
Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya

Moh. Faqih Afghani¹, Emma Yulianti²

^{1,2} STIE Perbanas Surabaya, Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Jawa Timur, Indonesia

JBB
6, 1

113

Received 3 November 2015
Revised 13 June 2016
Accepted 18 January 2017

JEL Classification:
M3, M31

DOI:
10.14414/jbb.v6i1.656

ABSTRACT

This study tries to investigate the impact of trust, security, perceived risk, and awareness on the adoption of e-banking by Bank BRI customers in Surabaya. The data were collected using convenience sampling method. The questionnaires were distributed to BRI Surabaya's customers who had been using e-banking services. There were 90 questionnaires returned and they were analyzed using SPSS 16.00 software. The result showed that trust and awareness has a significant effect on the adoption of e-banking. However, security and perceived risk have no significant effects on the adoption of e-banking services.

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui dampak dari kepercayaan, keamanan, risiko yang dirasakan, dan kesadaran terhadap adopsi e-banking bank nasabah BRI yang berlokasi di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode convenience sampling. Kuesioner dibagikan kepada nasabah BRI Surabaya yang menggunakan layanan e-banking. Peneliti memperoleh 90 kuesioner kemudian menganalisisnya dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 16.00 untuk analisis data dan hipotesis pengujian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi e-banking. Namun, keamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan e-banking.

Keywords:

E-Banking, Trust, Security, Perceived Risk, Awareness, and Adoption.

1. PENDAHULUAN

Dunia internet pada saat ini, sudah semakin maju dan canggih. Tentunya, hal ini berperan penting pada semua bidang termasuk pada jasa perbankan. Kondisi seperti ini seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia sendiri. Mereka menganggap layanan berbelanja melalui online lebih memudahkan mereka dalam berbelanja. Dalam beberapa tahun terakhir ini, bank-bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet kepada pelanggannya untuk meningkatkan layanan kepada mereka. *E-banking* merupakan salah satu bentuk produk jasa yang telah ditawarkan kepada nasabah.

Bank menyediakan layanan *Electronic Banking* atau *E-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif me-

**Journal of
Business and Banking**

ISSN 2088-7841

Volume 6 Number 1
May - October 2016

pp. 113- 128

© STIE Perbanas Press
2016



*estimasi

Gambar 1
Jumlah Pengguna E-Banking tahun 2011-2012

Sumber: Sharing Vision.

dia untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ATM (Maryanto Supriyono 2010 : 65). Dengan menyediakan fasilitas *e-banking* pihak bank dapat memperoleh beberapa keuntungan diantaranya adalah untuk memperluas jaringan usaha. *E-banking* dapat menghilangkan batas fisik bank dan waktu operasional bank yang terbatas. *E-banking* dapat diakses dari tempat mana saja tanpa harus terikat waktu karena karena *online* 24 jam.

Perkembangan penggunaan *e-banking* di Indonesia terus meningkat pada setiap periodenya. Perkembangan ini diharapkan akan terjadi semakin besar lagi ke depannya. Berikut ini adalah data jumlah pengguna *e-banking* pada bank di Indonesia:

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa Bank BCA memiliki jumlah pengguna terbanyak dengan jumlah pengguna 2,8 juta pengguna. Yang kedua terbanyak yaitu pengguna CIMB Clicks berbeda tipis dengan pengguna BNI *e-banking*. Adapun yang paling sedikit yaitu pengguna *e-banking* BRI yaitu hanya sebesar 25 ribu pengguna. Target pengguna layanan *e-banking* BRI yang ingin dicapai oleh BRI akan sulit diperoleh apabila BRI belum menemukan langkah yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan tersebut.

Adopsi *e-banking* di Indonesia merupakan salah satu adopsi teknologi yang berada pada tahap permulaan dengan potensi pengembangan yang menjanjikan. Hal ini diperkuat dengan peningkatan penggunaan *internet* yang didukung oleh semakin murah nya tarif *internet*. Di satu sisi, adopsi *e-banking* merupakan layanan yang tidak bisa ditolak untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, meski disisi lain aspek risiko dalam penggunaannya tidak bisa dihindari.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengetahui penyebab sedikitnya pengguna layanan *e-banking* BRI adalah mengevaluasi faktor faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian *e-banking* ini. Evaluasi ini diharapkan akan mampu membantu melihat faktor-faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian *e-banking* pada Bank BRI guna mempertahankan eksistensi

Bank BRI di berbagai aspek layanan.

Penelitian tentang minat menggunakan teknologi (*e-banking*) antara lain telah dilakukan oleh Lydia Ari Widyarini dan A Yan Wellyan Toni Putro (2008) dengan hasil penelitian diperoleh bahwa pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *e-banking* terhadap minat menggunakan *e-banking* tidak signifikan; persepsi daya guna (*usefulness*) *e-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*; persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap daya guna (*usefulness*) *e-banking*; persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*; kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Berdasarkan dari uraian di atas maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai "Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya."

2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Electronic Banking

E-Banking merupakan layanan perbankan yang meliputi Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking dan Phone Banking (www.bi.go.id). Menurut Maryanto Supriyono (2010: 65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem host to host, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *E-Banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan real time tanpa ada batasan waktu dan tempat.

Bank menyediakan layanan *Electronic Banking* atau *e-banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Transaksi *e-Banking* dapat dilakukan di mana saja, di belahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta real time.

Internet Banking

Internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (financial dan non financial) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet bank (Maryanto Supriyono 2010 : 67).

Pada era baru transaksi perbankan ini nasabah dapat melakukan transaksi secara online dengan internet melalui PC atau laptop kapan saja nasabah dapat menginginkan tanpa harus terikat dengan jam operasional bank. Dengan menggunakan *electronic banking* nasabah paling tidak berharap dapat melakukan beberapa aktifitas perbankan dari mana saja.

Adopsi

Niat adopsi adalah keinginan seseorang untuk melakukan tindakan. Niat dapat berubah dengan berjalannya waktu (Jogiyanto 2008) dalam Abu Nizarudin dan Karmawan (2014: 5). Dalam konteks e-banking akan mempengaruhi keputusan nasabah apakah akan terus menggunakan layanan e-banking atau memutuskan untuk tidak memakainya lagi. Faktor faktor yang mempengaruhi adopsi e-banking dapat dilihat melalui 3 pendekatan yaitu Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB).

Dalam TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975) dalam Ari Mubiyantoro dan Syaefullah, (2013: 4) niatan dipengaruhi dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subyektif (*subjectives norms*). *attitude towards behavior* didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu (efek evaluatif) tentang melakukan perilaku yang lebih mengarah kepada perilakunya. Sedangkan *subjectives norms* didefinisikan sikap terhadap obyek obyek yang merupakan perasaan seseorang terhadap benda benda atau obyek.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Adopsi E-Banking

Kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi e-banking ini aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan offline banking karena transaksi dalam online banking mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet.

Keyakinan atau kepercayaan adalah suatu faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks Relationship Marketing, tindakan itu untuk menentukan sejauh apa yang dirasakan suatu pihak integritas dan janji yang ditawarkan pihak lain. Variabel ini diukur melalui tingkat kepercayaan nasabah, komitmen dari penyedia layanan, dan keputusan yang yang diambil oleh nasabah.

Sikap nasabah terhadap e-banking didorong oleh rasa kepercayaan yang berperan penting untuk meningkatkan kegunaan dalam lingkungan e-banking. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan offline banking karena transaksi dalam online banking mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet.

Al-Shomali dkk. (2008) melaksanakan penelitian yang dilakukan di Arab Saudi dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi dari internet banking pada nasabah bank di Arab Saudi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa tingkat ke-

percayaan berpengaruh terhadap sikap penerimaan internet banking. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-banking nasabah BRI di Surabaya.

JBB
6, 1

117

Pengaruh Keamanan terhadap Adopsi *E-banking*

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko-risiko yang terjadi.

Tingkat keamanan bertransaksi secara online adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk mengadopsi e-banking. Beberapa nasabah menghindari penggunaan e-banking karena memiliki persepsi bahwa bertransaksi secara online melalui e-banking mudah terjadi penyalahgunaan. Persepsi ini dapat merusak kepercayaan nasabah terhadap sistem online secara keseluruhan. Nasabah tidak akan siap merubah kebiasaan dari transaksi konvensional menjadi transaksi online jika kebutuhan spesifik tentang keamanan belum terpenuhi.

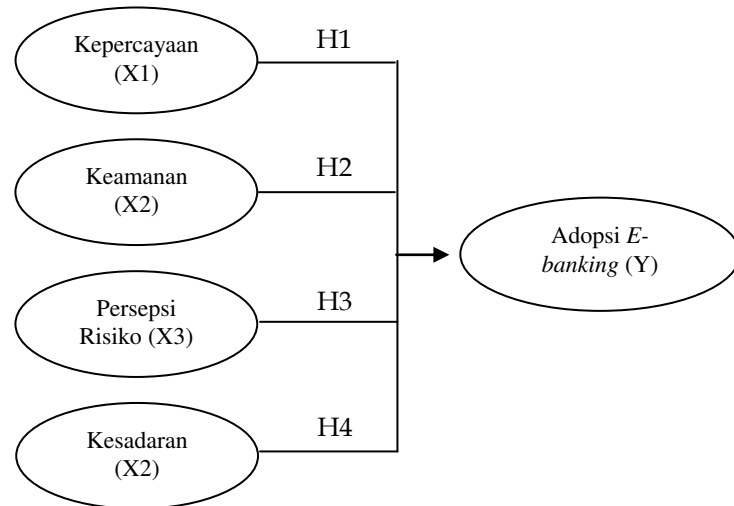
Aplikasi e-banking harus memadukan sejumlah unsur penting yang bersumber kepada keamanan (Eriksson dkk. 2008) dalam Sujadi dan Edy, (2010: 305). Tiga faktor keamanan yang harus mendapat perlindungan sistem keamanan e-banking yaitu: (1) aspek kerahasiaan (security), (2) aspek integritas (integrity) dan (3) aspek ketersediaan (availability). Tujuan sistem keamanan ini harus diimplementasikan pada pengembangan sistem aplikasi perbankan dan yang terpenting yaitu bagaimana agar sistem aplikasi itu bersifat: easy to use dan easy to operate. Oleh karena itu langkah awalnya yaitu mengidentifikasi risiko yang potensial terjadi pada saat penggunaan teknologi komputer - informasi untuk aplikasi teknologi perbankan.

Berdasarkan penelitian yang oleh Datta (2010) di India, studi ini menggunakan lima variabel salah satunya yaitu trust. Ditemukan bahwa trust merupakan faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi e-banking. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:
H2 : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-banking nasabah BRI di Surabaya.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Adopsi *E-banking*

Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto 2007) dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah, (2014: 6). Bila diadaptasikan dengan konteks penelitian persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi online karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko.

Salah satu risiko terbesar penggunaan e-banking adalah ancaman hacker dan penyalahgunaan rekening nasabah. Jika nasabah tidak dilindungi dengan system proteksi yang memadai dan berlapis, bank-



Gambar 2 Rerangka Pemikiran

bank terancam karena nasabah akan enggan melakukan transaksi melalui e-banking. Akan tetapi, risiko penggunaan e-banking juga semakin mudah dipahami dengan adanya kemudahan akses informasi melalui internet tentang penyalahgunaan layanan perbankan seperti cracking, skimming, dan hacking melalui ATM, kartu kredit, dan e-banking.

Dari penelitian oleh Safeena dkk. (2009) dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah, (2014: 6) di India, mereka menggunakan empat variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kesadaran. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ke empat variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi e-banking.

Polatoglu dan Ekin (2001) dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah, (2014: 6) juga menemukan bahwa risiko dianggap merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi konsumen, serta kepuasan pelanggan layanan e-banking. Risiko yang dirasakan biasanya timbul dari ketidakpastian. Penelitian yang dilakukan oleh Widyarini dan Putro (2008) juga dengan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-banking. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-banking nasabah BRI di Surabaya

Pengaruh Kesadaran terhadap Adopsi E-banking

Kesadaran merupakan tingkat kesadaran nasabah akan adanya layanan e-banking yang disediakan oleh bank. Berdasarkan informasi yang diterima maka akan meningkatkan kesadaran (awareness) dari nasabah tentang manfaat menggunakan layanan e-banking. Respon dan kesadaran konsumen untuk menggunakan e-banking merupakan kunci bagi bank untuk menyediakan layanan e-banking.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Datta (2010) yang dilakukan di India dengan menggunakan lima variabel salah satunya yaitu kesa-

adaran (awareness). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesadaran merupakan faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi e-banking. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-banking nasabah BRI di Surabaya

Rerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini terdapat pada Gambar 2.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji. Berdasarkan sumber datanya, maka penelitian ini termasuk penelitian primer. Adapun berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian survey dimana data dikumpulkan melalui kuisisioner, yaitu teknik untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden (Malholtra 2009: 325). Kuesioner ini diberikan kepada nasabah BCA.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Mudrajat Kuncoro 2009 : 118). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *e-banking* di Surabaya yang memiliki layanan *e-banking*.

Dengan menggunakan rumus dari Van Voorhis dan Morgan (2007 : 48), maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$N > 50 + 8m$ (di mana m adalah jumlah variabel bebas)

$N = 50 + 8(4)$

$N = 82$

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu adopsi *e-banking* dan variabel independen yaitu kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kesadaran.

Definisi Operasional

Adopsi *e-banking* merupakan keputusan konsumen (nasabah) yang secara aktual melakukan atau menggunakan produk, dalam hal ini yaitu *e-banking pada bank BRI*. Kemauan untuk menggunakan *e-banking* diukur dengan item intensitas dalam menggunakan *mobile banking*, kepercayaan dalam menggunakan, dan peningkatan penggunaan untuk waktu yang akan datang.

Kepercayaan merupakan pendapat nasabah BRI tentang keyakinan nasabah terhadap keamanan, keandalan kinerja dan konsistensi kualitas layanan serta rasa hormat karyawan BRI terhadap nasabah.

Keamanan adalah persepsi nasabah bahwa menggunakan *e-banking* BRI dapat terlindungi dari terjadinya pencurian atau segala bentuk penyalahgunaan lain. Adapun indicator pengukuran meliputi: Tidak

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Item to Total Correlation	Signifikansi	Keterangan
Kepercayaan	X1.1	0,873	0,000	Valid
	X1.2	0,798	0,000	Valid
	X1.3	0,921	0,000	Valid
Keamanan	X2.1	0,836	0,000	Valid
	X2.2	0,766	0,000	Valid
	X2.3	0,826	0,000	Valid
Persepsi Risiko	X3.1	0,798	0,000	Valid
	X3.2	0,725	0,000	Valid
	X3.3	0,731	0,000	Valid
Kesadaran	X4.1	0,875	0,000	Valid
	X4.2	0,832	0,000	Valid
	X4.3	0,697	0,000	Valid
Adopsi	Y1.1	0,897	0,000	Valid
	Y1.2	0,825	0,000	Valid
	Y1.3	0,837	0,000	Valid

Sumber : Data Primer.

khawatir akan keamanan dari menggunakan internet banking, BRI menjamin keamanan bertransaksi melalui *e-banking*, nasabah BRI merasa aman mengirimkan data pribadi melalui internet banking, nasabah merasa menggunakan *e-banking* untuk transaksi keuangan sangat aman.

Persepsi terhadap risiko, merupakan persepsi nasabah BRI tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu transaksi *e-banking*.

Kesadaran merupakan persepsi nasabah BRI terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan layanan *e-banking* BRI.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas, autokorelasi, dan heterokedastisitas). Instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Subjek Penelitian

Kuesioner disebarkan dengan cara *purposive sampling* dan diperoleh 90 responden. Sebagian besar responden dengan jenis kelamin laki-laki 61% dan responden dengan jenis kelamin perempuan 39%. Responden didominasi oleh nasabah yang berusia $19 \leq x < 24$ tahun yaitu sebesar 52%. Berdasarkan tingkat pendidikannya proporsi responden yang memiliki pendidikan SMA merupakan proporsi terbesar yaitu sebesar 41%. Adapun berdasarkan tingkat pekerjaan didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 36%.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepercayaan	0,828	Reliabel
Keamanan	0,727	Reliabel
Persepsi Risiko	0,616	Dapat diterima
Kesadaran	0,707	Reliabel
Adopsi	0,811	Reliabel

Sumber : Data Primer.

JBB
6, 1

121

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parametersa	Mean	,000
	Std. Deviation	1,07677404
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,060
	Negative	-,093
Kolmogorov-Smirnov Z		.884
Asymp. Sig. (2-tailed)		.416

a. Test distribution is Normal.

Menilik pada penghasilan responden, proporsi terbesar adalah responden yang memiliki pendapatan $Rp\ 2.000.000 \leq x < Rp\ 4.000.000$ se besar 46% %.

Uji Validitas

Imam Ghozali (2013: 52) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner antara tiap pernyataan dalam satu item memiliki signifikansi $< 0,05$.

Berdasarkan Tabel 1, terdapat nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur keandalan sebuah instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan pada kuesioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer program SPSS versi 16.00. Nilai suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai Alpha Cronbach $\geq 0,7$ (Imam Ghozali 2013: 48).

Pada Tabel 2, terlihat bahwa terdapat satu instrumen yang tidak reliabel menurut Imam Ghozali (2013) yaitu variabel persepsi risiko. Namun demikian menurut Haryadi Sarjono dan Winda Julianita (2011: 45) jika koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka tingkat reliabilitas instrument tersebut dapat diterima.

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Model	Unstd. Coeff.		Std. Coeff.	t	Sig.	Collinearity Stat.	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,999	,975		2,051	,043		
T_X1	,331	,103	,399	3,215	,002	,272	3,677
T_X2	,038	,102	,038	,369	,713	,386	2,589
T_X3	,078	,105	,067	,742	,460	,507	1,972
T_X4	,331	,091	,375	3,633	,000	,392	2,550

a. Dependent Variable: T_Y
Sumber: Data Primer.

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,803 ^a	,644	,627	1,102	1,972

a. Predictors: (Constant), T_X4, T_X3, T_X2, T_X1

b. Dependent Variable: T_Y

Sumber: Data Primer.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk menguji apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik (Imam Ghozali 2013: 160).

Berdasarkan pada Tabel 3, dari 90 sampel yang digunakan pada penelitian ini, nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,884 dan nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,416. Hal ini berarti H0 diterima, berarti semua variabel dinyatakan berdistribusi normal karena nilai asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 (Imam Ghozali 2013: 160).

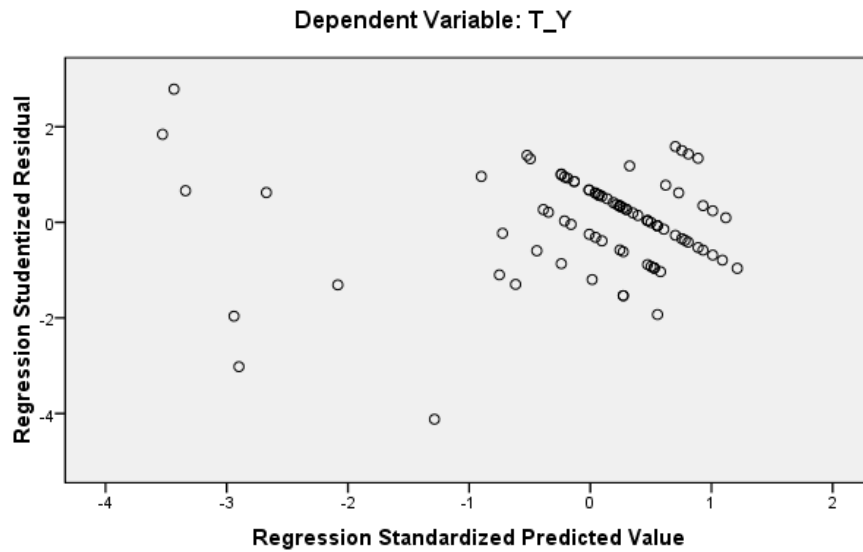
Uji Multikolinieritas

Uji multi kolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, apabila variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Berdasarkan pada Tabel 4, hasil nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi (Imam Ghozali 2013: 106).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi



Gambar 2
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), apabila terjadi korelasi maka ada masalah dalam autokorelasi. Ada cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen.

Pada Tabel 5 hasil nilai *durbin-watson* sebesar 1,972, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel sebesar 90 (n), dan jumlah variabel independen 4 (k=4).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residual SPRESID. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik (Imam Ghozali 2013 : 139).

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis Linier Berganda

Analisis data statistik dilakukan dengan menggunakan regresi linier

Tabel 6
Uji F Variabel Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko dan Kesadaran terhadap Adopsi

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	186,865	4	46,716	38,481	,000 ^a
Residual	103,190	85	1,214		
Total	290,056	89			

a. Predictors: (Constant), T_X4, T_X3, T_X2, T_X1

b. Dependent Variable: T_Y

Tabel 7
Uji T Variabel Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko dan Kesadaran terhadap Adopsi

Coefficients^a

Model	Unstd. Coeff.		Std. Coeff. Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Stat.	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.999	.975		2.051	.043					
T_X1	.331	.103	.399	3.215	.002	.756	.329	.208	.272	3.677
T_X2	.038	.102	.038	.369	.713	.638	.040	.024	.386	2.589
T_X3	.078	.105	.067	.742	.460	.592	.080	.048	.507	1.972
T_X4	.331	.091	.375	3.633	.000	.742	.367	.235	.392	2.550

Dependent Variable: T_Y

Sumber: Data Primer.

berganda untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko dan Kesadaran baik secara simultan maupun parsial terhadap Adopsi. Uji regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan alat uji SPSS versi 16.00.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel X (variabel bebas) secara bersama – sama terhadap variabel Y (variabel tergantung).

Dilihat dari hasil uji F pada Tabel 6, terdapat F hitung sebesar 38,481 dengan nilai signifikan 0,000 nilai signifikan < 0,05. Apabila angka probabilitas signifikansi <0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dari hasil output tersebut menyatakan variabel bebas yaitu Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko dan Kesadaran secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Adopsi.

Uji t

Uji T ini dilakukan untuk menguji signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara individu terhadap variabel tergantung (Y) . Dalam penelitian ini dilakukan uji dua sisi yang mempunyai pengaruh negatif dan positif digunakan untuk melakukan pengujian terhadap variabel yang memiliki pengaruh negatif dan positif.

Berdasarkan Tabel 7, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,999 + 0,331X_1 + 0,038X_2 + 0,078X_3 + 0,331X_4 + 0,975. \quad (1)$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar 1,999 menyatakan bahwa jika ada Kepercayaan(X1), Keamanan(X2), Persepsi Risiko(X3), Kesadaran(X4) sebesar nol maka Adopsi *e-banking* Bank BRI sebesar 1,999.
2. Koefisien regresi Kepercayaan (X1) sebesar 0,331 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin kepercayaan akan meningkatkan Adopsi *e-banking* Bank BRI sebesar 0,331 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika setiap penurunan satu poin kepercayaan akan menurunkan adopsi *e-banking* sebesar 0,331 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi Keamanan (X2) sebesar 0,038 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin keamanan akan meningkatkan Adopsi *e-banking* Bank BRI sebesar 0,038 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika setiap penurunan satu poin keamanan akan menurunkan adopsi *e-banking* sebesar 0,038 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
4. Koefisien regresi Persepsi Risiko (X3) sebesar 0,078 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin Persepsi Risiko akan meningkatkan Adopsi *e-banking* Bank BRI sebesar 0,078 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
5. Koefisien regresi Kesadaran (X4) sebesar 0,331 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin Kesadaran akan meningkatkan Adopsi *e-banking* Bank BRI sebesar 0,331 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika setiap penurunan satu poin kesadaran akan menurunkan adopsi *e-banking* sebesar 0,331 dengan anggapan variabel lainnya tetap.

JBB

6, 1

125

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Adopsi (H1)

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil, bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap adopsi sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti H1 yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-banking* nasabah Bank BRI di Surabaya telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan nasabah Bank BRI maka semakin tinggi pula Adopsi nasabah terhadap *e-banking* Bank BRI.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Saroj K.Datta (2010) yang menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Adopsi.

Pengaruh Keamanan terhadap Adopsi (H2)

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa Keamanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap adopsi sebesar $0,713 > 0,05$ yang berarti H2 yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya tidak terbukti kebenarannya. Dengan demikian semakin tinggi keamanan layanan *e-banking* belum tentu akan menaikkan adopsi *e-banking* oleh nasabah

Bank BRI.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Saroj K.Datta (2010) yang menjelaskan bahwa Keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap Adopsi. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan karena penelitian terdahulu dilakukan di Negara yang berbeda secara karakteristik respondennya. Ada beberapa faktor, salah satunya yaitu rata-rata usia responden yang berbeda dianggap sebagai faktor dalam menjawab pertanyaan dari segi pola pikirnya.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Adopsi (H3)

Berdasarkan hasil analisis pada *uji t* didapatkan hasil bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap adopsi sebesar $0,460 > 0,05$ yang berarti H3 yang menyatakan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-banking* nasabah Bank BRI di Surabaya terhadap Adopsi tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Wadie Nasri (2011) yang menjelaskan bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang positif terhadap Adopsi. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan karena penelitian terdahulu dilakukan di Negara yang berbeda secara karakteristik respondennya. Dimana pada penelitian ini rata-rata respondennya yaitu pelajar atau mahasiswa sedangkan pada penelitian Wadie Nasri (2011) responden rata-rata telah berusia lanjut yang memiliki pola pikir berbeda dengan mahasiswa dari segi persepsi risiko.

Pengaruh Kesadaran terhadap Adopsi (H4)

Berdasarkan hasil analisis pada *uji t* didapatkan hasil bahwa Kesadaran memiliki pengaruh signifikan terhadap Adopsi, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap adopsi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H4 yang menyatakan bahwa Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *e-banking* nasabah Bank BRI di Surabaya telah terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Datta (2010) yang menjelaskan bahwa Kesadaran memiliki pengaruh yang positif terhadap Adopsi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kesadaran nasabah semakin tinggi pula adopsi *e-banking* oleh nasabah Bank BRI di Surabaya.

5. SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya.

Di samping itu, penelitian juga menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Dengan demikian semakin baik keamanan layanan *e banking* Bank BRI tidak selalu meningkatkan adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya.

Adapun persepsi risiko memiliki pengaruh yang tidak signifikan

terhadap adopsi *e-banking*. Dapat dikatakan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi nasabah BRI dalam memutuskan apakah akan mengadopsi *e-banking* ataupun tidak.

Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Dengan demikian semakin tinggi kesadaran terhadap layanan *e-banking* Bank BRI akan meningkatkan adopsi *e-banking* Bank BRI di Surabaya

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dilakukan masih memiliki keterbatasan yaitu diantaranya adalah masalah reliabilitas instrumen penelitian. Meskipun secara keseluruhan instrumen adalah reliable, terdapat satu instrumen penelitian yang memiliki koefisien reliabilitas yang mendekati kriteria minimal yaitu 0,616 yaitu persepsi risiko. Di masa yang akan datang, peneliti berikutnya dapat mengembangkan instrumen penelitian yang memiliki tingkat reliabilitas lebih besar.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait :

1. Bagi Bank penyedia layanan *e-banking*
 - a. Masalah kepercayaan terhadap layanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menunjang keberlanjutan pemakaian *e-banking*, seorang nasabah tidak akan melanjutkan pemakaian *e-banking* ketika suatu situs dirasakan sudah tidak aman lagi. Bank BRI dapat meningkatkan konsistensi dalam memberikan pelayanan *e-banking* yang berkualitas yang memiliki rata-rata jawaban responden terendah.
 - b. Selain itu, Bank BRI di Surabaya juga dapat meningkatkan kesadaran, karena kesadaran nasabah terhadap layanan *e-banking* dapat meningkatkan adopsi *e-banking* oleh nasabah. Bank BRI dapat berupaya meningkatkan promosi melalui iklan dan sejenisnya agar selalu mendorong nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking* karena memiliki rata-rata jawaban responden yang paling rendah.
2. Bagi Penelitian selanjutnya
 - a. Agar didapatkan suatu penelitian yang baik didukung oleh jawaban responden yang tepat dan kuat jawabannya maka disarankan untuk lebih selektif dalam pemilihan responden yang serius dalam pengisiannya.
 - b. Peneliti selanjutnya sebaiknya menyebarkan kuesioner lebih menyeluruh atau memperbanyak cabang Bank yang dituju.
 - c. Beberapa variabel baru dapat ditambahkan dalam penelitian selanjutnya untuk menghasilkan prediksi yang berbeda. Variabel baru tersebut antara lain variabel demografis (umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan), kredibilitas, akurasi, tampilan situs, dan lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abu Nizarudin dan Karmawan, 2010, 'Faktor-faktor yang mempengaruhi niat adopsi e-banking pada nasabah perbankan di provinsi bangka Belitung', Solo: *ILMIAH*, Volume VI No. III, 2014, hal. 1-10.
- Al-Shomali, SA, Gholami, R and Clegg, B 2008, 'Internet Banking Ac-

- ceptance in the Context of Developing Countries : An Extension of the Technology Acceptance Model', *Operation and Information Management Group, Aston Business School, Birmingham B47ET, UKI*, hal. 1-16.
- Ari Mubiyantoro dan Syaefullah, 2013, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus di Bank BRI Kota Malang)', Skripsi, Universitas Brawijaya Malang.
- Datta, Saroj K 2010, 'Acceptance of e-banking among adult customers: An empirical investigation in India', *India: Journal of internet banking and commerce*, August 2010, vol. 15, no. 2, hal. 1-16.
- Edy Purwo Saputro dan Fereshti Nurdianan Dihan, 2011, 'Anteseden risk dan trust yang mempengaruhi sikap individu terhadap niat adopsi e-banking', Solo: *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 15, Nomor 2, Desember 2011, hal. 118-128.
- Hadyan Farizi dan Syaefullah, 2014, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking', Skripsi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, 2011, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Salemba Empat, Jakarta.
- Imam Ghozali, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maryanto Supriyono, 2010, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Mudrajat Kuncoro, 2013, *Metode Riset untuk bisnis dan ekonomi*, Yogyakarta: Erlangga.
- Nasri, Wadie, 2011, 'Factor Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia', Tunisia: *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 8; August 2011, hal. 143-160.
- Sujadi dan Edy Purwo Saputro, 2010, 'E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service', Solo: *Seminar Nasional Informatika 2010 (semnasIF 2010)*, hal. E-302-E-311.
- Wilson Van Voorhis, CR and Morgan, BL 2007, 'Understanding Power and Rules of Thumb for determining Sample Sizes', *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3 (2), hal. 43-50.
- http://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking, diakses 9 Maret 2015.
- <https://www.bi.go.id/>, diakses 2 April 2015.

Koresponden Penulis

Emma Yulianti dapat dikontak pada e-mail: emma@perbanas.ac.id.