

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (STUDI PADA PROGRAM LAYANAN *INTERNET BANKING BRI*)

Ahmad *
Bambang Setiyo Pambudi **

ABSTRACT

The purpose of this research was to identify variables which influenced re-intention of bank's customer BRI to re-use Internet Banking BRI either partially or simultaneously. The research used a quantitative method where the populations were all of the BRI customers in the town of Bangkalan who used the Internet Banking BRI services and obtained a sample of 50 respondents its taken using purposive sampling method by distributing questionnaires.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security and Feature Availability, Re-intention on Use Internet Banking.*

Perkembangan teknologi internet saat ini juga sudah diadopsi pada dunia perbankan, yaitu tercermin dengan banyaknya perusahaan perbankan yang mengaplikasikan dan mengembangkan pelayanan mereka dengan menawarkan jasa *internet banking* karena media internet adalah suatu inovasi yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di manapun dan kapanpun, sehingga cocok dengan perkembangan masyarakat saat ini yang dikenal sangat sibuk dan memiliki mobilitas tinggi sehingga mereka tidak perlu datang ke bank dan mengantri di bank hanya sekedar untuk melakukan transaksi *non-cash*. Contoh layanan yang berbasis teknologi informasi dapat berbentuk dalam *internet banking*, *internet banking* yang berbasis *handphone (mobile banking)*, penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), *Credit Card* dan sebagainya.

Layanan *internet* terutama pada layanan *internet banking* telah menjadi perhatian utama dari pihak perbankan dan menjadi strategi yang mampu untuk menarik minat nasabah dan meningkatkan nilai perusahaan. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank BUMN yang memiliki jumlah nasabah terbesar di Indonesia dengan total nasabah sebesar kurang lebih 33.000.000 (tiga puluh tiga juta) nasabah berdasarkan Biro Riset Info Bank yang merilis jumlah nasabah terbesar dari sembilan (9) perbankan di Indonesia.

Menurut Widodo Januarso selaku *General Manager Funding and Services Division* BRI saat diwawancarai media berita online Okezone.com di sela-sela konferensi pers perjanjian kerjasama dengan Indosat, di Jakarta, (12/10/2012), menyatakan saat ini jumlah pengguna *internet banking* masih 300 ribu *user*, sedangkan pengguna *mobile banking* sudah

* Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

** Staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

mencapai 2,5 juta *user*, artinya pengguna *internet banking* hanya satu persen (1%) dari total nasabah BRI.

Tabel 1. Sembilan Bank di Indonesia dengan Jumlah Nasabah Terbesar

No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah
1	BRI	33.000.000
2.	BNI	11.772.000
3.	Bank Mandiri	11.300.000
4.	BCA	9.700.000
5.	BTN	5.000.000
6.	Danamon	4.700.000
7.	BII	2.800.000
8.	CIMB Niaga	2.600.000
9.	Permata Bank	2.000.000

Sumber: Biro Riset InfoBank, 2011

Berdasarkan laporan tahunan Bank Rakyat Indonesia (BRI) tahun 2011 pengembangan *electronic banking* BRI terus dilakukan penyempurnaan fitur-fitur baru di *access channel* pada layanan *internet banking* yaitu: 1) pengembangan fitur transfer melalui jaringan bersama dan PRIMA; 2) pengembangan fitur RTGS; 3) pengembangan fitur cetak rekening koran (sampai dengan 50 transaksi terakhir); 4) pengembangan fitur pembayaran tiket pesawat terbang; 5) pengembangan fitur *top up e-money BRIZZI* dan *SIM Smart*, telepon Prabayar, dan 6) *Internet Banking* versi *mobile phone*.

Penelitian dilakukan untuk mencari pengaruh faktor penerimaan teknologi informasi terhadap minat menggunakan teknologi informasi dengan memasukkan dua (2) variabel utama dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), disamping untuk melakukan riset lanjutan atas adanya kesenjangan pada penelitian sebelumnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Internet Banking

Menurut Thulani *et al.*, dalam Safeena *et al.*, (2010:3) *Internet banking* mengacu pada sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mendapatkan akses ke *account* mereka dan informasi umum mengenai produk dan jasa bank melalui penggunaan situs bank, tanpa intervensi atau ketidaknyamanan mengirim surat, faks, tanda tangan asli dan konfirmasi telepon. Jun dan Cai dalam Wang (2006:6) mengemukakan bahwa *Internet banking* adalah penggunaan fasilitas internet untuk layanan perbankan, yang meliputi layanan perbankan tradisional seperti membuka rekening deposit atau menstransfer dana antar rekening yang

berbeda, dan pelayanan perbankan yang baru, seperti penyajian tagihan elektronik dan pembayaran.

Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*) (Jogiyanto, 2007:111). Menurut Davis, Bagozzi dan Warshaw dalam Almunata (2008:12) TAM menganggap bahwa pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi, yaitu persepsi manfaat (*Perceived of Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived of Ease*).

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis yang dikembangkan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein dalam Jogiyanto (2007:111). Gefen dan Straub dalam Almunata (2008:12) menyatakan bahwa peranan persepsi kemudahan penggunaan sebenarnya lebih kompleks karena persepsi kemudahan penggunaan mengukur penilaian kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dan kemudahan untuk dipelajari (*easy of learning*) dari pengguna teknologi informasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat.

Pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna memiliki pengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.

Menurut Jogiyanto (2007:134) teori *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.

3. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. TAM merupakan model yang persimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid.

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Menurut Jogiyanto (2007:114) persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Menurut Davis dalam Mangin *et al.*, (2008:14) persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas *internet banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut.

Menurut Wijaya dalam Almontaha (2008:14) persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas pengguna.
2. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna.
3. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) Menurut Widjana (2010:33) persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Amin *et al.*, (2012:4). Davis memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi yang meliputi: (1) mudah untuk dipelajari dan dioperasikan; (2) pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah, dan (3) menambah keterampilan para pengguna (Almontaha, 2008:19).

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi informasi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk atau layanan. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk atau layanan ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku dan niat seseorang untuk menggunakan atau tidak suatu produk atau layanan.

Keamanan (*Secure*)

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Hasil penelitian Sathye dalam Almuntaha (2008:17) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan *internet banking* berkurang. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:47) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*)

Menurut Ainscough dan Luckett dalam Pranidana (2001:21) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *internet banking*. Gerrad dan Cunningham dalam Pranidana (2011: 21-22)

Menurut Poon dalam Pranidana (2011:22) terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *internet banking*, yaitu: (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa; (2) keberagaman layanan transaksi; (3) keberagaman fitur, dan (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa.

Minat Menggunakan *Internet Banking*

Berhasil atau tidaknya suatu teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan akan bergantung dari para penggunanya. Suatu teknologi akan berhasil jika penggunanya (*user*) semakin banyak jumlahnya serta terus digunakan. Maka oleh karenanya, minat seseorang untuk menggunakan teknologi menjadi faktor penting.

Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007:29) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang. Menurut Amijaya (2010:16) Menurut Setyanto (2011:12) minat ulang menggunakan *internet banking* secara *online* dapat diartikan frekuensi (seberapa sering)

nasabah menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan pihak bank dalam bertransaksi secara *online* melalui layanan *electronic banking* atau *internet banking*.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun yaitu mengenai kebenaran adanya pengaruh dari faktor-faktor independen yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan layanan *Internet Banking* BRI.

Populasi dan Sampel

Populasi obyek dalam penelitian ini adalah nasabah BRI yang bertempat tinggal di kota Bangkalan. Sampelnya adalah nasabah BRI yang mempunyai tabungandan terdaftar serta pernah menggunakan layanan *Internet Banking* BRI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji penelitian dengan proram SPSS maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,548 + 0,232X_1 + 0,082X_2 + 0,177X_3 + 0,188X_4$$

Keterangan X_1 : Persepsi Manfaat, X_2 : Persepsi Kemudahan, X_3 : Keamanan, X_4 : Ketersediaan Fitur dan Y : Minat Ulang Menggunakan *Internet Banking*

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah disusun sebelumnya oleh penulis dan melihat seberapa besar adanya pengaruh dari variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap variabel dependennya yaitu minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *Internet Banking* BRI. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya secara simultan (uji F), dan secara parsial (uji t).

Uji F

Berdasarkan Uji F, dapat dilihat besarnya tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena tingkat signifikansi berada di bawah 0,05, maka dapat dinyatakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2),

keamanan (X_3) dan ketersediaan fitur (X_4), secara simultan mempengaruhi variabel terikatnya (Y) yaitu minat ulang menggunakan *internet banking* (Y) dapat diterima atau terbukti.

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	51.285	4	12.821	27.745	.000
Residual	20.795	45	.462		
Total	72.080	49			

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 16.0, 2012

Koefisien Determinasi

Nilai R Square (R^2) menunjukkan sebesar 0,711 atau 71,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu minat ulang menggunakan *internet banking* sebesar 71,1% sedangkan sisanya sebesar 28,9 dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Berdasarkan uji t, maka dapat dijelaskan untuk masing-masing variabel independennya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji T

Variabel Independen	Sig.	Keterangan	Hasil Hipotesis
Persepsi Manfaat (X_1)	.000	Signifikan	Terbukti
Persepsi Kemudahan (X_2)	.217	Tidak Signifikan	Tidak terbukti
Keamanan (X_3)	.001	Signifikan	Terbukti
Ketersediaan Fitur (X_4)	.018	Signifikan	Terbukti

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 16.0, 2012

Pembahasan

Berdasarkan pada hasil Penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat ulang menggunakan *internet banking* dapat diterima atau terbukti.

Hasil analisis data terbukti bahwa ada tiga variabel secara individu (parsial) berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan *internet banking* dan ada satu variabel secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan analisis sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis variabel (X_1), ditemukan fakta bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Pengaruh tersebut disebabkan karena indikator dengan adanya *internet banking* BRI hal akan membuat nasabah lebih singkat dalam bertransaksi. Hasil ini menandakan bahwa variabel persepsi manfaat menjadi faktor utama dalam mempengaruhi minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *Internet Banking* BRI atau dapat dikatakan bahwa semakin baik nilai manfaat dari layanan *Internet Banking* BRI, maka semakin menguatkan minat nasabah untuk menggunakan kembali layanan ini. Maka berdasarkan hasil penelitian ini, maka perlu kiranya pihak BRI untuk senantiasa melakukan penyempurnaan pada layanan *internet banking*-nya terutama dari sisi kemanfaatannya, misalnya dengan melakukan penambahan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan manfaat yang lebih besar ketika menggunakan layanan *Internet Banking* BRI, misalnya dengan menambahkan fasilitas transfer ke luar rekening BRI, penambahan *history* transaksi yang pernah dilakukan, dan sebagainya.

Variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat ulang nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Atau dapat dikatakan bahwa nasabah merasa *website* Internet Banking BRI terlalu sederhana dan tidak memberikan informasi yang lengkap. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diinterpretasikan bahwa dari segi kemudahan nasabah masih menganggap bahwa layanan *Internet Banking* BRI masih jauh dari harapan, oleh karena itu perlu kiranya pihak BRI untuk segera melakukan evaluasi dan perbaikan, seperti dengan membuat jaringan yang cepat dan mudah diakses, tampilan *website* yang menarik namun tidak menyulitkan nasabah untuk mengoperasikan, serta memuat berbagai informasi yang jelas baik mengenai semua fungsi dan manfaat dari fitur yang disediakan serta tata cara bertransaksi, sehingga diharapkan dapat memberikan kemudahan lebih bagi nasabah dalam layanan ini.

Variabel keamanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Pengaruh disebabkan indikator bahwa nasabah tidak merasakan kekhawatiran akan keamanan dari layanan *Internet Banking* BRI atau masyarakat yakin akan keamanan layanan *Internet Banking* BRI. Hasil ini menandakan bahwa variabel keamanan juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi minat ulang nasabah untuk menggunakan kembali layanan *internet banking* atau dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat

keamanan yang diberikan dalam layanan *Internet Banking* BRI, maka semakin menguatkan minat nasabah untuk menggunakan kembali layanan ini. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem keamanan yang berlapis dan selalu *ter-update*, mengingat seiring dengan kemajuan teknologi, juga sekaligus akan menambah resiko keamanan dari kejahatan di dunia maya (*cyber crime*), sehingga teknologi keamanan pada *website Internet Banking* BRI dituntut selangkah lebih maju dari teknologi dan modus-modus kejahatan yang dimiliki oleh para *hacker*.

Variabel ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Pengaruh tersebut karena indikator adanya nasabah dapat melakukan berbagai keperluan seperti cek saldo, transfer dan pembayaran tagihan dengan adanya *internet banking* BRI. Hasil ini menandakan bahwa variabel ketersediaan fitur juga menjadi faktor utama dalam mempengaruhi minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Oleh karena itu, perlu kiranya pihak perbankan untuk selalu menambahkan fitur-fitur baru yang dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*.

Berdasarkan hasil dari pertanyaan terbuka pada kuesioner yang telah disebar, yaitu mengenai pendapat nasabah mengenai program layanan *Internet Banking* BRI menunjukkan bahwa 22 responden menyambut positif adanya layanan *Internet Banking* BRI dengan alasan memudahkan dalam bertransaksi seperti cek saldo, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan. 16 responden menyatakan baik namun perlu ada penyempurnaan dan penambahan fitur baru seperti transfer rekening antar bank dan kualitas informasi yang menjelaskan fungsi dari setiap fitur layanan dan tata cara bertransaksi atau input datanya dengan menggunakan bahasa yang lebih mudah dimengerti. Sedangkan 12 responden menyambut baik namun tanpa disertai dengan alasan yang jelas. Jadi secara umum nasabah menilai program layanan *Internet Banking* BRI sudah bagus namun dengan catatan perlu ada perbaikan dan penyempurnaan pada segi fitur yang tersedia dan aspek kemudahan dalam pengoperasiannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan, dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang menggunakan *internet banking* secara signifikan. Artinya bahwa responden menyatakan semua variabel bebas tersebut dianggap penting untuk dapat meningkatkan minatnya dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hipotesis yang tidak dapat diterima yang artinya bahwa secara parsial menunjukkan bahwa persepsi manfaat, keamanan dan ketersediaan fitur mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan layanan *internet banking*, kecuali pada variabel persepsi kemudahan yang tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Saran

Meningkatkan nilai manfaat perlu juga kiranya pihak bank 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 perkembangan 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. Meskipun variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat ulang menggunakan *internet banking*, sekiranya juga diperlukan penyempurnaan tampilan website *Internet Banking* BRI yang disertai penambahan informasi mengenai fitur yang ada, serta tata cara penggunaan, sehingga faktor kemudahan juga akan mengefisienkan waktu selama mengakses.

DAFTAR PUSTAKA

- Almuntaha, Eska. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Nasabah BCA). *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi 2010*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bank Rakyat Indonesia. 2011. Laporan Tahunan BRI. Jakarta: BRI.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- InfoBank. 2011. Jumlah Nasabah 10 Bank Besar. (*Online*). (<http://www.infobanknews.com/2011/11/36445/>, diakses 19 November 2012).
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Mangin, Jean. P. L., Bourgault N., dan Guerrero M. M. 2008. Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (*online*), Vol. 16, No. 1 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 23 September 2012).

- O'Brien, James A. 2007. *Management Information Systems 10th edition*. Palgrave: Basingtoke.
- Pranidana, Sauca Ananda. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rahardjo, Budi. 2005. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Infonesia.
- Safeena, Rahmath, Abdullah dan Hema Date. 2010. Customer Perspectives on E-Business Value: Case Study on Internet Banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (online), Vol. 15, No. 1 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 16 September 2012).
- Setyanto, Totok Tri. 2011. *Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Minat Bertransaksi Ulang secara Online (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)*. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sihotang, Erichson. 2012. Gaet Indosat, BRI Incar Transaksi Internet Banking Rp25 T. *Okezone.com*. (Online). (<http://economy.okezone.com/read/2012/10/12/457/703209/gaet-indosat-bri-incar-transaksi-internet-bankingrp25-t/>, diakses 26 November 2012).
- Wang, Chun dan Wang Zheng. 2006. The Impact of Internet on Service Quality in the Banking Sector. *Thesis*. Lulea: Department of Business Administration and Social Sciences Division of Industrial Marketing and E-Commerce Lulea University of Technology.
- Widjana, Mahardika Aditya. 2010. Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. *Tesis*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Zahid, Nauman, Asif Mujtaba, dan Adnan Riaz. 2010. Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. (Online), Vol. 27, No. 1 (http://www.eurojournals.com/EJEFAS_27_04.pdf/, diakses 5 November 2012).