

# **"The Influence of Attitudes, Norms and Control Subyctif Interests Attitudes to Using Internet Banking In BRI Kotamobagu Branch"**

**By:  
Ferdy Roring**

## **Abstract**

Commercial banks have introduced internet-based on banking system to improved operations and reduced costs. Internet banking is one form of service were started a lot of products offered by commercial banks in Indonesia.

The sample in this study was 100 from total population 809 clients. Analysis tools used multiple linear regression, hypothesis testing using t test and F test before being tested by using multiple linear regression, previously tested using the data validity and reliability as well as testing the classical assumptions. Tests conducted with the help of SPSS software.

The results showed that attitudes, subjective norms and behavioral control affect the interest of using internet banking either partially or simultaneously. The relationship between the variables X and Y is strong, while the magnitude of the influence of variable X to variable Y is equal to 38.8% while the remaining 61.2% is influenced by variables other than research. The dominant variable is the control of behavior.

Increased interest of customers to use internet banking should be improved by Bank BRI Branch Kotamobagu by increasing or add information on internet banking, as most customers are still not understand about internet banking.

**Keywords:** Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Use Internet Banking Interests.

## **PENDAHULUAN**

Teknologi informasi (TI) berperan signifikan dalam menunjang daya saing setiap perusahaan, misalnya dalam hal penciptaan atau penyampaian jasa baru, peningkatan keterlibatan pelanggan dalam operasional,

Salah satu bentuk penggunaan TI adalah internet banking karena alasan kemudahan dan kegunaannya, mulai banyak nasabah bank di Indonesia yang menggunakan fasilitas internet banking

Bank BRI menawarkan layanan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Bagi nasabah yang sibuk dengan aktivitas pekerjaan, internet banking merupakan solusi yang tepat. Bertransaksi di Internet Banking BRI juga lebih aman dan personal. Pemilik rekening Tabungan BRI BritAma dan Simpedes dapat bertransaksi mulai dari informasi saldo, mutasi rekening, transfer,

pembayaran tagihan, sampai pembelian pulsa isi ulang.

Selain itu, melalui Internet Banking BRI, nasabah bisa melakukan transfer dari rekening BRI ke bank lain secara *realtime online*. Fasilitas *i-Banking* ini tentu saja semakin memudahkan penggunaan internet banking. Nasabah bisa menghemat waktu karena dapat dilakukan di mana saja sepanjang memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan internet banking tersebut. Internet banking menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan bertransaksi.

**Tabel Perkembangan Jumlah Nasabah BRI Cabang Kotamobagu dari Tahun 2009-2012**

Tahun	Jumlah Nasabah	Pengguna Internet Banking	Persentase
2009	1398	512	36,62
2010	1510	598	39,60
2011	1690	766	45,33
2012	1771	890	50,25

*Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online*

beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Sikap merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan nasabah . Sikap nasabah dapat menjadi kontrol yang akurat terhadap perilaku pembelian dan dapat mempengaruhi pola pikir individu dalam pengambilan keputusan . Sikap menentukan cara-cara berperilaku individu terhadap objek tertentu (Dharmesta 1998:20).

Keraguan rasa aman untuk menggunakan internet banking dan kemudahan dalam bertransaksi sehingga menggunakan internet banking. Inkonsistensi sikap konsumen ini perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada konsumen atau nasabah yang menggunakan internet banking.

Norma subjektif sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Pengaruh social yang dipersepsikan konsumen sehingga membentuk perilaku tertentu.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan *Internet Banking* pada BRI Cabang Kotamobagu?
2. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada BRI Cabang Kotamobagu?
3. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada BRI Cabang Kotamobagu?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh sikap terhadap minat menggunakan

internet banking pada BRI Cabang Kotamobagu.

2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh norma subyektif terhadap minat menggunakan internet banking pada BRI Cabang Kotamobagu.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kontrol perilaku terhadap minat menggunakan internet banking pada BRI Cabang Kotamobagu.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian terbagi atas dua (2) bagian yaitu :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat menjadikan salah satu sumbangan pemikiran dalam hal pengembangan penelitian yang berkaitan dengan penelitian mengenai minat menggunakan internet banking.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai evaluasi dan bahan masukan bagi Bank BRI Cabang Kotamobagu, tentang bagaimana pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku

terhadap minat menggunakan internet banking.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Perilaku Konsumen**

Pemahaman mengenai perilaku konsumen yang merupakan perwujudan seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Menurut Engel, et al. (2004), perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Kotler dan Amstrong (2004:176), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya yaitu faktor psikologis. Adapun macam dari faktor psikologis ini antara lain, yaitu: (1) Motivasi—adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya; (2) Persepsi—adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia; (3) Pembelajaran—adalah perubahan pada

perilaku individu yang muncul dari pengalaman; (4) Keyakinan—adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu, dan sikap—menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah obyek atau gagasan.

### **Pengertian Sikap**

Fishbein dan Ajzen (dalam Refiana, 2002) berpendapat bahwa sikap seseorang terhadap perilaku tertentu didasarkan pada sekumpulan pasangan keyakinan (belief-evaluation). Sikap merupakan fungsi perilaku, termasuk keyakinan perilaku (behavioral belief) seseorang dan evaluasi terhadap konsekuensinya.

Sikap berperan penting dalam menjelaskan perilaku seseorang dalam lingkungannya. Selain komponen sikap juga masih banyak komponen lain yang mempengaruhi perilaku seseorang antara lain stimulus, latar belakang individu, motivasi, dan status kepribadian.

### **Pengertian Norma Subyektif**

Norma Subyektif adalah determinan persepsi individu tentang

pengaruh sosial dalam membentuk perilaku tertentu. (Ajzen, 1988 dalam Mustikasari, 2007). Norma adalah konvensi sosial yang mengatur kehidupan manusia. Norma subyektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya (misalnya saudara, teman sejawat) untuk menyetujui atau tidak menyetujui suatu perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Ajzen, 1991 dalam Mustikasari, 2007).

Norma subyektif merupakan persepsi yang bersifat individual terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.

### **Pengertian Kontrol Perilaku**

Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) menghubungkan bagaimana mudah atau sulit akan mengeluarkan perilaku yang pasti (Ajzen, 1991). Menurut Nazar

dan Syahrani (2008), kontrol berperilaku menunjukkan mudahnya atau sulitnya seseorang melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu disamping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

Menurut Jogiyanto (2007), kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada. Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) ini diasumsikan direfleksikan oleh pengalaman masa lalu dan juga kepemilikan sumber-sumber daya (misalnya uang, keahlian, waktu, kerjasama dengan lainnya) dan kesempatan-kesempatan (Ajzen, 1991).

### **Pengertian Minat**

Menurut Winkel (1993: 30) pengertian minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama

diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti.

### **Internet Banking**

*Internet banking* yang juga dikenal dengan istilah *online banking* atau *e-banking* ini menurut situs wikipedia adalah melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, laptop/ note book, PDA, dan sebagainya.

Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas

sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking*, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya. Adapun persyaratan bisnis dari *internet banking* antara lain: a). aplikasi mudah digunakan; b). layanan dapat dijangkau dari mana saja; c). murah; d). dapat dipercaya; dan e). dapat diandalkan (*reliable*).

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis data pada penelitian jika dilihat dari sumbernya adalah data primer yaitu data mengenai tanggapan nasabah Bank BRI Cabang Kotamobagu mengenai sikap, norma subyektif, kontrol sikap serta minat menggunakan internet banking. Tanggapan nasabah tersebut

diperoleh lewat kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 kuesioner kepada 100 nasabah.

Selain data primer mengenai tanggapan nasabah, data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder mengenai sejarah perusahaan, visi misi dan job description.

### **Metode Pengumpulan Data**

Sehubungan dengan aktivitas usaha untuk pengumpulan data, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisisioner dan metode penelitian kepustakaan.

### **Metode Kuesioner**

Kuisisioner (daftar pernyataan), untuk melengkapi data yang penulis butuhkan, maka dalam hal ini penulis meminta dan mengajukan daftar pernyataan untuk dijawab oleh nasabah.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini adalah Nasabah pengguna e-banking Kantor Cabang Pembantu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Kotamobagu.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

1. Yang bisa ditemui di lapangan.
2. Yang bersedia mengisi kuesioner.
3. Yang menggunakan jasa i-banking

Untuk menentukan ukuran sample dari suatu populasi dapat digunakan rumus Slovin sebagai berikut (Umar Husein, 1999 : 49) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

n = ukuran sample

N = ukuran Populasi

e = persen kelonggaran

ketidaktelitian karena kesalahan

pengambilan sample yang dapat

ditolerir atau diinginkan 10% Jadi :

$$\frac{890}{1 + 890 (10\%)^2}$$

n = 99,89 (dibulatkan menjadi 100 sampel)

### Definisi Operasional Variabel

1. Variabel bebas (*independent variabel*)
  - a. Sikap (X1),. Adapun indikator dari sikap adalah :
    - 1) Kesan nyaman
    - 2) Menyenangkan
    - 3) Membantu
  - b. Norma subyektif (X2) Indikator penyusun dari norma subyektif adalah :
    - 1) Cara berpikir
    - 2) Tingkat kepentingan
    - 3) Perasaan senang
  - c. Kontrol perilaku (X3) Adapun indikatornya :
    - 1) Kemampuan untuk menggunakan
    - 2) Memiliki akses
    - 3) Pengetahuan internet banking.
2. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Minat menggunakan (Y) Adapun indikator dari minat adalah :

  - 1) Dorongan akan kebutuhan
  - 2) Pengalaman
  - 3) Pengetahuan
  - 4) Pelayanan dari obyek fisik

### Pengukuran Variabel

Alat ukur variabel yang digunakan adalah five point likert.

Sangat Setuju	: 5
Setuju	: 4
Ragu-Ragu	: 3
Tidak Setuju	: 2
Sangat Tidak Setuju	: 1

### Regresi Linier Berganda

Menurut Supranto (2004), manfaat dilakukannya analisis regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap peubah bebas terhadap peubah tak bebas, serta dapat meramalkan nilai peubah tak bebas Y, jika seluruh peubah bebas sudah diketahui nilainya. Perhitungan analisis regresi linear berganda untuk n peubah dilakukan berdasarkan rumus berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + b_nX_n + e \dots \dots$$

Jika persamaan regresi tersebut telah diestimasi dan tidak menyertakan standar *error*, maka persamaan regresi linear tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut :



$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + b_nX_n$$

.....

Dimana :

Y = peubah dependen

X<sub>1-n</sub> = peubah independen

b<sub>1-n</sub> = nilai Y apabila X<sub>1</sub> = X<sub>2</sub> =

..... = X<sub>n</sub>

**Tabel. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	t <sub>hitung</sub>	Sign.	Ket
Constant	1.730	0.919	0.944	
Sikap	0.322	2.462	0.016	Signifikan
Norma Subyektif	0.597	5.000	0.000	Signifikan
Kontrol Perilaku	0.250	2.116	0.037	Signifikan
R = 0,607		t <sub>tabel</sub> = 1.980		
R Square = 0,368		F <sub>tabel</sub> = 2,720		
F <sub>hitung</sub> = 18,672				
Sign. F = 0,000				

Dimana :

Y = peubah dependen

X<sub>1-n</sub> = peubah independen

b<sub>1-n</sub> = nilai Y apabila X<sub>1</sub> = X<sub>2</sub> =

..... = X<sub>n</sub>

b<sub>1</sub> = besarnya kenaikan/penurunan Y dalam satuan, jika X<sub>1</sub> naik/turun satu satuan dan X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, ....., X<sub>n</sub> konstan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner yang disebar, yang kemudian ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan bantuan software SPSS Version 17.0 maka didapatkan hasil uji regresi berganda seperti pada tabel berikut ini :

*Sumber : Data Olahan.*

Berdasarkan Tabel tersebut di atas maka dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut;

$$Y = 1,730 + 0,322 X_1 + 0,597 X_2 + 0,250X_3$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut di atas dapat menerangkan bahwa;

1. Nilai konstan sebesar 1,730 artinya jika variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku pada Bank BRI Cabang Kotamobagu yang diteliti dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka Minat Menggunakan Internet Banking pada Bank BRI Cabang Kotamobagu sebesar 1,730 satuan.
2. Nilai 0,322  $X_1$  berarti, jika variabel Sikap ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Menggunakan Internet Banking juga akan ikut meningkat sebesar 0,322 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap atau konstan. Dengan kata lain, sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking sebesar 0,322 satuan.
3. Nilai 0,597  $X_2$  berarti, apabila Norma Subyektif ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Menggunakan Internet Banking juga akan turut meningkat sebesar 0,597 satuan dengan asumsi faktor lain tetap atau konstan. Hal ini juga berarti bahwa

norma subyektif berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking sebesar 0,597 satuan.

4. Nilai 0,250  $X_3$  berarti, apabila Kontrol Perilaku ( $X_3$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Menggunakan Internet Banking juga akan meningkat sebesar 0,250 satuan dengan asumsi bahwa faktor lainnya dianggap tetap atau konstan. Angka ini juga berarti bahwa besarnya pengaruh kontrol perilaku terhadap minat menggunakan internet banking adalah sebesar 0,250 satuan.
5. Nilai  $R^2$  adalah sebesar 0,368. Nilai  $R^2$  ini yang berada diantara semakin mendekati +1 berarti bahwa garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel dependen maka Minat Menggunakan Internet Banking Bank BRI Cabang Kotamobagu sebesar 36,8%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi kontribusi variabel Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap variabel Minat Menggunakan Internet Banking Bank BRI Cabang Kotamobagu sebesar 36,8% sedangkan sisanya 63,2 %

dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R sebesar 0,607 berarti bahwa hubungan antara Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku dengan Minat Menggunakan Internet Banking Bank BRI Cabang Kotamobagu sebesar 60,7 % atau hubungan yang kuat karena semakin mendekati +1.

6. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh:

a) Untuk variabel Sikap ( $X_1$ ) nilai  $t_{hitung}$  2,462 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,016 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian Sikap nasabah pada Bank BRI Cabang Kotamobagu berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.

b) Untuk Variabel Norma Subyektif ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  5,000 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan. Dengan demikian Norma Subyektif yang ada pada nasabah Bank BRI Cabang

Kotamobagu berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.

c) Variabel Kontrol Perilaku ( $X_3$ ) nilai  $t_{hitung}$  2,116 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,037 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian maka Kontrol Perilaku nasabah pada Bank BRI Cabang Kotamobagu berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.

7. Hasil pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) dengan tingkat signifikan (Sig) adalah 0,05 dengan nilai  $F_{hitung}$  18,672 lebih besar dari nilai  $F_{hitung}$  2,720 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Bank BRI Cabang Kotamobagu.

8. Hasil analisis regresi berganda di atas juga menunjukkan bahwa variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi variabel dependent

Minat Menggunakan Internet Banking (Y) adalah variabel X2 (Norma Subyektif) dengan nilai koefisien regresi terbesar yaitu 0,597, lebih besar dari nilai koefisien regresi variabel lainnya.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.**

Sikap berperan penting dalam menjelaskan perilaku seseorang dalam lingkungannya. Selain komponen sikap juga masih banyak komponen lain yang mempengaruhi perilaku seseorang antara lain stimulus, latar belakang individu, motivasi, dan status kepribadian. Sedangkan lingkungan itu sendiri serta sikap dan perilaku seseorang secara timbal balik saling mempengaruhi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel sikap terhadap minat menggunakan internet banking pada Bank BRI Cabang Kotamobagu. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden

yang sebagian besar menyatakan setuju bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada Bank BRI Cabang Kotamobagu.

Dengan demikian sikap dari nasabah yang ada di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kotamoabgu berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking.

### **Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking**

Hasil penelitian dapat dilihat dari jawaban responden yang sebagian besar menyatakan setuju maupun sangat setuju atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang menyatakan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking.

Dengan demikian diketahui bahwa norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan internet banking pada Bank BRI Cabang Kotamoabagu.

## **Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda didapatkan bahwa sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kotamobagu.
2. Hubungan antara sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku dengan minat menggunakan internet banking kuat yakni sebesar 0,607 atau 60,7%.

3. Sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku memberikan kontribusi terhadap minat menggunakan internet banking pada Bank BRI Cabang Kotamobagu yaitu sebesar 0,368 atau 38,8%.
4. Secara parsial (sendiri-sendiri) sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Kotamobagu, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dengan nilai  $t_{tabel}$ . Ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
5. Secara bersama-sama (simultan) sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kotamobagu.

#### **Saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Peningkatan minat nasabah untuk menggunakan internet banking harus

terus ditingkatkan oleh Bank BRI Cabang Kotamobagu dengan cara meningkatkan atau menambah informasi tentang internet banking, karena sebagian besar nasabah masih kurang mengetahui/mengerti tentang internet banking.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan internet banking seperti, tingkat pendapatan dan lain-lain.

Sauca Ananda Pranidana (2009), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik BCA. [www.google.com](http://www.google.com) diakses tanggal 21 Maret 2012 .

Schiffman I . G and I. L. Kanuk. (2004). Consumer Behavior. 3d Edition Prentice Hall, inc . Englewood Clifffis . New jersey .

Umar Husein, (1999) "An Investigation of Decision Making Process In Cunsomers Purchasing Behavior: Case Study At Johor Bahru", Universiti Teknologi Malaysia

Winkel W.S (1993), Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan. Jakarta : Gramedia.

Zikmund (2003). *Consumer Behaviour : A European Perspective*. Third Edition. Prentice Hall Europe.

## SUMBER BACAAN

Kotler Philip (2002), *Manajemen Pemasaran, analisis Perencanaan, implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Ancella A. Hermawan, Edisi Kedelapan, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta.

Kotler Philip, (2004), *Manajemen Pemasaran* , Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., (2003) . *Markting for Hospitality & Tourism*. 3th edition. Prentice Hall. New Jersey.

Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2004), *Principles of Marketing*, Tenth Edition, Pearson Prentice Hall , New Jersey.

Rangkuti (2001). *Analisis Pelanggan Internet Banking*, Tesis, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.