

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN FASILITAS *E-STATEMENT* PADA PT. BCA Tbk

Franciscus Dwi Pata Wardhan dan Hasmand Zusi

Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
dwpatawardhana@gmail.com, hasmandgindo@yahoo.com

Abstract. E-statements are provided to the bank on its customers to facilitate the customer see the various credit card transaction has been done where and whenever that is sent via e-mail. Research is carried out to the customer of PT BCA Tbk Jabodetabek region to find out the factors that affect the customer's interest in the BCA uses the facilities of the e-statement. Technical data analysis linear regression used is multiplied. The sample size used as many as 400 respondents by the method of purposive sampling. The results of the analysis of these studies showed R-square = 0.608 which it defined each variable that is the perception of usefulness; perception of ease; Security; the behavior and the quality of the internet a positive significant effect against the interest of the customer to use the facilities of the e-statement BCA.

Keywords: customer's interest, e-statement, usefulness, ease to use, security, behaviour, internet's quality

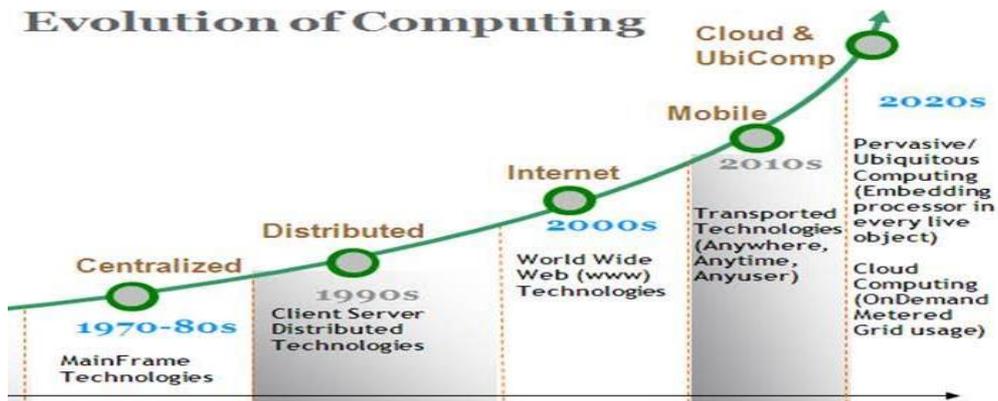
Abstrak. *E-statement* merupakan fasilitas yang diberikan bank kepada nasabahnya untuk memudahkan nasabah melihat berbagai transaksi kartu kredit yang telah dilakukan dimana dan kapan saja yang dikirimkan melalui *e-mail*. Penelitian dilakukan kepada nasabah PT. BCA Tbk diwilayah Jabodetabek untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah BCA menggunakan fasilitas *e-statement*. Teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 400 responden dengan metode purposive sampling. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan R-square = 0,608 yang mana hal tersebut dapat diartikan masing-masing variable yaitu *persepsi kegunaan; persepsi kemudahan; keamanan; perilaku dan kualitas internet* berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas *e-statement* BCA.

Kata Kunci: minat nasabah, *e-statement*, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan, perilaku, kualitas internet.

PENDAHULUAN

Di zaman modern seperti saat ini, dimana setiap manusia, organisasi ataupun perusahaan semakin tergantung pada teknologi yang tumbuh semakin cepat. Perusahaan harus mampu untuk melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan manusia yang selalu menuntut untuk bisa lebih cepat, lebih mudah, lebih aman, tidak terikat waktu dan bisa dimana saja. Salah satu jenis perusahaan yang berkaitan erat dengan tuntutan kebutuhan manusia tersebut adalah industri perbankan yang mulai menggunakan teknologi informasi dan komunikasi khususnya layanan *Internet Banking* untuk memberikan kemudahan proses transaksi keuangan dan meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabahnya.

Dalam dunia modern peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Teknologi informasi terutama dibidang perbankan juga tidak luput berkembang, perkembangan perbankan sebagai salah satu faktor penggerak perekonomian yang menjadi roda perputaran dana disuatu negara atau daerah haruslah mengikuti kebutuhan pasar, seperti terlihat pada **Gambar 1** perkembangan teknologi informasi di industri perbankan.

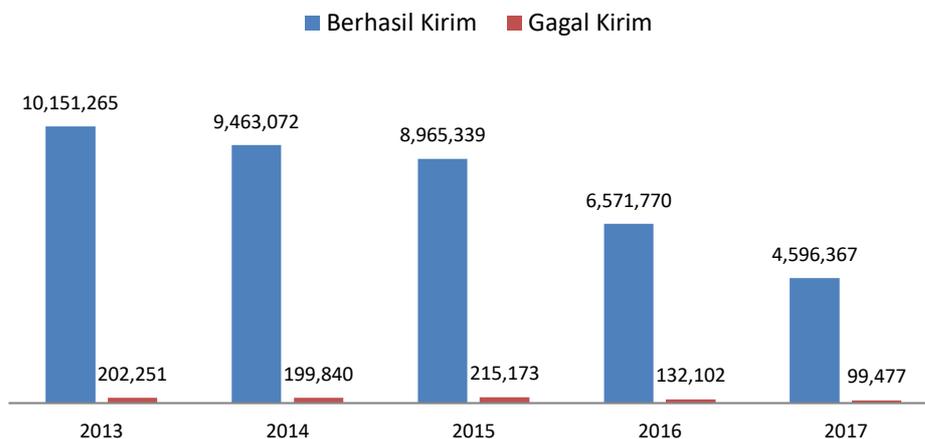


Gambar 1. Perkembangan Teknologi Informasi Perbankan

Sumber: <https://www.linkedin.com/pulse/evolution-infrastructure-paul-m-veillard>

Salah satu layanan yang menggunakan sistem teknologi informasi internet adalah *Electronic Bill Presentment and Payment* atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-statement* yang memuat informasi kewajiban bayar para pemegang kartu kredit yang dikirimkan melalui internet. Tagihan atau informasi elektronik tersebut dikirimkan melalui *e-mail* kepada para nasabahnya agar lebih efisien dan efektif.

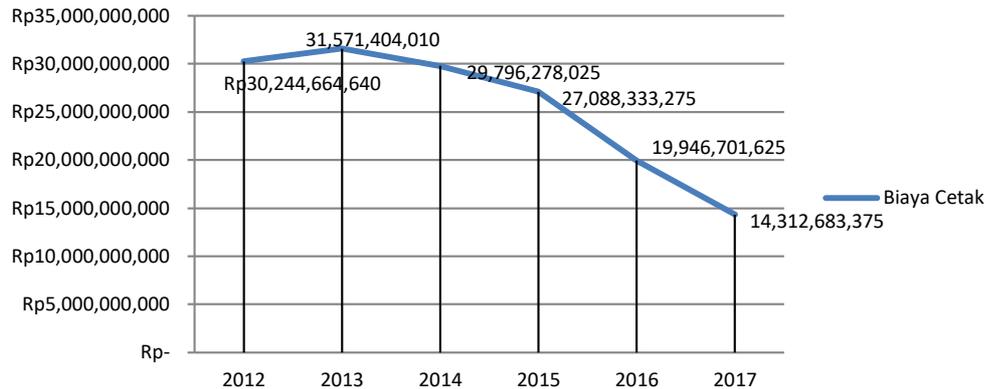
Saat ini, PT. BCA Tbk, masih melakukan pencetakan dan mengirimkannya melalui jasa pengiriman (kurir) untuk sebagian nasabah pemegang kartu kredit BCA yang disebut dengan *Billing Statement*, dimana dalam proses pengirimannya ke tangan para nasabah dimungkinkan terjadinya kegagalan (gagal kirim) yang disebabkan oleh banyak faktor seperti alamat tidak lengkap, pindah alamat, nasabah tidak dapat ditemui, salah alamat kirim, demonstrasi ataupun kendala-kendala geografis lainnya (faktor alam) seperti hujan lebat, banjir, gunung meletus ataupun kabut asap dan debu seperti yang terlihat dalam **Gambar 2** yang mana bila diperhatikan dari total kirim terdapat sekitar 2,12% setiap tahunnya tidak berhasil dikirimkan (gagal kirim).



Gambar 2. Grafik Keberhasilan dan Gagal Kirim Informasi Tagihan

Sumber: Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan Laporan PT. BCA Tbk, Divisi SLPE – Biro DPC

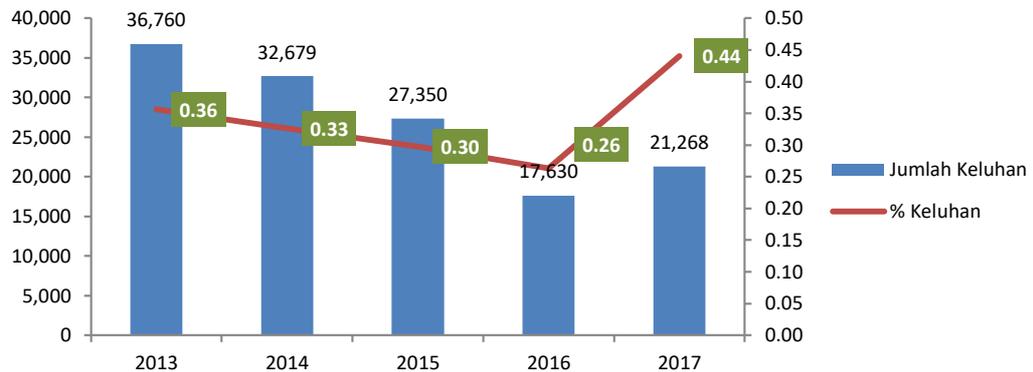
Selain faktor diatas, biaya operasional (biaya pengiriman) menjadi meningkat, biaya percetakan dari informasi kewajiban bayar tersebut juga akan menguap sia-sia. Dalam **Gambar 3** terlihat disetiap tahunnya PT. BCA Tbk mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk mencetak *Billing Statement*, hal tersebut tentunya juga akan mempengaruhi biaya operasional perusahaan (BOP) dimana setiap tahunnya mencapai milyaran rupiah.



Gambar 3. Grafik Biaya Cetak Informasi Tagihan

Sumber: Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan Laporan PT. BCA Tbk, Divisi SLPE – Biro DPC

Selain biaya percetakan dan pengirimannya, PT. BCA Tbk juga harus mengeluarkan biaya lainnya yang tidak sedikit yaitu biaya *maintenance* dari keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para nasabah dikarenakan belum diterimanya *Billing Statement* untuk dilakukannya proses pengiriman ulang seperti yang terlihat pada **Gambar 4** jumlah nasabah yang mengeluhkan belum diterimanya informasi mengenai kewajiban bayar naik jumlahnya diakhir tahun 2017.



Gambar 4. Grafik Keluhan Tidak Diterima Informasi Tagihan

Sumber: Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan Laporan PT. BCA Tbk, Divisi SLPE – Biro DPC

Penelitian dilakukan pada nasabah PT BCA Tbk yang mempunyai kartu kredit BCA, berdasarkan laporan pertumbuhan jumlah nasabah pemegang kartu kredit BCA setiap bulannya mengalami kenaikan tetapi kenaikan jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas *e-statement* BCA pertumbuhannya sangat lambat, dimana masih terdapat nasabah yang lebih menyukai pemakaian *hardcopy*.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya maka penulis kembali melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *internet banking* khususnya fasilitas *e-statement* BCA, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah kemudahan penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?
- 2) Apakah kegunaan dari Teknologi Informasi yang disediakan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?

- 3) Apakah keamanan dari Teknologi Informasi yang disediakan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?
- 4) Apakah perilaku dalam memanfaatkan Teknologi Informasi yang disediakan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?
- 5) Apakah kualitas internet berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?
- 6) Apakah kemudahan, kegunaan, keamanan, perilaku dan kualitas internet berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *e-statement* ?

KAJIAN TEORI

Minat. Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya.

Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto (2003:57) minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Sedangkan menurut Holland yang dikutip oleh Djaali (2007:122) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya, perhatian atau aktivitas yang dilakukan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut.

Nasabah. Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah, dalam pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa “pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank” sedangkan menurut peraturan Bank Indonesia No. 7/7/PBI/2005 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan dan berdasarkan kamus perbankan nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.

Setiap nasabah tentu sangat mengharapkan kepuasan dari bank manapun ia melakukan transaksi, kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, karena nasabah/konsumen merupakan target utama suatu perusahaan/badan usaha perbankan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bank harus dapat membuat nasabahnya merasa aman dan yakin untuk menyimpan dananya di bank tersebut. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya.

Teknologi Informasi. Menurut Bambang Warsita (2008:135) Teknologi Informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware, software, useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan dan menggunakan data secara bermakna. Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Lantip dan Rianto (2011:4) Teknologi Informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat. Menurut Hamzah B. Uno dan Nina Lamatenggo

(2011:57) juga mengemukakan Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data.

Teori pendukung yang lain menurut Behan dan Holme dalam Munir (2009:31) Teknologi Informasi dan komunikasi adalah segala sesuatu yang mendukung untuk me-record, menyimpan, memproses, mendapat lagi, memancar/mengantarkan dan menerima informasi.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi adalah suatu teknologi berupa (*hardware, software, useware*) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas.

Technologi Accepted Model (TAM). Technologi Accepted Model (TAM) merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi Teknologi Informasi. TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna komputer yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi.

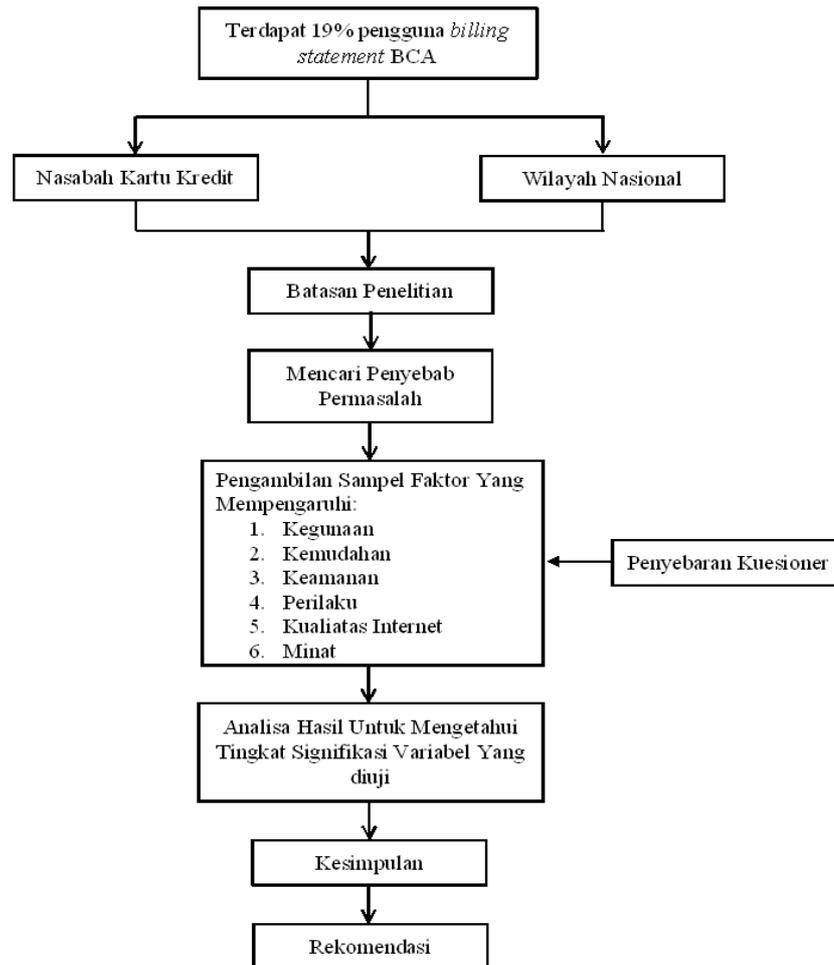
Perilaku Konsumen. Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6) bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut. Definisikan perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2008:214) adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Jaringan Internet. Internet merupakan singkatan dari Interconnected Network. Internet adalah kumpulan komputer yang terhubung satu dengan yang lain dalam sebuah jaringan. Disebut jaringan yang saling terhubung karena internet menghubungkan komputer satu dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia. Internet dapat digunakan sebagai sarana pertukaran informasi maupun berkomunikasi antar komputer yang saling terhubung. Selain kita dapat memperoleh banyak data yang diperlukan, lewat internet proses untuk mendapatkan data atau informasi menjadi lebih cepat dan efisien.

Internet adalah berbagai jaringan komputer di seluruh dunia yang saling terhubung tanpa mengenal batas teritorial, hukum dan budaya. Secara fisik dianalogikan sebagai jaring laba-laba (The Web) yang menyelimuti bola dunia dan terdiri dari titik-titik (*node*) yang saling berhubungan.

METODE

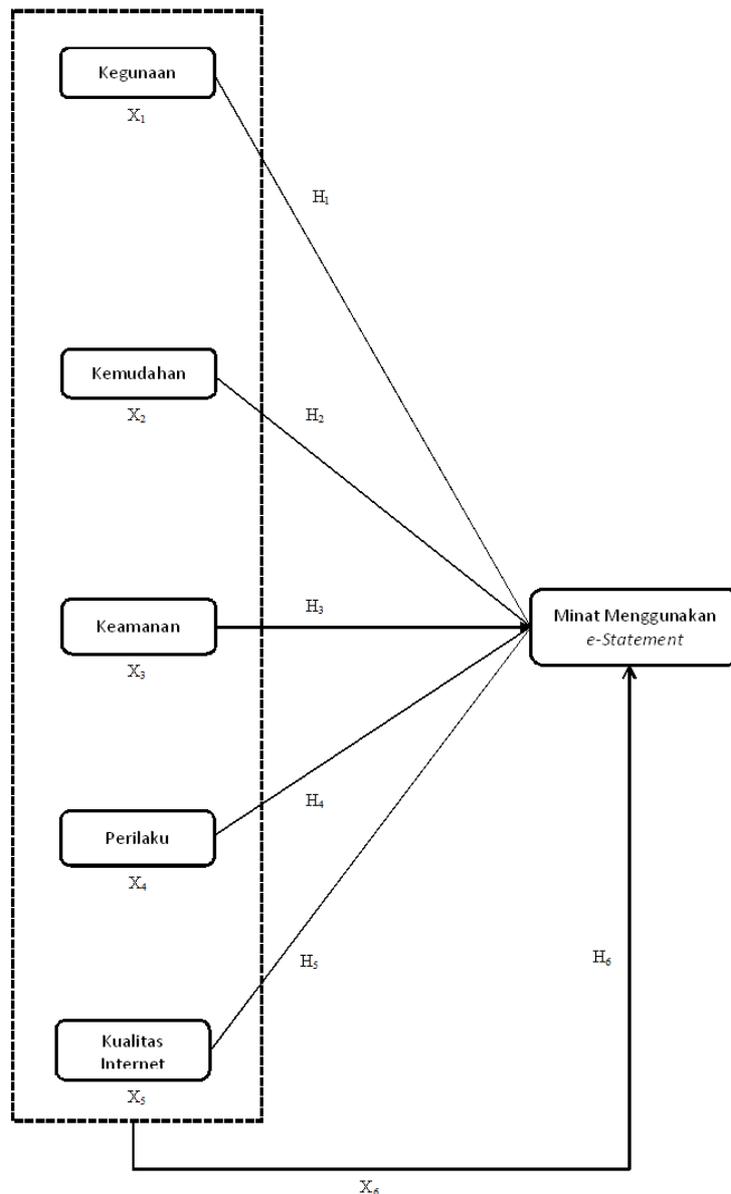
Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat seperti pada Gambar 5, dimana untuk setiap proses didalam kerangka berpikir yang dibuat berdasarkan panduan yang telah ditentukan baik dalam prosedur maupun dalam penerapan kajian-kajian ataupun teori-teori yang ada.



Gambar 5. Kerangka Pemikiran

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

untuk melihat hubungan antar variabel independen beserta indikator-indikatornya yang akan diuji dengan variabel dependent didalam penelitian ini dapat dilihat dalam **Gambar 6**.



Gambar 6. Model Variabel Penelitian

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Hipotesa

Persepsi Kegunaan. Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Semakin tinggi kegunaan atau manfaat dari suatu fasilitas yang dapat dirasakan oleh nasabah maka akan semakin mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-statement*.

Berdasarkan uraian diatas, berikut hipotesis yang diajukan :

H₁ : Kegunaan memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

Persepsi Kemudahan. Kemudahan didefinisikan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi terbebas dari kendala (Davis, 1989). Semakin tinggi kemudahan yang dirasakan oleh nasabah maka akan semakin mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-statement*.

Berdasarkan uraian diatas, berikut hipotesis yang diajukan :

H₂ : Kemudahan memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

Keamanan. Tanpa adanya tingkat keamanan yang memadai maka penggunaan *internet banking* akan menjadi sia – sia (Shan Lu, *et al.* 2006). Semakin tinggi jaminan tingkat keamanan yang diberikan oleh pihak penyedia maka akan semakin besar minat nasabah menggunakan fasilitas *e-statement*.

Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H₃ : Keamanan memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

Perilaku. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang nasabah, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, maka sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H₄ : Perilaku memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

Kualitas Internet. Kualitas koneksi internet merupakan tingkat kualitas sambungan yang digunakan untuk mengakses *internet banking* oleh nasabah. Tanpa koneksi internet yang memadai maka penggunaan dari *internet banking* tidak mungkin dilakukan, terutama bagi fitur – fitur yang memiliki persyaratan khusus, sehingga hal ini akan berdampak pada nasabah yang mengalami kesulitan dalam mengakses (Al-Somali, *et al.* 2008).

Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H₅ : Kualitas internet memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Perilaku dan Kualitas Internet. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6) bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi).

Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H₆ : kegunaan, kemudahan, Keamanan, Perilaku dan Kualitas Internet secara bersama-sama memiliki nilai positif terhadap minat menggunakan e-statement.

METODE

Jenis dan Desain Penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih terhadap variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, keamanan, perilaku dan kualitas internet nasabah PT. BCA Tbk terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *e-statement* (informasi kewajiban bayar kartu kredit melalui *e-mail*) dengan menggunakan metode survey yang artinya di dalam penelitian ini, peneliti mencoba menentukan hubungan antar variabel berdasarkan data yang diperoleh dari sample yang ditentukan dalam suatu populasi.

Variabel Penelitian. Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh banyak faktor (variabel independen). Sedangkan variabel independen adalah variabel yang nilainya mempengaruhi perilaku dari variabel terikat (variabel dependen). Variabel didalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kegunaan, didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana pemanfaatan *e-statement* dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya
- 2) Kemudahan, didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan layanan *e-statement* membawa suatu kemudahan bagi pengguna

- 3) Keamanan, didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana dalam memanfaatkan fasilitas *e-statement*, seseorang merasakan keamanannya terjamin
- 4) Perilaku, didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana dalam memanfaatkan fasilitas *e-statement*, sangat dirasakan sesuai dengan perilaku seseorang
- 5) Kualitas Internet, didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana dalam pemanfaatan fasilitas *e-statement* seseorang dapat dengan mudah mengaksesnya

Populasi dan Sampel. Sampel yang diambil adalah nasabah pemegang kartu kredit BCA. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu seseorang diambil sebagai sampel karena dipastikan bahwa seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan. Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 400 responden dari sejumlah 937.405 nasabah yang berdomisili di wilayah Jakarta seperti terlihat pada **Gambar 6**.

Pemegang Kartu Kredit BCA	Area	
	Jabodetabek	Non Jabodetabek
1.511.943	937.405	574.538

Gambar 6. Komposisi Jumlah Pemegang Kartu Kredit BCA

Sumber : Diolah Oleh Peneliti Dari Laporan PT. BCA Tbk, Divisi SLPE – Biro DPC

Jumlah sampel secara menyeluruh ditetapkan berdasarkan persamaan Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

e = Error Sampel (5%)

n = Sampel

N = Populasi

$$n = \frac{937.405}{1 + 937.405 (0,05)^2}$$

$$n = 399.8284 \quad \text{digenapkan menjadi } 400$$

Metode Pengumpulan Data. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan 2 cara, yaitu dengan penelitian melalui dokumentasi dan penelitian melalui kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, laporan yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum dalam rentang tahun antaran 2013 – 2017 sedangkan kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti melakukan analisa terhadap sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik dari beberapa individu didalam masyarakat (populasi) yang tertuang dalam bentuk data, dengan menggunakan metode kuesioner ini peneliti berupaya mengungkapkan data dari variabel X dan Y.

Metode Analisa Data. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Sebelum menganalisis data, dilakukan pengujian terlebih dahulu untuk masing-masing variabel. Pengujian yang dilakukan ada beberapa tahap antara lain : Uji Validitas & Reliabilitas; Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji

Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Normalitas; dan yang terakhir Uji Kelayakan Model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran deskriptif mengenai persepsi responden atas item – item yang diajukan, khususnya mengenai variabel – variabel dependen dan independen, dilakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis indeks.

Skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimum 400 dan maksimum 2.000, oleh karena itu angka indeks yang dihasilkan berangkat dari angka 400 hingga 2.000 dengan rentang sebesar 320. Dengan menggunakan kriteria lima kotak (*five box method*), maka didapat kriteria sebagai berikut:

400 – 720	= Sangat Rendah	1.363 – 1.683	= Tinggi
721 – 1.041	= Rendah	1.684 – 2.004	= Sangat Tinggi
1.042 – 1.362	= Cukup		

Berdasarkan kriteria diatas, dapat dilakukan penentuan indeks persepsi responden terhadap variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Variabel Persepsi Kegunaan. Variabel persepsi kegunaan diukur melalui 4 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic deskriptif seperti dalam **Tabel 1**, sebagai berikut :

Tabel 1. Jawaban Responden Terhadap Variabel *Persepsi Kegunaan* (X_1)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	X _{1.1}	161	40.3	203	50.8	25	6.3	8	2.0	3	.8	1.711
2.	X _{1.2}	197	49.3	192	48.0	7	1.8	3	.8	1	.3	1.781
3.	X _{1.3}	185	46.3	202	50.5	8	2.0	5	1.3	0	0	1.767
4.	X _{1.4}	260	65.0	131	32.8	5	1.3	2	.5	2	.5	1.845
Rata-rata												1.776,0

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari tabel 1.1 diketahui bahwa nilai rata-rata pada persepsi kegunaan adalah sebesar 1.776,0 yang mana masuk dalam katagori sangat tinggi. Artinya nasabah mengetahui fasilitas *e-statement* sangat berguna bagi nasabah untuk mendapatkan informasi terkait tagihan kartu kreditnya.

Variabel Persepsi Kemudahan. Variabel persepsi kemudahan diukur melalui 4 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic deskriptif seperti dalam **Tabel 2**, sebagai berikut :

Tabel 2. Jawaban Responden Terhadap Variabel *Persepsi Kemudahan* (X_2)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	X _{2.1}	156	39.0	223	55.8	15	3.8	6	1.5	0	0	1.729
2.	X _{2.2}	179	44.8	199	49.8	15	3.8	7	1.8	0	0	1.750
3.	X _{2.3}	188	47.0	196	49.0	14	3.5	1	.3	1	.3	1.769
4.	X _{2.4}	193	48.3	185	46.3	19	4.8	2	.5	1	.3	1.767
Rata-rata											1.753,7	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari **Tabel 2** diketahui bahwa nilai rata-rata pada persepsi kegunaan adalah sebesar 1.753,7 yang mana masuk dalam katagori sangat tinggi. Artinya nasabah mengetahui fasilitas *e-statement* sangat mudah bagi nasabah untuk menggunakannya.

Variabel Keamanan. Variabel Keamanan dalam menggunakan fasilitas *e-statement* diukur melalui 3 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic deskriptif dalam **Tabel 3**, sebagai berikut:

Tabel 3. Jawaban Responden Terhadap Variabel *Persepsi Keamanan* (X_3)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	X _{3.1}	196	49.0	180	45.0	20	5.0	3	.8	1	.3	1.767
2.	X _{3.2}	184	46.0	195	48.8	15	3.8	5	1.3	1	.3	1.756
3.	X _{3.3}	183	45.8	205	51.3	8	2.0	3	.8	1	.3	1.766
Rata-rata											1.763,0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari **Tabel 3** diketahui bahwa nilai rata-rata pada Jaminan Keamanan adalah sebesar 1.763,0 yang termasuk dalam kategori tinggi. Responden yang termasuk dalam sampel berpendapat bahwa Jaminan Keamanan dan Kerahasiaan dalam menggunakan fasilitas *e-statement* yang ada termasuk cukup baik.

Variabel Perilaku. Variabel Perilaku diukur melalui 3 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic deskriptif dalam **Tabel 4**, sebagai berikut:

Tabel 4 Jawaban Responden Terhadap Variabel *Perilaku* (X_4)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	X _{4.1}	171	42.8	194	48.5	16	4.0	18	4.5	1	.3	1.716
2.	X _{4.2}	138	34.5	220	55.0	31	7.8	8	2.0	3	.8	1.682
3.	X _{4.3}	147	36.8	210	52.5	37	9.3	4	1.0	2	.5	1.696
Rata-rata											1.698,0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari **Tabel 4**, diketahui bahwa nilai rata-rata perilaku adalah sebesar 1.698,0 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Responden yang termasuk dalam sampel

berpendapat bahwa Perilaku nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-statement* yang ada termasuk cukup baik.

Variabel Kualitas Internet. Variabel kualitas koneksi internet yang diukur melalui 3 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic dalam **Tabel 5**, sebagai berikut:

Tabel 5. Jawaban Responden Terhadap Variabel *Kualitas Internet* (X_5)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
.	.	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	X _{5.1}	170	42.5	200	50.0	22	5.5	7	1.8	1	.3	1.731
2.	X _{5.2}	145	36.3	229	57.3	21	5.3	4	1.0	1	.3	1.713
3.	X _{5.3}	94	23.5	219	54.8	66	16.5	17	4.3	4	1.0	1.582
Rata-rata											1.675,3	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari **Tabel 5** diketahui bahwa nilai rata-rata pada kualitas koneksi internet adalah sebesar 1.675,3 yang termasuk dalam kategori tinggi. Responden yang termasuk dalam sampel berpendapat bahwa kualitas koneksi internet terhadap fasilitas *e-statement* termasuk cukup baik. Artinya nasabah merasakan koneksi internetnya cepat karena jaringan satelit tidak mengalami gangguan, koneksi internet yang mudah dijangkau karena wilayahnya terjangkau oleh jaringan internet.

Variabel Minat Nasabah. Variabel minat bertransaksi nasabah yang diukur melalui 8 indikator pertanyaan, menghasilkan statistic deskriptif dalam **Tabel 6**, sebagai berikut:

Tabel 6. Jawaban Responden Terhadap Variabel *Minat Nasabah* (Y)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										Skor
		SS		S		KS		TS		STS		
.	.	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1.	Y ₁	174	43.5	186	46.5	40	10.0	0	0	0	0	1.734
2.	Y ₂	176	44.0	183	45.8	41	10.3	0	0	0	0	1.735
3.	Y ₃	173	43.3	191	47.8	35	8.8	1	.3	0	0	1.736
4.	Y ₄	162	40.5	208	52.0	30	7.5	0	0	0	0	1.732
5.	Y ₅	188	47.0	183	45.8	29	7.3	0	0	0	0	1.759
6.	Y ₆	170	42.5	198	49.5	31	7.8	1	.3	0	0	1.737
7.	Y ₇	177	44.3	194	48.5	29	7.3	0	0	0	0	1.748
8.	Y ₈	180	45.0	190	47.5	29	7.3	1	.3	0	0	1.749
Rata-rata											1.741,2	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dilihat dari **Tabel 6** diketahui bahwa nilai rata-rata pada minat nasabah menggunakan fasilitas *e-statement* sebesar 1.741,2 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Responden yang termasuk dalam sampel berpendapat sangat berminat menggunakan fasilitas *e-statement*. Artinya nasabah berminat menggunakan *e-statement* untuk kebutuhan melihat transaksi kartu kreditnya.

Uji Reliabilitas. Uji realibilitas ini bertujuan untuk mengukur kuisisioner indikator terhadap variabel atau konstruk. Kuisisioner dikatakan reliable jika jawaban terhadap pernyataan konsisten atau stabil (Ghozali, 2009). Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel – variabel yang dianalisis terlihat pada **Tabel 7**, sebagai berikut:

Tabel 7. Realibilitas Statistic

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X ₁)	.833	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X ₂)	.831	Reliabel
Persepsi Keamanan (X ₃)	.874	Reliabel
Persepsi Perilaku (X ₄)	.836	Reliabel
Persepsi Kualitas Internet (X ₅)	.789	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	.751	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Hasil uji Reliabilitas pada **Tabel 7** diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* pada semua variabel menunjukkan nilai lebih dari 0,70. Dengan demikian, disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel dan layak dilakukan pengujian lanjutan.

Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Apabila nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada rtabel, maka dapat dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Total Correlation	Item-Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X _{1.1}	13.48	2.366	.613	.821	Valid
X _{1.2}	13.31	2.499	.753	.750	Valid
X _{1.3}	13.34	2.516	.740	.756	Valid
X _{1.4}	13.15	2.793	.572	.826	Valid
X _{2.1}	13.22	2.365	.726	.755	Valid
X _{2.2}	13.16	2.227	.776	.730	Valid
X _{2.3}	13.12	2.498	.673	.780	Valid
X _{2.4}	13.12	2.737	.477	.865	Valid
X _{3.1}	8.81	1.265	.814	.771	Valid
X _{3.2}	8.83	1.313	.768	.815	Valid
X _{3.3}	8.81	1.489	.699	.874	Valid
X _{4.1}	8.45	1.716	.657	.814	Valid
X _{4.2}	8.53	1.774	.682	.787	Valid
X _{4.3}	8.50	1.739	.757	.716	Valid
X _{5.1}	8.24	1.615	.655	.690	Valid
X ^{5.2}	8.28	1.642	.728	.628	Valid
X ^{5.3}	8.61	1.487	.542	.836	Valid
Y ₁	30.49	7.298	.454	.723	Valid
Y ₂	30.49	7.273	.457	.723	Valid
Y ₃	30.49	7.458	.410	.732	Valid
Y ₄	30.50	7.609	.397	.734	Valid
Y ₅	30.43	7.428	.444	.725	Valid
Y ₆	30.48	7.158	.524	.710	Valid
Y ₇	30.46	7.487	.431	.728	Valid
Y ₈	30.45	7.391	.448	.724	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Uji Asumsi Klasik. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi memiliki antar variabel independen yang saling berkorelasi atau tidak (Ghozali, 2005:91). Hal ini dapat dilihat dari nilai tolerance yang mayoritas variabel mendekati angka 1 dan mempunyai nilai VIF (varian inflation factor) tidak melebihi 10, sehingga model regresi dapat

dikatakan bebas multikolinieritas. Adapun rangkuman uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 9** dibawah ini :

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Tolerance	Statistic VIF
Persepsi Kegunaan (X ₁)	.497	2.011
Persepsi Kemudahan (X ₂)	.346	2.890
Persepsi Keamanan (X ₃)	.421	2.374
Persepsi Perilaku (X ₄)	.463	2.161
Persepsi Kualitas Internet (X ₅)	.419	2.388

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas.

Tabel 10. Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.609	.117		13.775	.000		
	X ₁ = Kegunaan	.125	.033	.169	3.807	.000	.497	2.011
	X ₂ = Kemudahan	.157	.040	.209	3.919	.000	.346	2.890
	X ₃ = Keamanan	.069	.033	.102	2.120	.035	.421	2.374
	X ₄ = Perilaku	.147	.028	.244	5.297	.000	.463	2.161
	X ₅ = Kualitas	.138	.031	.216	4.458	.000	.419	2.388

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heterokedastisitas. Model yang baik adalah model yang variabel independen tidak berpengaruh terhadap nilai absolut residual sehingga bersifat homoskedastisitas. Oleh karena itu, model yang dianalisis memenuhi sifat homoskedastisitas.

Uji Kelayakan Model. Uji kelayakan model dilakukan beberapa tahap, yaitu uji Anova dan Goodness of fit dari model yang dinyatakan dalam uji koefisien determinasi.

Tabel 11. Uji F

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.582	5	7.116	124.662	.000 ^b
	Residual	22.492	394	.057		
	Total	58.074	399			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel 1.11 nilai F hitung sebesar 124,662 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut merupakan model yang fit.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.608	.23893

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dari **Tabel 12** diatas, angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,608. Hal ini berarti bahwa variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Kerahasiaan, Perilaku dan Kualitas Internet mempunyai peranan 60,8% terhadap variabel minat (Y) sedangkan 39,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Uji Hipotesis. Analisis regresi linier bertujuan untuk menganalisis seberapa pengaruh Independen terhadap variabel Dependen. Berikut adalah hasil analisis linier berganda:

Tabel 13. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.609	.177		13.775	.000
1					
Persepsi Kegunaan (X ₁)	.125	.033	.169	3.807	.000
Persepsi Kemudahan (X ₂)	.157	.040	.209	3.919	.000
Persepsi Keamanan (X ₃)	.069	.033	.102	2.120	.035
Persepsi Perilaku (X ₄)	.147	.028	.244	5.297	.000
Persepsi Kualitas Internet (X ₅)	.138	.031	.216	4.458	.000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada **Tabel 13**, terlihat nilai t hitung dengan signifikan lebih kecil 0,05 (alpha 5%). Hal ini berarti menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima secara statistik.

KESIMPULAN

Tabel 14. Kesimpulan Hipotesis

Hipotesis	Nilai t	Signifikan	Kesimpulan
H ₁ Semakin tinggi tingkat kegunaan yang dirasakan oleh nasabah maka nasabah semakin berminat menggunakan fasilitas <i>e-statement</i>	3,807	0,000	Diterima
H ₂ Semakin mudahnya penggunaan fasilitas <i>e-statement</i> yang dirasakan oleh nasabah maka akan semakin tinggi minat nasabah menggunakannya	3,919	0,000	Diterima
H ₃ Semakin terjaminnya keamanan disaat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> maka nasabah akan semakin sering menggunakannya	2,120	0,035	Diterima
H ₄ Semakin tinggi pengetahuan nasabah bahwa penggunaan <i>e-statement</i> tidak rumit maka akan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakannya	5,297	0,000	Diterima
H ₅ Semakin tinggi tingkat kualitas internet yang dirasakan oleh nasabah maka nasabah akan semakin berminat menggunakan fasilitas <i>e-statement</i>	4,458	0,000	Diterima

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Hasil penelitian ini mendukung Teori Davis (1989) dimana *Persepsi Kegunaan* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, karena semakin tinggi kegunaan *e-statement* menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk memakainya dan akhirnya bersikap positif terhadap Minat Nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung Teori Davis (1989) dimana *Persepsi Kemudahan* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, karena semakin mudah *e-statement* akan menyebabkan semakin besar pula keinginan pengguna untuk memakainya serta memotivasi nasabah untuk selalu memanfaatkan fasilitas *e-statement* yang diberikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rahmat (2011). Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa, semakin tingginya nasabah merasakan kenyamanan dan keamanan maka akan menarik minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-statement*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Joni Hendra dan Ahmad Iskandar (2016), dimana berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa, semakin banyak kesempatan yang didapat dalam penggunaan fasilitas *e-statement* maka nasabah akan semakin terbiasa dalam menggunakan fasilitas tersebut tanpa melihat usia, jenis pekerjaan ataupun pendidikannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rahmat (2011), dimana berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa, semakin baik kualitas atau koneksi internet akan semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-statement*.

Tabel 15. Implikasi Manajerial

Hasil Penelitian	Implikasi Manajerial
Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> (H ₁)	Yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan temuan ini antara lain: <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan perlu memberikan edukasi dan sosialisasi kepada para nasabah tentang kegunaan dan manfaatnya secara luas, bisa dengan cara mengiklankannya.
Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> (H ₂)	Yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan temuan ini antara lain: <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan perlu membuat suatu terobosan baru terkait mekanisme <i>e-statement</i> yang standar terhadap semua nasabahnya.
Pengaruh Keamanan terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> (H ₃)	Yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan temuan ini antara lain: <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan dapat memberikan sosialisasi tentang mekanisme kepada nasabah akan tingginya tingkat keamanan yang telah dilakukan BCA.
Pengaruh Perilaku terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> (H ₄)	Yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan temuan ini antara lain: <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan harus meningkatkan media informasi terkait fasilitas-fasilitas mobile banking ataupun internet banking,
Pengaruh Kualitas Internet terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas <i>e-statement</i> (H ₅)	Yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan temuan ini antara lain: <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan harus terus menanamkan budaya peningkatan kualitas layanan terutama dalam hal kerja sama dengan partner atau provider yang ada.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Shomali, S. A., Gholami, R., and Clegg, B. (2008). Internet Banking Acceptance in the Context of Developing Countries : An Extension of the Technology Acceptance Model. European Conference on Management of Technology, Nice, France.

- Bank Indonesia. (2005). Peraturan Bank Indonesia Nomor : 7/7/PBI/2005 Tentang Penyelesaian Pengaduan Nasabah
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol.13 No.5, 319-339
- Djaali. (2007). Buku – Psikologi Pendidikan. Jakarta : Bumi Aksara. Hal.122
- Dian Prasajo, Lantip. (2011). Buku – Teknologi Informasi Pendidikan. Yogyakarta : Gava Media. Hal.4
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Vol.3, Hal.91
- Ghozali, Imam. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Vol.4
- Hamzah B, Uno dan Nina Lamatenggo. (2011). Buku – Teknologi Komunikasi dan Informasi. Jakarta : PT Bumi Aksara. Hal.57
- <https://www.linkedin.com/pulse/evolution-infrastructure-paul-m veillard>. "Evolusi Infrastructur Perbankan". (Diakses pada tanggal 15 Desember 2017)
- Joni Hendra dan Ahmad Iskandar. (2016). Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo. *Jurnal Ecobuss*, Vol.4, No.1
- Kotler dan Keller. (2008). Buku – Manajemen Pemasaran. Jakarta : Airlangga. Hal. 214
- Laporan Tahunan (2017), PT. BCA Tbk, Divisi SLPE, Biro DPC
- Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rahmat (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economic, Business and Accountancy Ventura*, Vol 14, No.2 August 2011, 161-174
- Munir. (2009). Buku – Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung : CV Alfabeta. Hal.31
- Sumadi Suryabrata. (2002). Buku - Psikologi Pendidikan. Jakarta : Raja Grafindo Persada, Hal.68
- Slameto. (2003). Buku – Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta : Rineka Cipta. Hal.57
- Schiffman dan Kanuk. (2008). Buku – Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta : Indeks. Hal.6
- Shan Lu. C.,Lai,K.H.,Cheng.T.C. E. (2006). Adoption of Internet Service in Linier Shipping:An Empirical Study of Shippers in Taiwan. *Transport Reviews*, Vol. 26, No. 2, pp 189–206
- Umar, Husen. (1997). Study Kelayakan Bisnis. Edisi 3. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 – Tentang Perubahan Atas UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan
- Warsita, Bambang. (2008). Buku – Teknologi Pembelajaran : Landasan dan Aplikasinya. Jakarta : Rineka. Hal.135