

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN TAHUN 2013**



**MODEL KESUKSESAN PENERIMAAN ONLINE BANKING GUNA
PENINGKATAN PELAYANAN DI BIDANG PERBANKAN**

TIM PENELITI:

Frasto Biyanto S.E., M.Si.	0511037701
Drs. Rusmawan Anggoro M.S.A.	0505126601

Dibiayai oleh:

Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi - Kementerian Pendidikan Nasional melalui
DIPA Kopertis Wilayah V Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan
Penelitian Dosen Pemula Nomor: 224 /SP2H/PL/DIT.LITABMAS/IV/2013
Tanggal 27 Juni 2013

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN
YOGYAKARTA
Desember, 2013**

LAPORAN AKHIR PENELITIAN TAHUN 2013



Dibiayai oleh:

Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi - Kementerian Pendidikan Nasional melalui
DIPA Kopertis Wilayah V Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan
Penelitian Dosen Pemula Nomor: 224 /SP2H/PL/DIT.LITABMAS/IV/2013
Tanggal 27 Juni 2013

JENIS PENELITIAN : PENELITIAN DOSEN PEMULA

JUDUL PENELITIAN : MODEL KESUKSESAN PENERI-
MAAN ONLINE BANKING GUNA
PENINGKATAN PELAYANAN DI
BIDANG PERBANKAN

PENELITI : Frasto Biyanto, S.E., M.Si.
Drs. Rusmawan Wahyu Anggoro

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Model Kesuksesan Penerimaan Online Banking Guna Peningkatan Pelayanan di Bidang Perbankan

Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : FRASTO BIYANTO SE. M.Si.
NIDN : 0511037701
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Akuntansi
Nomor HP :
Surel (e-mail) : frasto.biyanto@stieykpn.ac.id

Anggota Peneliti (1)
Nama Lengkap : Drs. RUSMAWAN WAHYU ANGGORO MSA
NIDN : 0505126601
Perguruan Tinggi : SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 15.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 14.890.000,00



Dr. DODY HAPSORO, MSPA., MBA., Akt.)
NIP/NIK 196204191987031003

Yogyakarta, 27 - 12 - 2013
Ketua Peneliti,


(FRASTO BIYANTO SE. M.Si.)
NIP/NIK0511037701



Dr. BALDRIC SIREGAR, MBA., Akt.)
NIP/NIK 126010693

RINGKASAN

Dampak perkembangan teknologi informasi dalam sektor perbankan dapat terlihat dengan diperkenalkannya *internet banking* dan *mobile banking* atau yang biasa disebut sebagai *online banking*, yang ditujukan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. *Online banking* menawarkan lebih banyak kesempatan untuk mencapai layanan konsumen yang lebih baik melalui peningkatan interaksi, *data mining*, dan kustomisasi dalam internet banking. Layanan perbankan *online* memungkinkan pelanggan untuk mengelola akun mereka dari setiap tempat di setiap saat dengan biaya minimum, memberikan kompensasi yang besar kepada klien dari segi harga dan kemudahan. Meskipun *online banking* menawarkan banyak manfaat bagi bank dan konsumennya, namun beberapa bank masih belum berani menggunakan saluran *online banking*. Hal ini disebabkan *online banking* dinilai tidak memiliki dimensi sosial dan diragukan keamanannya, selain itu menurut Mols *et al.*, konsumen juga memerlukan akses internet dan pembelajaran untuk dapat memanfaatkan jasa bank tersebut. Sikap dan penerimaan konsumen atas suatu sistem informasi baru, berdampak pada keberhasilan mengadopsi sistem baru tersebut. Semakin para konsumen menerima sistem tersebut, konsumen akan semakin bersedia menggunakan waktu dan usaha mereka untuk memulai menggunakan sistem baru tersebut. Suatu sistem yang memuaskan kebutuhan konsumen merupakan ukuran keberhasilan pengadopsian sistem tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang menjadi penentu kesuksesan nasabah dalam mengadopsi sistem *online banking*. Selanjutnya, setelah determinan-determinan tersebut teridentifikasi maka langkah selanjutnya adalah mengembangkan model kesuksesan pengadopsian sistem *online banking* oleh nasabah guna meningkatkan keunggulan kompetitif di bidang perbankan. Model penelitian ini mengembangkan model DeLone and McLean atau yang disebut dengan model kesuksesan sistem informasi DeLone and McLean (*D&M IS Success Model*). Pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner yang disebar pada nasabah di beberapa bank di seluruh wilayah DIY dan Jateng. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Simultaneous Equation Model* (SEM).

Kata Kunci : *online banking, DeLone and McLean model, kesuksesan adopsi sistem informasi, nasabah, perbankan.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
BAB I PENDAHULUAN.....	5
1.1.Perumusan Masalah.....	6
1.2.Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Model Kesuksesan Sistem Informasi.....	8
2.2. Model DeLone dan McLean.....	8
2.3. Pengukur Kesuksesan Sistem Informasi.....	11
2.3.1. Kualitas Sistem.....	10
2.3.2. Kualitas Informasi.....	10
2.3.3. Kualitas Pelayanan.....	10
2.3.4. Penggunaan Informasi.....	10
2.3.5. Kepuasan Pemakai.....	11
2.3.6. Manfaat-manfaat Bersih.....	11
2.4. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	13
3.1. Tujuan Penelitian.....	13
3.2. Target Luaran dan Manfaat Penelitian.....	13
BAB IV METODE PENELITIAN.....	14
4.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	14
4.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	14
4.3. Model Penelitian.....	14
4.4. Instrumen Penelitian.....	15
4.5.Uji Validitas.....	15
4.6. Pengolahan Hasil dan Analisis.....	16
4.7. Penafsiran dan Generalisasi.....	16

BAB V PENGUJIAN DAN ANALISIS DATA.....	17
5.1. Evaluasi Model (Outer Model).....	17
5.1.1. Validitas Konvergen.....	17
5.1.2. Validitas Diskriminan.....	21
5.1.3. Uji Reliabilitas.....	23
5.2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	23
BAB VI RENCANA DAN TAHAPAN SELANJUTNYA	27
BAB VII KESIMPULAN	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

BAB I PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa pengaruh pada industri perbankan secara global. Dampak dari teknologi informasi dalam sektor perbankan ini antara lain dengan diperkenalkannya *internet banking* dan *mobile banking* atau yang biasa disebut sebagai *online banking*, guna memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Nasabah tidak perlu lagi pergi ke bank hanya sekedar untuk mentransfer uang atau membayar tagihan, misalnya, hal tersebut dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan telepon genggam atau koneksi internet.

Beberapa penelitian terdahulu telah menemukan manfaat dari *online banking* dalam memfasilitasi transaksi keuangan antara bank dengan nasabahnya (Matilla *et al.*, 2003; Kleijnen *et al.*, 2004; Amin *et al.*, 2007; Hamid *et al.*, 2007; Safeena *et al.*, 2010). Internet banking akan terus merevolusi industri perbankan tradisional saat ini dan menawarkan lebih banyak kesempatan untuk mencapai dengan layanan konsumen yang lebih baik melalui peningkatan interaksi, *data mining*, dan kustomisasi dalam internet banking (Hamid *et al.*, 2007). Layanan perbankan *online* memungkinkan pelanggan untuk mengelola akun mereka dari setiap tempat di setiap saat dengan biaya minimum, memberikan kompensasi yang besar kepada klien dari segi harga dan kemudahan (Safeena *et al.*, 2010.).

Meskipun *online banking* menawarkan banyak manfaat bagi bank dan konsumennya. Akan tetapi, beberapa bank masih belum berani menggunakan saluran *online banking*. *Internet banking* dianggap tidak memiliki dimensi sosial (Mattila *et al.*, 2003) dan diragukan keamanannya (Sathye, 1999). Selain itu, menurut Mols *et al.* (1999), konsumen juga memerlukan akses internet dan pembelajaran untuk dapat memanfaatkan jasa bank tersebut.

Sikap dan penerimaan konsumen atas suatu sistem informasi baru, berdampak pada keberhasilan mengadopsi sistem baru tersebut (Davis, 1993; Venkatesh dan Davis, 1996). Bila para pengguna sistem tidak bersedia untuk menerima sistem informasi tersebut, sistem tersebut tidak akan memberikan manfaat penuh bagi suatu organisasi. Semakin para konsumen menerima sistem

penggunaan sistem sebagai pengukur kesuksesan SIM. Konsep penggunaan dari suatu sistem dapat dipandang dari beberapa perspektif, yaitu penggunaan nyata (*actual use*), dan penggunaan persepsi (*perceived use*) atau penggunaan yang dilaporkan (*reported use*).

2.3.5. Kepuasan Pemakai

Kepuasan pemakai (*user satisfaction*) adalah respon pemakai terhadap penggunaan keluaran sistem informasi. Beberapa peneliti seperti Hamilton and Chervany (1981) mengusulkan untuk menggunakan kepuasan pemakai sebagai pengukur dari keberhasilan penggunaan sistem informasi. Peneliti ini mengusulkan penggunaan kepuasan pemakai digunakan sebagai pengukur keberhasilan sistem informasi hanya untuk sistem informasi tertentu saja yang digunakan oleh pemakai. Ginzberg (1981) menggunakan baik penggunaan dan kepuasan pemakai untuk mengukur keberhasilan sistem informasi.

Lucas (1981) menggunakan kepuasan pemakai dengan menanyakan eksekutif perusahaan di penelitian eksperimen laboratorium tentang kepuasannya menggunakan sistem informasi yang berhubungan dengan pengambilan keputusan permasalahan pemesanan persediaan. Swanson (1974) menggunakan 16 item pertanyaan untuk mengukur apresiasi terhadap sistem informasi.

2.3.6. Manfaat-Manfaat Bersih

Manfaat-manfaat bersih (*net benefit*) ini mengukur dimensi kesuksesan yang paling penting, karena menangkap nilai bersih dampak positif dan negatif dari *online banking* pada pelanggan-pelanggan, pemasok-pemasok, pekerja-pekerja, organisasi-organisasi, industri-industri, dan ekonomi-ekonomi, dan bahkan masyarakat secara keseluruhan. Apakah manfaat untuk pasar yang lebih luas, efisiensi-efisiensi rantai-pemasok, dan respon-respon pelanggan, menghasilkan manfaat-manfaat bersih positif untuk organisasi? Apakah investasi negara di investasi infrastruktur *online banking* menghasilkan GNP yang positif? Apakah investasi sosial di infrastruktur *online banking* dan pendidikan mengurangi kemiskinan? Pengukuran-pengukuran manfaat-manfaat bersih ditentukan oleh konteks dan sasaran-sasaran spesifik dari investasi *online banking*.

2.4. HASIL PENELITIAN TERDAHULU

DeLeon and McLean (2003) memperbaharui model yang mereka kembangkan di tahun 1992 berdasar evaluasi mereka terhadap kontribusi dari penelitian lain yang menerapkan model D&M. Berdasar pengamatan mereka di tahun 2002, sebanyak 285 jurnal mengacu pada model D&M selama kurun waktu 1993 hingga pertengahan 2002. Namun beberapa penelitian dirasakan gagal karena kurangnya kehati-hatian, mereka menggunakan model D&M untuk mendukung variabel kesuksesan yang mereka pilih tetapi tidak menginformasikan pengembangan konstruk kesuksesan yang lebih komprehensif. Peneliti-peneliti tersebut mengabaikan kesimpulan utama dari artikel, bahwa kesuksesan sistem informasi merupakan konstruk yang multidimensional dan interdependen, dengan demikian perlu untuk mempelajari *interrelationship* diantara keenam dimensi tersebut, atau mengontrolnya. Berdasar beberapa penelitian tersebut, DeLeon and McLean menyempurnakan model yang mereka kembangkan sebelumnya.

Terdapat sejumlah penelitian yang mengembangkan model DeLeon and McLean dibidang perbankan (Molla and Licker, 2001; Wang and Pho, 2009; Susanto and Zo, 2011). Molla and Licker (2001) menguji kesuksesan penggunaan *e-commerce* dengan mengembangkan model DeLone and McLean. Wang and Pho (2009) mengidentifikasi determinan keinginan nasabah di Vietnam dalam menggunakan layanan *online banking*. Dengan menggunakan analisis PLS, hasil penelitian mengindikasikan kredibilitas merk dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan *online banking*. Studi yang dilakukan oleh Susanto dan Zo (2011) memberikan rerangka yang komprehensif dalam memformulasi keputusan penggunaan oleh konsumen dan perilakunya dalam penggunaan *internet banking*.

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi dan menggambarkan tingkat penggunaan pengadopsian sistem *online banking* oleh nasabah.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap kesuksesan *online banking* di bidang perbankan.

Dari hasil penelitian ini diharapkan ditemukan satu model kesuksesan *online banking* dari persepsi nasabah, yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bagi bank dalam memberikan layanan di bidang perbankan.

3.1. TARGET LUARAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu bank dalam mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan kesuksesan nasabah dalam mengadopsi *online banking* sehingga diharapkan bank dapat menyesuaikan sistem *online banking* yang digunakannya agar nasabah dapat lebih mudah, efektif, dan efisien dalam melakukan transaksi keuangan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengetahuan, khususnya bidang sistem informasi keperilakuan dalam menggali model kesuksesan pengadopsian suatu sistem informasi.

BAB IV METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian survey lapangan (*field survey*) dengan menggunakan kuesioner. Penelitian yang dilakukan adalah pengidentifikasian dan pengembangan faktor-faktor yang berdampak pada kesuksesan nasabah dalam mengadopsi sistem *online banking*. Sasaran akhirnya adalah untuk meningkatkan daya saing bank di bidang teknologi informasi pada dunia perbankan dalam jangka panjang.

4.1. TEMPAT DAN WAKTU PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan pada nasabah di beberapa bank di seluruh DIY dan Jateng. Seluruh rangkaian proses penelitian dilakukan dalam jangka waktu 8 bulan dimulai dari proses persiapan, tahapan survey dan pengumpulan data di lapangan, penyusunan laporan akhir, dan seminar/publikasi ilmiah. Seluruh tahapan tersebut dilakukan secara sistematis dan komprehensif sesuai dengan jadwal penelitian.

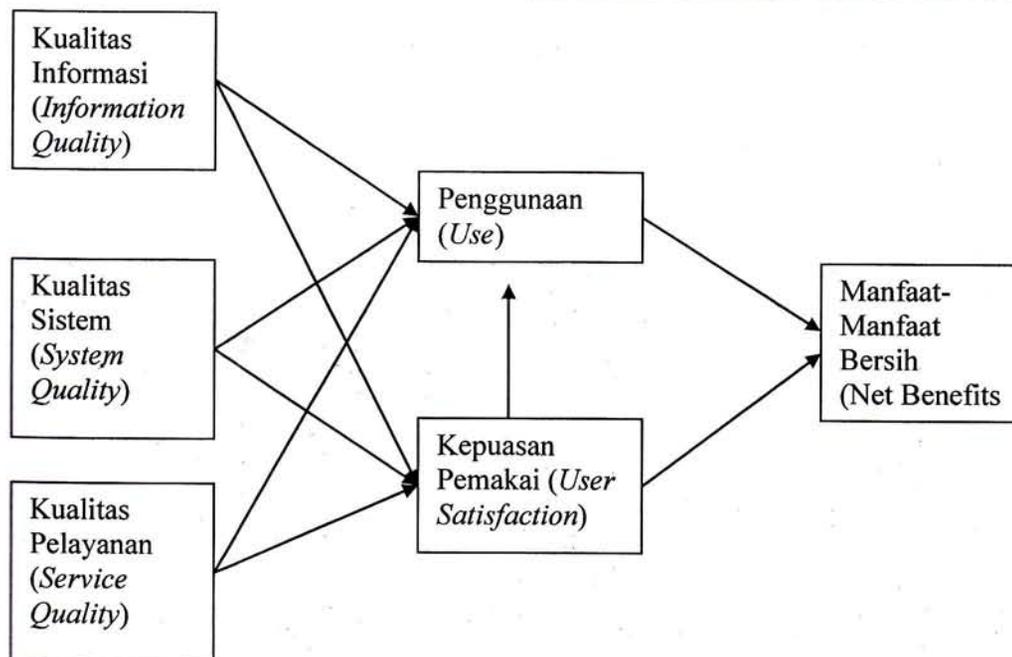
4.2. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Target populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang menggunakan sistem *online banking*. Untuk itu, sebelum menyebarkan kuesioner kepada nasabah, peneliti mengidentifikasi terlebih dahulu bank mana yang telah menerapkan sistem *online banking*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden, yang didistribusikan secara merata pada semua kabupaten di wilayah DIY dan beberapa wilayah di Jateng. Karena pengujian menggunakan pendekatan *Simultaneous Equation Model (SEM)*, Hair *et al.* (2006) menyarankan jumlah kuesioner yang harus diproses sebaiknya 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi dan 5-10 kali jumlah indikator seluruh variabel. Karena jumlah populasi tidak diketahui, teknik penggunaan sampel menggunakan *convenience sampling*.

4.3. MODEL PENELITIAN

Pada bagian ini akan dijabarkan model kesuksesan *online banking* yang mengacu pada model yang dikembangkan oleh DeLone and McLean (2003) sebagai berikut:

Gambar 3.1. Model Penelitian



4.4. INSTRUMEN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner. Item-item pertanyaan untuk setiap variabel penelitian akan merujuk dan dikumpulkan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Item-item tersebut sudah terbukti valid dan handal. Akan tetapi sebelum kuesioner yang berisi item pertanyaan tersebut disebar, akan dilakukan uji coba melalui *pilot studies* terlebih dahulu. Dengan menggunakan kuesioner yang sudah diujicobakan, responden atau para pengguna diminta untuk memberikan tanggapan yang berdasarkan pengalaman mereka berhubungan dengan sistem *online banking*. Setiap item pertanyaan diukur dengan skala 1 sampai 6, dari misalnya sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

4.5. UJI VALIDITAS

Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, dengan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS lebih sering digunakan karena PLS tidak mengharuskan pembebanan sampel dan merupakan distribusi bebas. Skala validasi diproses dalam dua tahap: analisis validasi konvergen dan analisis validasi

diskriminan. Validasi konvergen diuji dengan menggunakan tiga kriteria yang disarankan Fornell dan Larcker (1981). Validasi diskriminan antar variabel ditaksir masih menggunakan rujukan Fornell dan Larcker (1981), yaitu *square root* dari AVE untuk tiap variabel harus melebihi korelasi diantara variabel.

4.6. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Untuk mengestimasi model, teknik estimasi yang digunakan adalah *generalized Least Square Estimation*. Teknik estimasi ini sangat cocok untuk jumlah sampel di atas 100 tapi di bawah 2.500 observasi. Selanjutnya dilakukan berbagai uji *fit index* untuk mengukur derajat kesesuaian antara model dengan data yang diperoleh.

4.7. PENAFSIRAN DAN GENERALISASI

Hasil analisis disajikan secara informatif, ilmiah (*scientific*) dan bisa dipertanggung jawabkan (*responsible*). Data-data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah secara komprehensif dan bersifat deskriptif-analitik. Analisis yang berkaitan dengan penjelasan berbagai perilaku variabel dilakukan dengan analisis deskriptif berdasarkan pada berbagai teori dan pendekatan yang relevan. Analisis keterkaitan antara berbagai variabel dilakukan dengan pendekatan uji statistik berupa analisa persamaan simultan (*Simultaneous Equation Model*, SEM).

Generalisasi didapat dari proses analisis, interpretasi dan penafsiran data yang diolah dan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diangkat, berupa hasil survey lapangan terhadap nasabah yaitu model yang menggambarkan kesuksesan dalam pengadopsian sistem *online banking*, sehingga diperoleh sistem *online banking* yang efisien dan efektif sebagai sarana untuk pemberian layanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi di bidang perbankan.

BAB V PENGUJIAN DAN ANALISIS DATA

5.1. EVALUASI MODEL (OUTER MODEL)

Outer model merupakan model pengukuran yang digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Validitas model terdiri dari validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* digunakan untuk menilai reliabilitas indikator.

5.1.1. Validitas Konvergen

Parameter uji validitas konvergen dalam model pengukuran PLS dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan *loading factor* dengan *rule of thumb* $> 0,6$ serta nilai AVE dan *Communality* $> 0,5$.

Tabel 1. Nilai *Outer Loadings*

Variabel	Kode	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Manfaat (Kesuksesan)	BNF1	0.665	Valid
	BNF10	0.579	Tidak Valid
	BNF11	0.380	Tidak Valid
	BNF2	0.791	Valid
	BNF3	0.874	Valid
	BNF4	0.807	Valid
	BNF5	0.723	Valid
	BNF6	0.716	Valid
	BNF7	0.593	Tidak Valid
	BNF8	0.509	Tidak Valid
	BNF9	0.630	Valid
Intensi Pemakaian	IP1	0.451	Tidak Valid
	IP2	0.321	Tidak Valid
	IP3	0.392	Tidak Valid
	IP4	0.727	Valid
	IP5	0.765	Valid
	IP6	0.500	Tidak Valid
	IP7	0.501	Tidak Valid
	IP8	0.557	Tidak Valid
	IP9	0.661	Valid
Kualitas Informasi	KI1	0.676	Valid
	KI2	0.761	Valid

	KI3	0.734	Valid
	KI4	0.583	Tidak Valid
	KI5	0.494	Tidak Valid
	KI6	0.652	Valid
	KI7	0.649	Valid
	KI8	0.459	Tidak Valid
	KI9	0.469	Tidak Valid
Kualitas Pelayanan	KP1	0.777	Valid
	KP2	0.694	Valid
	KP3	0.832	Valid
	KP4	0.705	Valid
	KP5	0.790	Valid
Kepuasan Pemakaian	KPM1	0.718	Valid
	KPM2	0.784	Valid
	KPM3	0.760	Valid
	KPM4	0.608	Valid
	KPM5	0.760	Valid
	KPM6	0.642	Valid
Kualitas Sistem	KS1	0.760	Valid
	KS10	0.339	Tidak Valid
	KS11	0.494	Tidak Valid
	KS12	0.640	Valid
	KS13	0.593	Tidak Valid
	KS2	0.675	Valid
	KS3	0.646	Valid
	KS4	0.506	Tidak Valid
	KS5	0.308	Tidak Valid
	KS6	0.587	Tidak Valid
	KS7	0.594	Tidak Valid
	KS8	0.470	Tidak Valid
	KS9	0.323	Tidak Valid

Dari tabel di atas diketahui bahwa uji validitas konvergen dari konstruk refleksif tersebut belum terpenuhi, karena masih terdapat beberapa indikator dari masing-masing konstruk berkorelasi rendah, yakni dengan faktor loading $< 0,6$. Dengan demikian, indikator yang tidak valid harus di eliminasi dari analisis dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai *Outer Loadings* Setelah Eliminasi Indikator Yang Tidak Valid

Variabel	Kode	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Manfaat (Kesuksesan)	BNF1	0.694	Valid
	BNF2	0.845	Valid
	BNF3	0.896	Valid
	BNF4	0.851	Valid
	BNF5	0.776	Valid
	BNF6	0.715	Valid
	BNF9	0.529	Tidak Valid
Intensi Pemakaian	IP4	0.833	Valid
	IP5	0.803	Valid
	IP9	0.672	Valid
Kualitas Informasi	KI1	0.673	Valid
	KI2	0.813	Valid
	KI3	0.807	Valid
	KI6	0.681	Valid
	KI7	0.701	Valid
Kualitas Pelayanan	KP1	0.776	Valid
	KP2	0.691	Valid
	KP3	0.837	Valid
	KP4	0.703	Valid
	KP5	0.790	Valid
Kepuasan Pemakaian	KPM1	0.717	Valid
	KPM2	0.785	Valid
	KPM3	0.762	Valid
	KPM4	0.605	Valid
	KPM5	0.764	Valid
	KPM6	0.638	Valid
Kualitas Sistem	KS1	0.794	Valid
	KS12	0.717	Valid
	KS2	0.811	Valid
	KS3	0.859	Valid

Dari tabel di atas diketahui bahwa uji validitas konvergen dari konstruk refleksif tersebut masih belum terpenuhi, karena masih terdapat beberapa indikator dari masing-masing konstruk berkorelasi rendah, yakni dengan faktor loading $< 0,6$. Dengan demikian, indikator yang tidak valid harus dieliminasi kembali dari analisis dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai *Outer Loadings* Setelah Eliminasi Indikator Yang Tidak Valid

Variabel	Kode	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
----------	------	-----------------------	------------

Manfaat (Kesuksean)	BNF1	0.695	Valid
	BNF2	0.853	Valid
	BNF3	0.902	Valid
	BNF4	0.861	Valid
	BNF5	0.777	Valid
	BNF6	0.732	Valid
Intensi Pemakaian	IP4	0.830	Valid
	IP5	0.799	Valid
	IP9	0.681	Valid
Kualitas Informasi	KI1	0.673	Valid
	KI2	0.813	Valid
	KI3	0.807	Valid
	KI6	0.681	Valid
	KI7	0.700	Valid
Kualitas Pelayanan	KP1	0.776	Valid
	KP2	0.692	Valid
	KP3	0.837	Valid
	KP4	0.703	Valid
	KP5	0.790	Valid
Kepuasan Pemakaian	KPM1	0.717	Valid
	KPM2	0.784	Valid
	KPM3	0.760	Valid
	KPM4	0.607	Valid
	KPM5	0.764	Valid
	KPM6	0.639	Valid
Kualitas Sistem	KS1	0.794	Valid
	KS12	0.718	Valid
	KS2	0.811	Valid
	KS3	0.859	Valid

Tabel 4. Nilai AVE dan Commuality

	AVE	Commuality
Intensi Pemakaian	0.597	0.597
Kepuasan Pemakaian	0.511	0.511
Kualitas Informasi	0.544	0.544
Kualitas Pelayanan	0.580	0.580
Kualitas Sistem	0.635	0.635
Manfaat (Kesuksean)	0.651	0.651

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa uji validitas konvergen dari konstruk refleksif tersebut telah terpenuhi, karena indikator dari masing-masing konstruk berkorelasi tinggi, yakni dengan faktor loading diatas 0,6, AVE > 0,5 dan

tersebut, konsumen akan semakin bersedia menggunakan waktu dan usaha mereka untuk memulai menggunakan sistem baru tersebut (Venkatesh dan Davis, 1996). Suatu sistem yang memuaskan kebutuhan konsumen merupakan ukuran keberhasilan pengadopsian sistem tersebut (Pikkarainen *et al.*, 2004). Dengan demikian, penggunaan suatu sistem dapat merupakan suatu indikator keberhasilan sistem informasi (Kusuma, 2008). Oleh karena itu, merupakan suatu hal yang penting untuk menemukan alasan utama mengapa para konsumen memutuskan untuk menggunakan atau tidak suatu sistem informasi.

Era globalisasi ekonomi yang diikuti dengan liberalisasi di sektor perbankan saat ini, menyebabkan semakin kuatnya tuntutan terhadap peningkatan sarana dan prasarana perbankan dalam menentukan kualitas layanan di bidang keuangan. Untuk memenuhi hal ini, penggunaan teknologi informasi *online banking* akan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas suatu proses transaksi keuangan. Efisiensi dan efektifitas layanan yang diberikan oleh *online banking* perlu untuk dievaluasi. Apakah benar bahwa berbagai fitur canggih yang ditawarkan oleh dunia perbankan dewasa ini benar-benar telah digunakan dan membantu nasabah dalam melakukan transaksi finansial dan nonfinansialnya di bidang perbankan.

Sejumlah penelitian telah dilakukan berkaitan dengan model kesuksesan penggunaan sistem informasi (DeLone and McLean, 1992, 2003; Rai *et al.*, 2002). Berdasar model konseptual yang dikembangkan oleh DeLone and McLean (2003), penelitian ini bertujuan untuk menguji kesuksesan implementasi sistem *online banking* yang banyak diterapkan oleh perbankan nasional kita.

Kesuksesan penggunaan sistem *online banking* tidak dapat dievaluasi dengan menggunakan konstruk proksi tunggal (misal, kepuasan pengguna) atau skala butir tunggal (misal, kesuksesan secara keseluruhan). Pengukuran kesuksesan layanan *online banking* harus memasukkan aspek yang berbeda dari konstruk kesuksesan sistem informasi jika akan digunakan sebagai instrumen diagnostik yang bermanfaat. Untuk menguji kesuksesan sifat tertentu dari sistem *online banking*, harus ditentukan dimensi yang berbeda dari konstruk kesuksesan layanan *online banking* baik secara konseptual maupun operasional. Instrumen

communality > 0,5.

5.1.2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Menurut Jogiyanto (mengutip simpulan Hartono 2008) validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (2011:71). Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *Cross Loading* pengukuran dengan konstraknya.

Tabel 5. Nilai *Cross Loading*

	Intensi Pemakaian	Kepuasan Pemakaian	Kualitas Informasi	Kualitas Pelayanan	Kualitas Sistem	Manfaat (Kesuksesan)
BNF1	0.348	0.499	0.265	0.309	0.079	0.695
BNF2	0.528	0.686	0.257	0.284	0.168	0.853
BNF3	0.486	0.647	0.469	0.444	0.369	0.902
BNF4	0.461	0.576	0.357	0.397	0.275	0.861
BNF5	0.290	0.564	0.483	0.262	0.254	0.777
BNF6	0.530	0.564	0.475	0.523	0.244	0.732
IP4	0.830	0.565	0.241	0.435	0.212	0.482
IP5	0.799	0.483	0.197	0.387	0.155	0.430
IP9	0.681	0.494	0.084	0.233	0.075	0.361
KI1	0.182	0.259	0.673	0.255	0.249	0.266
KI2	0.140	0.310	0.813	0.197	0.376	0.453
KI3	0.235	0.359	0.807	0.288	0.373	0.465
KI6	0.107	0.357	0.681	0.270	0.564	0.275
KI7	0.180	0.287	0.700	0.287	0.629	0.262
KP1	0.297	0.415	0.398	0.776	0.354	0.279
KP2	0.356	0.299	0.092	0.692	0.122	0.212
KP3	0.421	0.371	0.244	0.837	0.269	0.350
KP4	0.358	0.422	0.225	0.703	0.217	0.370
KP5	0.329	0.500	0.360	0.790	0.295	0.496
KPM1	0.547	0.717	0.112	0.238	0.173	0.549
KPM2	0.477	0.784	0.291	0.471	0.324	0.448
KPM3	0.375	0.760	0.483	0.427	0.402	0.384
KPM4	0.509	0.607	0.196	0.451	0.138	0.462
KPM5	0.542	0.764	0.447	0.311	0.386	0.694
KPM6	0.383	0.639	0.292	0.400	0.063	0.567
KS1	0.194	0.356	0.625	0.349	0.794	0.269
KS12	0.162	0.203	0.440	0.286	0.718	0.221
KS2	0.113	0.275	0.324	0.256	0.811	0.179
KS3	0.145	0.254	0.448	0.149	0.859	0.244

Dari tabel di atas terlihat bahwa korelasi konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Berdasarkan Jogiyanto (mengutip simpulan Chin, Gopal & Salinsbury, 1997) model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (2011:71)

Tabel 6 Nilai AVE dan Akar AVE

	AVE	Akar AVE
Intensi Pemakaian	0.597	0.773
Kepuasan Pemakaian	0.511	0.715
Kualitas Informasi	0.544	0.738
Kualitas Pelayanan	0.580	0.761
Kualitas Sistem	0.635	0.797
Manfaat (Kesuksesan)	0.651	0.807

Tabel 7. Nilai *Latent Variable Correlations*

	Intensi Pemakaian	Kepuasan Pemakaian	Kualitas Informasi	Kualitas Pelayanan	Kualitas Sistem	Manfaat (Kesuksesan)
Intensi Pemakaian	1.000					
Kepuasan Pemakaian	0.667	1.000				
Kualitas Informasi	0.231	0.430	1.000			
Kualitas Pelayanan	0.463	0.533	0.353	1.000		
Kualitas Sistem	0.196	0.353	0.595	0.335	1.000	
Manfaat (Kesuksesan)	0.553	0.736	0.474	0.458	0.291	1.000

Dari perbandingan nilai akar AVE dan koefisien korelasi variabel laten diatas dapat disimpulkan bahwa akar AVE konstruk Manfaat (Kesuksesan) 0,807 lebih tinggi dari nilai korelasi antara konstruk kualitas informasi dengan konstruk lainnya,

begitupula untuk konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa uji validitas diskriminan terpenuhi.

5.1.3. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Dalam PLS dapat menggunakan dua metoda yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha*. Menurut Jogiyanto (mengutip simpulan Chin,1995) *Cronbachs Alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *Composite Reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (2011:72). Dengan demikian, *Composite Reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. (Salisbury, Chin, Gopal dan Newsted, 2002).

Tabel 8. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
Intensi Pemakaian	0.815	0.659
Kepuasan Pemakaian	0.862	0.806
Kualitas Informasi	0.856	0.788
Kualitas Pelayanan	0.873	0.817
Kualitas Sistem	0.874	0.810
Manfaat (Kesuksean)	0.917	0.890

Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang digunakan adalah *Composite Reliability* karena dianggap lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa uji reliabilitas telah terpenuhi karena angka-angka di *Composite Reliability* > 0,7.

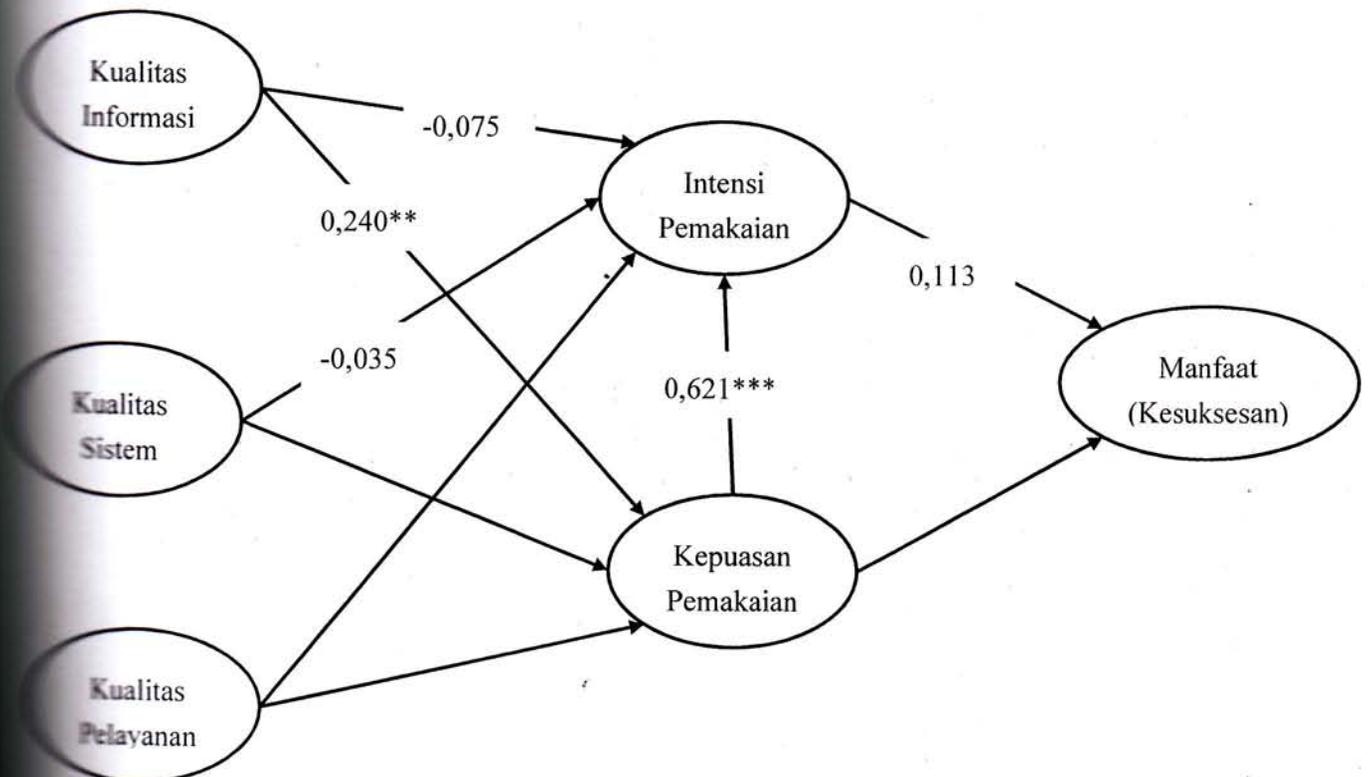
5.2. EVALUASI MODEL STRUKTURAL (*INNER MODEL*)

Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat nilai *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya dan stabilitas dari estimasi yang dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistik yang diperoleh lewat prosedur *bootstrapping*.

Tabel 9 Nilai R-Square

	R Square
Intensi Pemakaian	0.468
Kepuasan Pemakaian	0.354
Kualitas Informasi	
Kualitas Pelayanan	
Kualitas Sistem	
Manfaat (Kesuksesan)	0.549

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Nilai R-Square untuk variabel Manfaat Bersih (Kesuksesan) termasuk dalam kategori tinggi, yaitu sebesar 0,549 yang berarti kesuksesan online banking dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan dan intensi penggunaan sebesar 54,9 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan untuk variabel kepuasan, termasuk dalam kategori moderate (sedang), yaitu sebesar 0,354 yang artinya kepuasan nasabah dalam menggunakan online banking dapat dijelaskan oleh variabel kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan sebesar 35,4 %. Variabel intensi, termasuk dalam kategori moderate (sedang) yaitu sebesar 0,468 artinya intensi penggunaan online banking dapat dijelaskan oleh variabel kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan sebesar 46,8 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.



Tabel 10 Nilai *Path Coefficients* (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Intensi Pemakaian Manfaat (Kesuksesan) ->	0.113	0.125	0.094	0.094	1.195
Kepuasan Pemakaian Intensi Pemakaian ->	0.621	0.611	0.115	0.115	5.393***
Kepuasan Pemakaian Manfaat (Kesuksesan) ->	0.661	0.677	0.102	0.102	6.456***
Kualitas Informasi Intensi Pemakaian ->	-0.075	-0.105	0.072	0.072	1.044
Kualitas Informasi Kepuasan Pemakaian ->	0.240	0.255	0.112	0.112	2.144**
Kualitas Pelayanan Intensi Pemakaian ->	0.170	0.178	0.077	0.077	2.223**
Kualitas Pelayanan Kepuasan Pemakaian ->	0.426	0.434	0.096	0.096	4.422***
Kualitas Sistem Intensi Pemakaian ->	-0.035	-0.092	0.069	0.069	0.506
Kualitas Sistem Kepuasan Pemakaian ->	0.068	0.087	0.068	0.068	1.004

Keterangan: * Signifikan pada level 10%, ** Signifikan pada level 5%, ***Signifikan pada level 1%

BAB VI RENCANA DAN TAHAPAN SELANJUTNYA

Dari hasil pengujian dan analisis data yang diperoleh terdapat beberapa variabel yang hubungannya tidak konsisten dengan teori sebelumnya. Diantaranya adalah hubungan variabel kualitas sistem dengan kepuasan pemakaian, kualitas sistem dengan intensi pemakaian, kualitas informasi dan intensi pemakaian, dan intensi pemakaian dengan manfaat. Adanya ketidak konsistenan ini perlu diuji lebih lanjut apakah disebabkan model penelitian yang tidak akurat ataukah ada variabel-variabel yang menyebabkan ketidak konsistenan tersebut.

Pada penelitian berikutnya peneliti berencana mencari variabel-variabel penyebab ketidak konsistenan tersebut. Penelitian direncanakan masih menggunakan instrumen kuisioner sebagai cara untuk mendapatkan data pengujian.

BAB VII KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat disimpulkan bahwa, kesuksesan (manfaat) penggunaan online banking oleh customer dipengaruhi oleh tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan online banking. Sedangkan tingkat kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh intensi pemakaian dan kualitas pelayanan online banking. Layanan online banking yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan dari nasabah. Pengguna akan semakin puas jika online banking mampu memberikan informasi yang lebih berguna bagi nasabah. Akan tetapi, bagi nasabah kualitas informasi dari layanan online banking tidak akan meningkatkan intensi pemakaian. Hal ini mungkin disebabkan oleh bagi nasabah tidak merasa memerlukan banyak informasi terkait dengan transaksi yang mereka lakukan. Nasabah merasa dapat memperoleh informasi dari sumber-sumber lain.

Intensi pemakaian online banking tidak mempengaruhi kesuksesan online banking, walaupun kepuasan nasabah mempengaruhi intensi pemakaian online banking. Kesuksesan online banking dipersepsi oleh nasabah tidak dipengaruhi oleh kualitas sistem. Demikian juga kualitas informasi juga tidak mempengaruhi intensi pemakaian. Peneliti menduga bahwa nasabah lebih peduli pada kualitas pelayanan dari pada kualitas sistem karena sepanjang sistem dapat memenuhi keinginan nasabah dirasa sudah cukup. Nasabah tidak mau memikirkan kualitas sistem yang dirasakan lebih rumit untuk dipahami.

Implikasi bagi perbankan yang ingin mengembangkan layanan online banking adalah, Perbankan harus mengembangkan layanan online banking yang mengutamakan mutu layanan sehingga nasabah akan merasa puas. Nasabah lebih menginginkan sistem online banking yang sederhana dan mudah dalam penggunaannya.

Bagi penelitian selanjutnya dalam penelitian ini hanya dikemukakan tentang faktor yang mempengaruhi online banking dengan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pemakai dan manfaat bersih. Selanjutnya peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kesuksesan online banking. Selain itu sampel yang digunakan meliputi daerah DIY-Jateng mungkin saja kurang merepresentasikan populasi dari kota-kota besar dengan tingkat penetrasi internet yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahituv, N., (1980), A Systematic Approach Toward Assuring the Value of an Information System, *MIS Quarterly*, 4(4), 61-75.
- Amin H., M.R.A. Hamid, G.H. Tanakinjal, dan S. Lada, (2006), Undergraduate Attitudes and Expectations for Mobile Banking, *Journal of Internet Banking and Commerce*, 11 (3).
- Amin, H., R. Baba, and M.Z. Muhammad, (2007), An Analysis of Mobile Banking Acceptance by Malaysian Customers, *Sunway Academic Journal* 4, 1-12.
- Bailey, J.E. and S.W. Pearson, (1983), Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction, *Management Science*, 29(5), 530-545.
- Davis, F.D., (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340.
- Davis, F.D., (1993), User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions, and Behavioral Impact, *International Journal Management Machine Studies*, 38, 475-487.
- DeLone, W.H. and E.R. McLean, (2003), The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: a Ten Years Update, *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- DeLone, W.H. and E.R. McLean, (1992), Information System Success: The Quest for the Dependent Variable, *Information System Research*, 3 (1), 60-95.
- Fornell, C., and D.F. Larcker, (1981), Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics, *Journal of Marketing Research*, 18 (8), 382-388.
- Gable, G.G., D. Sadara, and T. Chan, (2003), Enterprise Systems Success: A Measurement Model, *In Proceedings of the Twenty-Fourth International Conference on Information Systems*, 576-591.
- Gallagher, C.A., (1974), Perception of the Value of a Management Information System, *Academy of Management Journal*, 17(1), 46-55.
- Ginzberg, M.J., (1981), Early Diagnosis of Implementation Failure: Promising Results and Unanswered Questions, *Management Science*, 27(4), 459-478.
- Hair, J.F., R.E. Anderson, R.L. Tatham, and W.C. Black, (2006), *Multivariate Data Analysis with Readings*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

- Hamid, M.R.A., H. Amin, S. Lada, and N. Ahmad, (2007), A Comparative Analysis of Internet Banking in Malaysia and Thailand, *Journal of Internet Business*, Issue 4, 1-19.
- Hamilton, S. and N.L. Chervany, (1981), Evaluating Information System Effectiveness Part 1: Comparing Evaluation Approaches, *MIS Quarterly*, 5(3), 55-69.
- Hartono, J., (2007), *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta..
- Heo, J. and I. Han, (2003), Performance Measure of Information Systems (IS) in Evolving Computing Environments: an Empirical Investigation, *Information and Management*, 40(4), 243-256.
- Kleijnen, M., M. Wetzels, and K. de Ruyter, (2004), Consumer Acceptance of Wireless Finance, *Journal of Financial Services Marketing*, 8 (3), 206-217.
- Kusuma H. (2008), Studi Tentang Determinan dan Peranan Kepercayaan dan Resiko dalam Menggunakan Teknologi Informasi, Laporan Penelitian UII, Tidak Dipublikasikan
- Lucas, H.C. Jr., (1981), An Experiment Investigation of the Use of Computer based Graphics in Decision-Making, *Management Science*, 27(7), 757-768.
- Mason R.O., (1978), Measuring Information Output: A Communication Systems Approach, *Information and Management*, 1(5), 219-234.
- Mattila, M., H. Karjalainen, dan T. Penttinen, (2003), Internet Banking Adoption Intention Among Mature Customers: Early Majority or Laggards, *Journal of Service Marketing*, 17 (5), 514-526.
- Molla, A. and P.S. Licker, (2001), E-Commerce Systems Success: An Attempt to Extend and Respecify the DeLone and McLean Success Model, *Journal of Electronic Commerce Research*, 2(4), 131-141.
- Mols, N.P., P.N.D. Bukh, and J.F. Nielson, (1999), Distribution Channel Strategies in Danish Retail banking, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 27 (1), 37-47.
- Myers, B.L., L.A. Kappelman, and V.R. Prybutok, (1997), A Comprehensive Model for Assessing the Quality and Productivity of the Information Systems Function: Toward a Theory for Information Systems Assessment, *Information Resources Management Journal*, 10(1), 6-25.
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen, H. Karjalainen dan S. Pahlman, (2004), Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model, *Internet Research*, 14 (3), 224-235.

- Rai A., S.S. Lang, and R.B. Welker, (2002), Assessing the Validity of IS Success Models: an Empirical Test and Theoretical Analysis, *Information Systems Research*, 13(1), 50-69.
- Sathye, M., (1999), Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Empirical Investigation, *The International Journal of Bank Marketing*, 17 (7), 324-334.
- Shannon, C.E. and W. Weaver, (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois Press.
- Susanto, A. and H. Zo, (2011), Factors Influencing User's Acceptance in Internet Banking Success: Proposing in Unified Model, 2nd International Conference on Networking and Information Technology, 17, 44-51.
- Swanson, E.B., (1974), Management Information Systems: Appreciation and Involvement, *Management Science*, 21(2), 178-188.
- Venkatesh, V., and F.D. Davis, (1996), A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development of a test, *Decision Sciences*, 27, 451-481.
- Wang, J.S and T.S. Pho, (2009), Driver of Customer Intention to Use Online Banking: An Empirical Study in Vietnam, *African Journal of Business Management*, 3(11), 669-677.
- Wang, Y.S., H.Y. Wang, and D.Y. Shee, (2007), Measuring *E-learning* Systems Success in an Organizational Context: Scale Development and Validation, *Computers in Human Behavior*, 23, 1792-1808.

yang valid secara empiris akan memudahkan peneliti untuk mengidentifikasi berbagai aspek dari kesuksesan layanan *online banking* dan menginvestigasi kausalitas antara kesuksesan sistem *online banking* dengan penyebabnya. Sementara bagi praktisi, dapat menerapkannya pada tahap implementasi sebagai mekanisme evaluasi untuk menilai apakah *outcome* dan manfaat dari sistem *online banking* telah direalisasikan.

Berdasar uraian yang telah diberikan diatas, merupakan hal yang sangat menarik untuk diidentifikasi dan melakukan studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang menjadi penentu kesuksesan nasabah dalam mengadopsi sistem informasi, khususnya *online banking*. Selanjutnya, setelah determinan-determinan tersebut teridentifikasi maka selanjutnya adalah mengembangkan model kesuksesan pengadopsian sistem *online banking* oleh nasabah guna meningkatkan keunggulan kompetitif di bidang perbankan.

1.1. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah, penelitian ini akan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kesuksesan penerimaan nasabah terhadap layanan *online banking* dari persepsi nasabah sebagai penggunanya. Selanjutnya setelah didapatkan determinan-determinan kesuksesan pengadopsian *online banking* oleh pengguna, kemudian dikembangkan suatu model kesuksesan pengadopsian sistem *online banking*. Secara lebih khusus, permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Persepsi nasabah dalam mengadopsi sistem *online banking* di DIY dan Jateng.
2. Faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap kesuksesan dalam pengadopsian sistem *online banking* oleh nasabah sebagai pengguna.

Dalam mengidentifikasi determinan apa saja yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam mengukur kesuksesan menggunakan sistem *online banking*, penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh DeLone and McLean (2003) atau yang disebut dengan model kesuksesan sistem informasi DeLone and

McLean (*D&M IS Success Model*). Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, model D&M merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian untuk mengevaluasi pengadopsian sistem informasi, termasuk sistem *online banking*. Model yang lengkap namun sederhana (*parsimony*) menjadikan alasan mengapa model ini banyak diterapkan.

Model yang diusulkan ini merefleksikan ketergantungan dari enam pengukuran kesuksesan sistem informasi, yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas pelayanan (*service quality*), penggunaan (*use*), kepuasan pemakai (*user satisfaction*), dan manfaat-manfaat bersih (*net benefits*). Berdasar model tersebut diharapkan akan diperoleh model kesuksesan pengadopsian sistem *online banking* berdasarkan persepsi nasabah sebagai pengguna.

1.2. BATASAN PENELITIAN

Persepsi nasabah terhadap layanan *online banking* ini terbatas pada nasabah di sejumlah bank di wilayah daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah (Jateng). Pemilihan lokasi tersebut disesuaikan dengan waktu dan keterbatasan biaya, sehingga tidak mencakup seluruh Indonesia. Namun diharapkan pemilihan sampel tersebut dapat merepresentasikan kondisi perbankan di Indonesia.

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh DeLone and McLean (2003) atau yang disebut dengan model kesuksesan sistem informasi DeLone and McLean (*D&M IS Success Model*). Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, model D&M merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian untuk mengevaluasi pengadopsian sistem informasi, termasuk sistem *online banking*. Model yang lengkap namun sederhana (*parsimony*) menjadikan alasan mengapa model ini banyak diterapkan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. MODEL KESUKSESAN SISTEM INFORMASI

Sistem *online banking* merupakan satu tipe khusus dari sistem informasi. Oleh karena itu landasan teori dan konseptual dari konstruk kesuksesan sistem *online banking* didasarkan pada studi terdahulu tentang kesuksesan sistem informasi. Model DeLone dan McLean (D&M) merupakan salah satu model kesuksesan sistem informasi yang banyak digunakan (Gable *et al.*, 2003; Heo and Han, 2003; Myers *et al.*, 1997), yang menyatakan bahwa suatu kombinasi sistematis dari pengukuran individu berkaitan kategori kesuksesan sistem informasi dapat menghasilkan instrumen pengukuran yang komprehensif (Wang *et al.*, 2007).

Model D&M ini dikembangkan dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh Shannon and Weaver (1949), Mason (1978), serta penelitian-penelitian sistem informasi lainnya. Sebenarnya penelitian Shannon and Weaver (1949) merupakan penelitian di bidang komunikasi. Mereka mengelompokkan proses informasi ke dalam tiga tingkatan, yaitu tingkatan teknis, tingkatan semantik, dan tingkatan efektifitas. Mason (1978) memperkenalkan teori yang disebut dengan teori pengaruh informasi (*information influence theory*) yang menekankan pada pengaruh dari suatu informasi. Mason kemudian mengganti istilah efektifitas dengan istilah pengaruh dan mendefinisikan tingkatan pengaruh dari informasi sebagai suatu jenjang dari peristiwa-peristiwa yang terjadi pada titik akhir penerima dari sistem informasi.

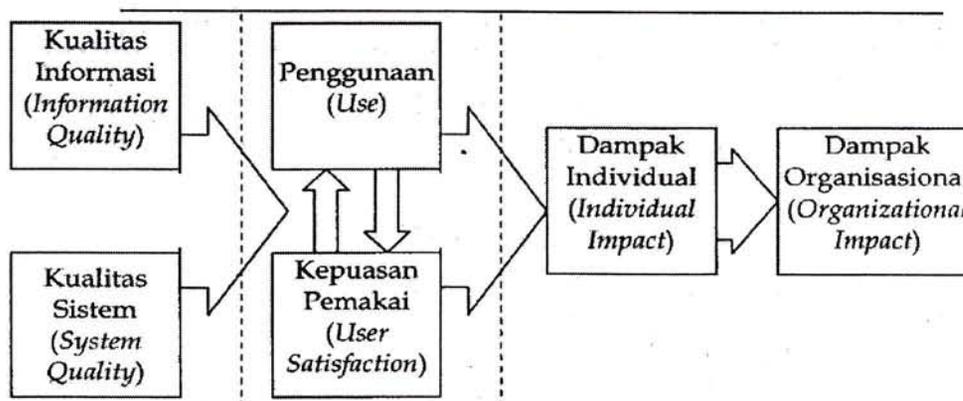
2.2. MODEL DELONE DAN MCLEAN

DeLone dan McLean (1992), mengembangkan model untuk mengukur kesuksesan sistem informasi. Model ini dikembangkan dari teori dan hasil penelitian-penelitian Shannon dan Weaver tahun 1949 di bidang komunikasi dan penelitian Mason tahun 1978. Penelitian Shannon dan Weaver (1949) ini mengelompokkan

proses informasi kedalam tiga tahapan, yaitu tahapan teknis, tahapan semantik dan tahapan efektivitas. Sementara itu, Mason memperkenalkan teori yang disebut dengan teori "pengaruh" informasi (*information "influence" theory*) yang penekanannya pada "pengaruh" ("*influence*") dari suatu informasi (Hartono, 2007). Dalam penelitian ini pengaruh (*influence*) merupakan tingkatan pengaruh (*influence level*) dari informasi sebagai suatu jenjang dari peristiwa-peristiwa yang terjadi pada titik akhir penerima dari sistem informasi. Tingkatan pengaruh ini berisi dengan urutan peristiwa pengaruh, yaitu penerimaan dari informasi (*receipt*), evaluasi dari informasi, dan aplikasi informasi yang mengarah ke perubahan perilaku penerima (*influence on recipient*) dan perubahan di kinerja sistem (*influence on system*).

Model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean yang dikembangkan pertama kali menjelaskan bahwa kesuksesan sistem informasi sangat tergantung dari enam pengukuran kesuksesan sistem informasi (DeLone dan McLean, 2003; Hartono, 2007). Keenam elemen atau faktor pengukuran dari model ini adalah: 1) kualitas sistem (*system quality*), 2) kualitas informasi (*information quality*), 3) penggunaan (*use*), 4) kepuasan pemakai (*user satisfaction*), 5) dampak individual (*individual impact*), dan 6) dampak organisasi (*organization impact*).

Gambar 2.1. Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean



Sumber: Model Kesuksesan Sistem Informasi (Hartono, 2007).

Model kesuksesan DeLone dan McLean melakukan pengukuran kesuksesan sistem informasi melalui proses dan hubungan kausal dari dimensi-dimensi di model. Pengukuran melalui proses dilakukan karena sistem terdiri dari beberapa proses, yaitu proses yang satu akan mengikuti proses yang lainnya. Proses ini menunjukkan bahwa sistem informasi disusun dengan banyak fitur dan fitur ini memperlihatkan beberapa tingkat kualitas sistem dan kualitas informasinya. Fitur-fitur kemudian digunakan oleh pemakai yang menggunakan sistem tersebut. Penggunaan sistem informasi selanjutnya mempunyai dampak (*influence*) terhadap pemakai individual dalam melakukan pekerjaannya. Dampak dampak-dampak individu ini pada gilirannya secara kolektif akan berakibat pada dampak-dampak organisasional.

Sementara itu, model kausal (*model causal*) adalah model yang berusaha menjelaskan hubungan kausal di antara elemen-elemen dalam model. Model ini berusaha mengamati kovarian (*covariance*) dari elemen-elemen model untuk menentukan apakah variansi dari satu elemen dapat dijelaskan oleh variansi dari elemen-elemen lainnya. Model kausal juga menunjukkan bagaimana arah hubungan satu elemen dengan elemen lain apakah menyebabkan lebih besar (mempunyai pengaruh positif) atau lebih kecil (mempunyai pengaruh negatif). Semakin tinggi kualitas sistem diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pemakai dan penggunaan sistem juga semakin tinggi, dan gilirannya akan berpengaruh secara positif terhadap produktivitas individual. Produktivitas individual yang meningkat akan mendorong produktivitas organisasional.

Melalui model proses dan kausal, model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean menjelaskan bahwa kualitas sistem (*system quality*) dan kualitas informasi (*information quality*) secara mandiri dan bersama-sama mempengaruhi penggunaan (*use*) dan kepuasan pemakai (*user satisfaction*). Besarnya elemen penggunaan dapat mempengaruhi elemen kepuasan pemakai secara positif atau negatif. Elemen penggunaan dan kepuasan pemakai mempengaruhi dampak individual (*individual impact*) dan selanjutnya mempengaruhi dampak organisasional (*organizational impact*).

2.3. PENGUKUR KESUKSESAN SISTEM INFORMASI

Model DeLone dan McLean merefleksikan ketergantungan dari enam pengukuran kesuksesan sistem informasi, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, penggunaan, kepuasan pemakai, dan manfaat-manfaat bersih.

2.3.1. Kualitas Sistem

Kualitas sistem (*system quality*) digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi informasinya sendiri. Banyak sekali penelitian-penelitian yang mengembangkan pengukuran-pengukuran untuk memproksikan kualitas sistem. Kualitas sistem informasi dapat diukur melalui apresiasi sistem informasi manajemen oleh para pemakai manajer yang menggunakan sistem tersebut. Item-item pengukuran yang dapat digunakan digunakannya adalah: keandalan dari sistem komputer (*reliability of the computer system*), waktu respon *on-line* (*on-line response time*), kemudahan menggunakan terminal (*the ease of terminal use*).

Kualitas sistem informasi, selain dapat diukur melalui apresiasi sistem informasi manajemen oleh para pemakai manajer juga dapat diukur dengan menggunakan karakteristik sistem. Item-item pengukuran yang dapat digunakan digunakannya adalah: isi dari basis-data (*content of the database*), agregasi dari rincian-rincian (*aggregation of details*), faktor manusia (*human factor*), akurasi sistem (*system accuracy*), kekinian data diusulkan (*proposed data currency*), waktu respon (*response time*), waktu pergantian (*turnaround time*), akurasi data (*data accuracy*), keandalan (*reliability*), kelengkapan (*completeness*), keluwesan sistem (*system flexibility*), dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).

2.3.2. Kualitas Informasi

Kualitas informasi (*information quality*) mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi, yang merujuk pada nilai, manfaat, relevansi, dan urgensi. Kualitas informasi dapat diproksikan dengan kepentingan persepsi (*perceived importance*) dan kegunaan informasi (*usableness of information*) dari informasi yang disajikan di laporan-laporan yang dihasilkan oleh sistem informasi.

Selain itu kualitas informasi dapat diukur dengan kepuasan pemakai (*user satisfaction*), diantaranya adalah akurasi informasi (*information accuracy*),

ketepatan waktu keluaran (*output timeliness*), keandalan (*reliability*), kelengkapan (*completeness*), relevan (*relevance*), ketepatan (*precision*), dan kekinian (*currency*). Kualitas informasi dapat diproksikan dengan nilai dari informasi, yaitu akurasi (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), relevan (*relevance*), agregasi (*aggregation*) dan pemformatan (*formatting*). keinformatifan (*informativeness*).

Larcker and Lessig (1980) mengembangkan 6 item pertanyaan untuk mengukur kepentingan persepsi dan kegunaan informasi dari informasi yang disajikan di laporan-laporan yang dihasilkan oleh sistem informasi. Bailey and Pearson (1983) mengusulkan 39 item untuk mengukur kepuasan pemakai, diantaranya adalah akurasi informasi, ketepatan waktu keluaran, keandalan, kelengkapan, relevan, ketepatan, dan kekinian. Peneliti lain, Ahituv (1980) menggunakan lima macam karakteristik informasi untuk mengukur nilai dari informasi, yaitu akurasi, ketepatan waktu, relevan, agregasi, dan pemformatan. Demikian pula dengan Gallagher (1974) yang menggunakan pengukuran relevan, keinformatifan, kegunaan, dan kepentingan untuk mengukur kualitas dari kelompok laporan sistem informasi.

2.3.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan keseluruhan dukungan yang diberikan oleh penyedia (*provider*) jasa, termasuk apakah dukungan ini diberikan oleh departemen sistem informasi, unit organisasi yang baru, atau penyedia jasa internet dari luar (*outsourced*). Dimensi ini menjadi lebih penting di lingkungan *e-commerce* dibandingkan penerapan sebelumnya karena pemakai-pemakai sistem sekarang adalah lebih sebagai pelanggan-pelanggan bukannya karyawan-karyawan atau pemakai-pemakai internal organisasi. Oleh karena dukungan yang jelek akan menyebabkan kehilangan pelanggan dan bahkan kehilangan penjualan.

2.3.4. Penggunaan Informasi

Penggunaan informasi (*use*) adalah penggunaan keluaran suatu sistem informasi oleh penerima. Banyak penelitian yang menggunakan proksi penggunaan laporan dari sistem informasi sebagai pengukur kesuksesan sistem informasi. Selain itu, beberapa peneliti juga menggunakan pengukuran