menggambarkan penilaian individu tentang kemampuannya menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan juga menjadi faktor signifikan yang berpengaruh terhadap penggunaan sebuah sistem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

#### 1. Pengertian *Online Banking*

Pikkarainen *et al.* (2004: 204) mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Daniel (1999), Mols (1998) dan Sathye (1999) dalam Mukherjee dan Nath (2003: 5) mengartikan *online banking* sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Berdasarkan beberapa definisi mengenai *online banking* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan

di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Layanan *online banking* terdiri atas dua tipe layanan yaitu:

a. *Automatic Teller Machine (ATM)*

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

b. *Electronic Banking (e-Banking)*

Layanan *e-Banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking Dan Phone Banking (www.bi.go.id)*. Layanan *internet banking*, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan via web tersebut. Web yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking* (Pikkarainen *et al.*, 2004: 224).

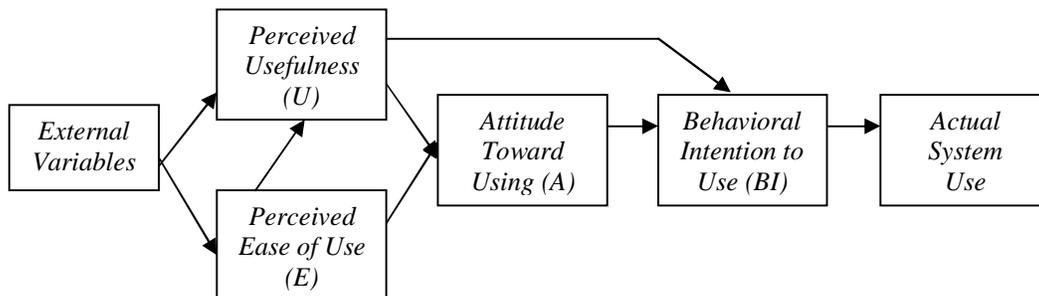
*Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*.

*Short Message Service Banking (SMS Banking)* memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*. Hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia dan *SIM card*, sedangkan *SMS banking* menggunakan media *SMS Plain (SMS manual)* untuk mengakses layanan ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Layanan *phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan layanan perbankan non-*cash* melalui telepon ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*. Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan non-finansial ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)), antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identifying Number*).

## 2. *Technology Acceptance Model* (TAM)

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



Gambar 1. *Technology Acceptance Model* (TAM)  
Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989)

*Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) mempengaruhi *Attitude Toward Using* individu terhadap penggunaan teknologi. Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989: 987). *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang

berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. *Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepskan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Arief Wibowo, 2006).

### 3. Penggunaan *Online Banking*

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

### 4. Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

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

Venkatesh dan Davis (2000: 201) membagi dimensi Persepsi Kebermafaatan menjadi berikut:

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

Adamson dan Shine (2003) menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Kebermanfaatan dengan penggunaan layanan *online banking*. Seperti pada penelitian Diah Wiliarni (2009) yang menyatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan dan Keamanan dan Privasi merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh besar daripada faktor lainnya dalam penggunaan jasa *online banking*.

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

##### 5. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

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

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

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

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

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat dimensi diatas sebagai dasar butir pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian. Konteks Persepsi Kemudahan Penggunaan *online banking* berarti nasabah percaya bahwa bertransaksi melalui media *online banking* mudah untuk dipahami. Persepsi Kemudahan Penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) para nasabah dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui *online banking*. Dengan demikian, bila layanan *online banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh *user*.

## 6. *Computer Self Efficacy*

*Computer Self Efficacy* (CSE) didefinisikan oleh Compeau dan Higgins (1995) dalam Rustiana (2004: 29) sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan CSE sebagai kepercayaan individu tentang kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spesifik, memberikan derajat mengenai usaha yang dilakukan, dan kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang. Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) secara sederhana mendefinisikan CSE sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan komputer. Dari beberapa definisi CSE di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSE merupakan penilaian individu terhadap kemampuan diri untuk melaksanakan tugas-tugas komputasi dengan baik.

Compeau dan Higgins dalam Rustiana (2004: 32) menjelaskan ada tiga dimensi CSE, yaitu: (1) *magnitude* (2) *strength* dan (3) *generalibility*. *Magnitude* mengacu pada level kapabilitas dalam penggunaan komputer. Individu dengan level *magnitude CSE* tinggi diharapkan mampu menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang lebih kompleks tugasnya dengan rendahnya dukungan dan bantuan dari orang lain, dibandingkan dengan seseorang dengan level *magnitude CSE* yang rendah. *Strength* ini mengacu pada level keyakinan tentang kepercayaan diri individu untuk mampu menyelesaikan tugas-tugas komputasinya dengan baik. *Generalibility* mengacu pada domain perbedaan konfigurasi hardware dan software, sehingga individu yang memiliki level *generalibility* tinggi diharapkan mampu menggunakan paket-paket *software* dan sistem yang berbeda-beda, dibandingkan dengan individu yang memiliki level *generalibility* rendah. Individu dengan tingkat CSE yang lebih tinggi menilai dirinya mampu untuk menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang diberikan dengan lebih baik tanpa dukungan dan bantuan dari orang lain, daripada seseorang dengan tingkat CSE yang lebih rendah (Adamson dan Shine, 2003: 446). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga dimensi di atas sebagai dasar butir pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian.

Compeau dan Higgins (1991) dalam Taylor dan Todd (1995: 153) juga menyampaikan bahwa tingkat CSE yang tinggi akan mengarahkan pengguna

teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Dalam penelitian ini CSE merujuk pada penilaian individu terhadap kemampuan komputasi nasabah dalam menyelesaikan transaksi melalui layanan *online banking* dengan kurangnya dukungan dan bantuan baik dari orang lain, panduan manual transaksi maupun menu bantuan *online banking*. Tingkat CSE nasabah yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *online banking* itu sendiri.

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

- H1: Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- H3: *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- H4: Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survai. Penelitian survai merupakan penelitian yang data atau informasinya dapat dikumpulkan dari seluruh populasi dan dapat pula dari hanya sebagian saja dari populasi atau sampel (Husein Umar, 2001: 57). Jenis penelitian ini juga termasuk dalam penelitian asosiatif, dengan unit analisis yang diteliti adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008: 36). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 139 orang

mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang menggunakan *online banking* yang dihitung menggunakan rumus sampel minimal Sukandarrumidi (2006). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2008: 142), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran variabel agar didapatkan data kuantitatif yang akurat, sehingga setiap instrumen harus mempunyai skala ukur (Sugiyono, 2008: 92-93). Adapun instrument penelitian dalam

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

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja orang tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Kebermanfaatan adalah penggunaan *online banking* mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktifitas dan efektifitas, sehingga *online banking* dianggap dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan nasabah. Variabel ini akan diukur melalui sebelas item pertanyaan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

Persepsi Kemudahan Penggunaan atas *online banking* didefinisikan sebagai merujuk pada keyakinan individu bahwa *online banking* tidak sulit untuk dipelajari dan tidak dibutuhkan usaha yang besar untuk dipahami oleh pengguna atau nasabah. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah interaksi antara individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah untuk digunakan dan mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Variabel ini akan

diukur melalui sebelas item pertanyaan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

*Computer Self Efficacy* merupakan tingkat kapabilitas komputasi nasabah dalam menggunakan *online banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Computer Self Efficacy* adalah *magnitude*, *strength* dan *generalability* nasabah. *Magnitude* mengacu pada level kemampuan individu dalam penggunaan komputer dengan rendahnya bantuan dari orang lain. *Strength* mengacu pada level keyakinan tentang kepercayaan diri individu untuk menyelesaikan tugas-tugas komputasinya dengan baik. *Generalability* mengacu pada domain perbedaan konfigurasi *software* dan *hardware* yang beragam. Variabel ini akan diukur melalui sembilan item pertanyaan. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 untuk Sangat Tidak Setuju sampai 5 untuk Sangat Setuju.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas pada penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari *pearson*, dengan menghitung nilai *r*. Setelah *r* hitung ditemukan, nilai *r* hitung tersebut kemudian dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui butir yang valid dan tidak valid. Dengan pedoman bila *r* hitung  $\geq r$  tabel pada signifikansi 5% maka butir item dianggap valid, sedangkan bila *r* hitung  $< r$  tabel maka item itu dianggap tidak valid. Butir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir yang valid (Imam Ghozali, 2006: 49).

Uji reliabilitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai Alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Imam Ghozali, 2006: 46). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 17.0. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan

Item Pertanyaan	Jumlah Butir	Jumlah Valid	Jumlah Gugur
Penggunaan <i>Online Banking</i>	8	8	-
Persepsi Kebermanfaatan	11	11	-
Persepsi Kemudahan Penggunaan	11	11	-
<i>Computer Self Efficacy</i>	9	7	2

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel

Nama Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Penggunaan <i>Online Banking</i>	0,727	Reliabel
Persepsi Kebermanfaatan	0,763	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,758	Reliabel
<i>Computer Self Efficacy</i>	0,714	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa butir pertanyaan yang tidak valid sehingga tidak akan diikutsertakan dalam kuesioner penelitian adalah butir nomor 3 dan 9 dari variabel *Computer Self Efficacy*, sementara butir yang lain valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Sebelum dilakukan uji hipotesis, perlu dilihat apakah variabel-variabel yang ada telah memenuhi uji prasyarat analisis antara lain uji normalitas, uji linearitas, multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

Yang dimaksud dengan uji normalitas data adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Suharsimi Arikunto, 2009: 301). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *1-Sample Kolmogorov-Smirnov* dalam SPSS 17.0 dengan hasil nilai *Asymp. Sig.* di atas 0,05 (0,994) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) dan variabel dependen (y) mempunyai hubungan linear atau tidak. Hasil uji linearitas dinunjukkan dengan nilai *Deviation from Linearity* untuk ketiga model variabel independen (x) dan variabel dependen (y) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Hasil uji linearitas yang diperoleh adalah nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,602 (Persepsi Kebermanfaatan – Penggunaan *Online Banking*), 0,074 (Persepsi Kemudahan Penggunaan – Penggunaan *Online Banking*) dan 0,862 (*Computer Self Efficacy* – Penggunaan *Online Banking*). Maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut linear dan dapat digunakan untuk uji regresi linear.

Multikolonieritas adalah korelasi antara variabel independen satu dengan yang lain. “Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen” (Imam Ghozali, 2006: 95). Ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance Value*  $\geq 0,10$  atau sama

dengan nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independennya (Imam Ghazali, 2006: 97). Hasil uji multiokolonieritas menunjukkan bahwa *Tolerance Value* dari  $x_1$  sebesar 0,961 dengan VIF sebesar 1,040, *Tolerance Value* dari  $x_2$  sebesar 0,961 dengan VIF sebesar 1,041 dan *Tolerance Value* dari  $x_3$  sebesar 0,927 dengan VIF sebesar 1,079. Karena nilai *Tolerance* di atas 0,1 dan  $VIF < 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Imam Ghazali, 2006: 125). Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah Uji Glejser dengan nilai umum yang dipakai adalah probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Imam Ghazali, 2006: 129). Hasil uji SPSS 17.0 menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel yang ditunjukkan oleh probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% yaitu  $x_1$  sebesar 0,541,  $x_2$  sebesar 0,356 dan  $x_3$  sebesar 0,820.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian dilihat dari analisis regresi sederhana dan regresi ganda dengan menggunakan SPSS 17.0, antara lain:

1. Persepsi Kebermanfaatan berengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,482), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,579, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,335, nilai t hitung  $>$  t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $8,303 > 1,980$ . Hal ini berarti semakin tinggi Persepsi Kebermanfaatan maka semakin tinggi pula Penggunaan *Online Banking*. Hipotesis Pertama (H1) yang menyatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta diterima karena telah didukung oleh hasil penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Morris (2003) yang mengungkapkan terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi. Penelitian ini juga didukung

dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Wiliarni (2009). Penelitian Diah Wiliarni (2009) menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Keamanan dan Privasi (*Security and Privacy*) merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh lebih besar daripada masing-masing faktor lainnya. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah mengenai manfaat dari *online banking* yang semakin tinggi, maka akan meningkatkan penggunaan *online banking* sebagai media bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Nasabah yang telah merasakan bahwa penggunaan *online banking* mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktifitas, meningkatkan efektifitas kinerja, sehingga dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan *online banking* merupakan sistem yang bermanfaat bagi nasabah akan mendorong nasabah untuk meningkatkan penggunaan *online banking*.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,061), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,074, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,005, nilai t hitung < t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $0,865 < 1,980$ . Hal ini berarti semakin tinggi Persepsi Kemudahan Penggunaan maka semakin tinggi pula Penggunaan *Online Banking* namun kenaikan dari Penggunaan *Online Banking* yang dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan tersebut tidak signifikan. Hipotesis Kedua (H2) yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tidak didukung oleh hasil penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Goodwin dan Silver dalam Adam *et al.* (1992: 229) bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Namun pada penelitian ini, kenaikan dari penggunaan sistem yang dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut tidak signifikan. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.* (2004). Hasil penelitian Pikkarainen *et al.* (2004) menyebutkan bahwa dua variabel yang diidentifikasi mempengaruhi

penggunaan *online banking* secara signifikan adalah Persepsi Manfaat dan Informasi atas *Online Banking*. Sedangkan empat variabel lain yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesenangan, Keamanan dan Privasi dan Kualitas Jaringan Internet memiliki pengaruh positif terhadap Penggunaan *Online Banking* namun tidak signifikan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan sistem oleh nasabah yang semakin tinggi akan semakin meningkatkan Penggunaan *Online Banking*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan survei untuk mengetahui alasan responden secara deskriptif mengenai faktor lain yang mempengaruhi penggunaan *online banking* nasabah diluar variabel yang diteliti. Hasil survei menunjukkan bahwa faktor terkuat yang dipertimbangkan oleh responden dalam menggunakan *online banking* adalah Keamanan dan Privasi (*Security and Privacy*) dan Informasi atas *Online Banking* (*The Amount of Information*). Meskipun sistem yang digunakan dalam *online banking* telah dibuat sesederhana dan mudah untuk dioperasikan, namun responden tetap mempertimbangkan segi keamanan dan privasi sebagai faktor fundamental saat bertransaksi menggunakan *online banking*. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan yang positif namun tidak signifikan dipengaruhi oleh faktor keamanan dan privasi yang dirasa kurang oleh nasabah pada sistem *online banking*. Nasabah menyadari bahwa *online banking* merupakan sistem yang mudah untuk digunakan dan tidak rumit, namun nasabah tetap merasa bahwa *online banking* belum menjadi sebuah sistem yang cukup aman sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan.

3. *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,287), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,203, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,041, nilai t hitung > t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $2,424 > 1,980$ . Hal ini berarti semakin tinggi *Computer Self Efficacy* maka semakin tinggi pula Penggunaan *Online Banking*. Hipotesis Ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta diterima karena telah didukung oleh hasil penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung teori Compeau dan Higgins (1991) dalam Taylor dan Todd (1995: 153) yang menyampaikan bahwa tingkat CSE yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Seseorang dengan tingkat *Computer Self Efficacy* yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan *online banking* sebagai media transaksi perbankannya.

4. Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif pada semua variabel independen dan nilai F hitung > F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $23,561 > 2,68$ . Hal ini berarti semakin Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* maka semakin tinggi pula Penggunaan *Online Banking*. Hipotesis Keempat (H4) yang menyatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta diterima karena telah didukung oleh hasil penelitian. Berdasarkan perhitungan, Persepsi Kebermanfaatan memberikan Sumbangan Relatif sebesar 83,26% dan memberikan Sumbangan Efektif sebesar 28,64%. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memberikan Sumbangan Relatif sebesar 3,92% dan memberikan Sumbangan Efektif sebesar 1,35%. Variabel *Computer Self Efficacy* memberikan Sumbangan Relatif sebesar 12,82% dan memberikan Sumbangan Efektif sebesar 4,41%.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Nasabah yang telah merasakan bahwa layanan *online banking* merupakan suatu layanan yang bermanfaat, mudah untuk digunakan dan nasabah telah cukup yakin untuk dapat menyelesaikan suatu transaksi dengan baik melalui *online banking*, akan meningkatkan penggunaan *online banking*.

## D. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*, Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*, *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* dan Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka dapat diberikan beberapa saran berikut:

### 1. Bagi Bank

Bank diharapkan untuk selalu memperbaharui perawatan maupun pertahanan (*maintenance*) sistem *online banking* yang digunakan baik dari segi jenis transaksi maupun tampilan sistem (*interface*) agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan *online banking*. Bank juga diharapkan mampu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan pada bisnis perbankan *online* dengan memperkuat ketahanan sistem sehingga nasabah akan merasa keamanan serta privasinya dapat terjaga ketika menggunakan *online banking*.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* memberikan sumbangan sebesar 34,40% sisanya terhadap Penggunaan *Online Banking*. Sedangkan 65,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan *Online Banking*. Selain itu, hasil survei yang dilakukan pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta menunjukkan bahwa faktor Keamanan dan Privasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan *online banking*. Oleh karena itu, hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel Keamanan dan Privasi yang terkait dengan Penggunaan *Online Banking*. Penelitian yang selanjutnya juga

disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna *online banking* yang kegiatannya membutuhkan ketersediaan layanan perbankan yang tidak terbatas pada jam operasional kerja bank sehingga hasil penelitian dapat lebih fokus dan spesifik.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson & P. A. Todd. (1992). Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*. Vol. 16 No. 2: Hal. 227-247.
- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technolgy Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Arief Wibowo. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 7 Januari 2012.
- Bank Indonesia. (2008). *Mengenal Electronic Banking*. Diambil dari: [www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf), pada tanggal 7 Desember 2011.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- \_\_\_\_\_, Bagozzi R. P., dan Warshaw P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*. Vol. 35 No. 8: pp 982-1003.
- Diah Wiliarni. (2009). Pengaruh Faktor-Faktor *Technology Acceptance* terhadap Pemanfaatan Jasa *Online Banking*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. (2007). Determinan Pengadossian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI*. Vol. 11 No. 2: Hal. 125-139.
- Husein Umar. (2001). *Riset Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21 No. 1: pp 5-15.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., & Pahnla, S. (2004). Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: pp 224-235.
- Rustiana. (2004). *Computer Self Efficacy (CSE) Mahasiswa Akuntansi Dalam Penggunaan Teknologi Informasi: Tinjauan Perspektif Gender*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 6 No. 1: Hal 29- 39.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi. (2007). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 9 No. 1: Hal 18-28.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukandarrumidi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Taylor, S. & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*. Vol. 6 No. 2: pp 144-175
- Vankatesh, V. Morris *et al.* (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal 425-478.
- \_\_\_\_\_, & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2: pp. 186-504.
- Wati Aris Astuti. (2011). Proses Kerja dan Dampak Dari Mesin ATM. *Majalah Ilmiah UNIKOM*. Vol. 8 No. 1: Hal 21-24. Diambil dari: <http://jurnal.unikom.ac.id/s/data/jurnal/v08-n01/volume-81-artikel-3.pdf/pdf/volume-81-artikel-3.pdf>, pada tanggal 7 Desember 2011.