

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
KARTU KREDIT BANK MEGA (STUDI KASUS PADA  
PENGGUNA KARTU KREDIT BANK MEGA CABANG  
PALEMBANG)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Paulina**

**1620210067**

**STIE MULTI DATA PALEMBANG  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
PALEMBANG  
2020**

## STIE MULTI DATA PALEMBANG

---

Program Studi Akuntansi  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Genap Tahun 2019/2020

### **PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU KREDI BANK MEGA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA KARTU KREDIT BANK MEGA CABANG PALEMBANG)**

**Paulina**

**1620210067**

#### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Kartu Kredit Bank Mega yang ada di Palembang. Sampel yang ditetapkan menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS ver 16.0. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Kartu Kredit Bank Mega. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Kartu Kredit Bank Mega. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Kartu Kredit Bank Mega.

**Kata Kunci:** Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Minat Menggunakan.

**STIE**  
**MDP**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berlangsung sangat cepat dan mencakup semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi hadir memberikan kemudahan bagi orang-orang di era modern ini. Dalam perkembangannya, informasi dan komunikasi juga mendatangkan inovasi dalam transaksi perbankan. Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif, meningkatkan daya beli, sehingga mewajibkan bank untuk terus melakukan inovasi dalam rangka memfasilitasi konsumen dengan mudah. (Sigar, 2016: 499).

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat pola hidup masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi sistem pembayaran yang awalnya hanya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, kini masyarakat mulai menggunakan alat pembayaran nontunai yang lebih efisien dan ekonomis. Karena dengan menggunakan teknologi, pengguna bisa melakukan aktivitas atau transaksi lebih mudah (Ramadani, 2016).

Di Indonesia sendiri saat ini telah menerapkan dua sistem pembayaran yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non tunai

([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Sistem pembayaran tunai dengan menggunakan alat pembayaran berupa uang kartal atau uang tunai. Pada umumnya masyarakat melakukan transaksi menggunakan uang tunai saat membeli barang yang bernominal kecil. Hal tersebut dikarenakan apabila masyarakat cenderung mengalami kesulitan saat membawa uang dan dari segi keamanan uang juga belum tentu terjamin.

Penggunaan uang tunai juga dapat mendorong terjadinya inflasi, semakin banyak uang yang beredar dimasyarakat maka semakin meningkatkan inflasi. Berbeda dengan sistem pembayaran tunai, sistem pembayaran nontunai melibatkan peranan dari lembaga keuangan untuk melakukan transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Penggunaan sistem pembayaran nontunai memberikan kemudahan bagi masyarakat saat melakukan berbagai transaksi. Transaksi nontunai dapat digunakan secara luas di berbagai tempat, mulai dari berbelanja di mall, internet, TV berlangganan, telepon, hingga pembayaran listrik dan air (Tazkiyyaturrohma, 2018).

Pengembangan penggunaan pembayaran non tunai tidak hanya dipisahkan dari pembangunan teknologi tetapi juga mendukung upaya pemerintah mewujudkan *Less Cash Society* (Wulandari, 2016:2). Salah satu upaya pemerintah untuk mewujudkan *Less Cash Society* adalah melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini dirancang oleh Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga

berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang bertransaksi non tunai dengan menggunakan instrument non tunai (*Less Cash Society/LCS*) dalam kegiatan ekoominya (Bank Indonesia, 2014).

Pembayaran nontunai dilakukan dengan menggunakan fasilitas yang telah disediakan oleh pihak bank sebagai alat pembayaran, seperti penggunaan kartu ATM, kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik. Salah satu alat pembayaran yang digunakan masyarakat adalah dengan menggunakan Kartu Kredit. Menurut Kasmir (2014) “Kartu kredit dikeluarkan oleh bank atau lembaga pembiayaan lainnya yang diberikan kepada nasabah untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran dan pengambilan uang tunai”.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Pasal 1 Angka 4 No. 10/8/PBI/2008, kartu kredit adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan untuk melakukan penarikan tunai dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu terpenuhi terlebih dahulu oleh penerbit, pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan pembayaran tersebut pada waktu yang disepakati baik secara sekaligus ataupun secara tidak sekaligus ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Pemegang kartu dapat menggunakan kartu kredit untuk membeli suatu barang atau jasa di tempat-tempat tertentu, dimana pihak penerima kartu telah bekerja sama dengan institute penerbit tersebut. Selain itu, kartu kredit dapat digunakan untuk mengambil uang tunai kapan pun dan berapa pun besarnya

dari institute penerbit atau ATM. Kartu kredit juga dapat digunakan untuk menarik dana tunai secara terus menerus sesuai dengan batas fasilitas yang diberikan oleh penerbit.

Alasan orang menggunakan kartu kredit : yang pertama, menggunakan kartu kredit jauh lebih praktis dengan menggunakan uang tunai ketika akan melakukan transaksi keuangan. Kita tidak perlu repot-repot membawa uang tunai dalam jumlah tertentu ketika akan bepergian. Cukup transaksi dengan kartu kredit, terutama untuk transaksi dengan nilai cukup besar seperti membayar tiket pesawat atau kamar hotel.

Kedua, menghemat pengeluaran. Kita bisa lebih mengontrol pengeluaran karena kartu kredit memiliki batasan limit. Ditambah lagi, saat ini transaksi keuangan banyak yang menawarkan promo dan diskon jika kita menggunakan kartu kredit saat bertransaksi. Seperti ketika kita akan berbelanja di *merchant* yang bekerja sama dengan kartu kredit tertentu. Biasanya diskon yang diberikan bisa mencapai hingga 20%.

Ketiga, bisa mencicil. Tidak semua orang bisa membeli sebuah barang dengan cara membayar lunas. Jika dana yang dimiliki digunakan untuk membayar lunas barang yang akan dibeli, maka kebutuhan bulanan tak akan tercukupi. Seperti, laptop atau ponsel milik kita mengalami kerusakan total dan mau tak mau harus diganti dengan yang baru. Disinilah kartu kredit yang bisa kita gunakan untuk membeli barang tersebut dengan cara mencicil karena dengan mencicil pembayaran, orang bisa memiliki barang atau kebutuhan tertentu.

Keempat, mendapatkan point. Kartu kredit menawarkan banyak point yang bisa ditukarkan dengan berbagai macam hadiah. Seperti, point rewards, point airmiles, cashback, voucher, airport lounge, keanggotaan khusus di klub eksklusif tertentu, dan masih banyak lagi yang bisa kita nikmati. Kita bertransaksi dengan kartu kredit dan mendapatkan point. Jika terkumpul dalam jumlah tertentu, kita bisa menukarkannya menjadi tiket pesawat atau kamar hotel.

Pada hari Rabu, 08 April 2020 PT Bank Mega Tbk menyatakan siap memberikan relaksasi terhadap fasilitas pinjaman bagi debitur yang terdampak pandemi virus corona Covid-19 berupa keringanan pembayaran angsuran. Mengutip surat resmi perseroan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bank yang terafiliasi dengan taipan Chairul Tanjung itu bakal menysasar nasabah dengan kategori pekerja informal atau UMKM dengan nilai kredit dibawah Rp 10 miliar. “Syarat lainnya adalah debitur tidak memiliki tunggakan, atau jika terdapat tunggakan tidak lebih dari 90 hari terhitung hingga 1 April 2020” tulis Bank Mega. Hal ini berpengaruh terhadap kemudahan, manfaat dan kepercayaan. Dimana kemudahan adalah Bank Mega memberikan keringanan pembayaran angsuran, manfaat adalah para debitur bisa menggunakan kartu kredit Bank Mega tanpa harus memikirkan tunggakan, kepercayaan adalah Bank Mega dapat memberikan kepercayaan kepada debitur bahwa kartu kreditnya bisa digunakan.

Peneliti memfokuskan penelitian kartu kredit ini yang ada di Bank Mega. PT. Bank Mega diawali dari sebuah bank umum konvensional yang



bernama PT. Bank Umum Tugu (Bank Tugu) yang berkedudukan di Jakarta. Bank umum didirikan pada tanggal 14 Juli 1990. Pada tahun 2001 bank umum tugu diakuisisi CT Corpora dahulu Para Group melalui Mega Corpora dahulu PT Para Global Investindo dan PT. Para Rekan Investama. Sejak awal para pemegang saham ingin mengonversi bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Keinginan tersebut terlaksana ketika Bank Indonesia mengizinkan Bank Tugu dikonversi menjadi PT. Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) pada 27 Juli 2004. Pengonversian tersebut dicatat dalam sejarah perbankan Indonesia sebagai upaya pertama pengonversian bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Pada 25 Agustus 2004 BSMI resmi beroperasi. Hampir tiga tahun kemudian, pada tanggal 7 November 2007, pemegang saham memutuskan untuk perubahan bentuk logo BSMI ke bentuk logo bank umum konvensional yang menjadi sister company, yakni PT. Bank Mega Tbk, tetapi berbeda warna. Sejak 2 November 2010 sampai dengan sekarang Bank ini berganti nama menjadi PT Bank Mega Syariah.

Komitmen penuh PT Bank Mega Corpora (dahulu PT Para Global Investindo) sebagai pemilik saham mayoritas untuk menjadikan Bank Mega Syariah menjadi Bank syariah terbaik, diwujudkan dengan mengembangkan bank ini melalui dengan pemberian modal kuat demi kemajuan perbankan syariah dan perkembangan ekonomi Indonesia pada umumnya. Penambahan modal dari pemegang saham merupakan landasan utama untuk memenuhi tuntutan pasar perbankan yang semakin meningkat dengan kompetitif.<sup>1</sup>

Dalam upaya tersebut, PT Bank Mega Syariah yang memiliki semboyan “Untuk Kita Semua” tumbuh pesat dan terkendali serta menjadi lembaga keuangan syariah yang berhasil memperoleh berbagai penghargaan dan prestasi.

Seiring dengan perkembangan PT Bank Mega Syariah dan keinginan untuk memenuhi jasa pelayanan kepada masyarakat pada khususnya yang berkaitan dengan transaksi devisa dan internasional, maka pada tanggal 16 oktober 2008 Bank Mega Syariah menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai Bank Syariah yang dapat menjangkau bisnis yang lebih luas lagi bagi domestik maupun internasional.

Dalam upaya mewujudkan kinerja sesuai dengan nama yang disandangnya PT Bank Mega Syariah selalu berpegang pada asas keterbukaan dan kehati-hatian. Di dukung beragam produk dan fasilitas perbankan terkini, PT Bank Mega Syariah terus tumbuh dan berkembang hingga saat ini memiliki 394 kerja dengan komposisi : 8 kantor cabang, 13 kantor cabang pembantu, 49 Gallery Bank Mega Syariah, dan 324 kantor Mega Mitra Syariah (M2S) yang terbesar di Jabotabek, Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi. Dengan menggabungkan profesionalisme dan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya, PT Bank Mega Syariah hadir untuk mencapai visi “Bank Syariah Yang Tumbuh dan Sejahtera Bersama Bangsa”.

Pada tanggal 8 April 2009 Bank Mega Syariah memperoleh izin dari

departemen Agama Republik Indonesia (Depag RI) sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH). Dan demikian juga, bank ini menjadi Bank umum kedelapan sebagai BPS BPIH yang tersambung secara online dengan sistem komputerisasi Haji terpadu Depag RI. Izin ini tentunya menjadi landasan baru bagi Bank Mega Syariah untuk semakin melengkapi kebutuhan perbankan syariah umat Indonesia. ([www.bankmega.com](http://www.bankmega.com))

Berikut tabel 1.1 perkembangan pengguna kartu kredit Bank Mega Tahun 2016-2019:

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Pengguna Kartu Kredit Bank Mega Tahun 2016-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kartu</b>	<b>Nilai Transaksi</b>
2016	1.903	46.715.000
2017	2.249	62.285.000
2018	2.681	69.200.000
2019	2.941	77.850.000

Sumber : [www.bankmega.com](http://www.bankmega.com) , 2020

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa pengguna kartu kredit terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan ini tentu dapat dijadikan sebagai indikator bahwa sebagian dari masyarakat merasakan semakin pentingnya kartu kredit sebagai alat pembayaran dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan seperti kemudahan, manfaat, dan kenyamanan. Namun demikian, Bank Indonesia juga mendapatkan laporan-laporan terkait penggunaan kartu kredit oleh masyarakat, selaku otoritas yang memiliki kewenangan dibidang pengaturan, perizinan, dan pengawasan atas penyelenggaraan kartu kredit, maka Bank Indonesia berkepentingan memberikan perlindungan bagi

pengguna kartu kredit dan aturan main bagi penerbit kartu kredit yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 14/2/PBI/2012 tentang alat pembayaran menggunakan kartu.

Peraturan Bank Indonesia tersebut mengatur mengenai besaran bunga kredit, pengaturan penggunaan *debt collector*, informasi yang harus diketahui oleh pengguna kartu kredit, seperti besaran pendapatan perbulan dan usia konsumen. Munculnya peraturan-peraturan tersebut diharapkan mampu meminimalisir masalah-masalah yang dapat timbul akibat penggunaan kartu kredit itu sendiri. Selain itu, peraturan tersebut juga dimaksudkan untuk memberikan sanksi bagi mereka yang melakukan tidak bertanggung jawab atas penggunaan kartu kredit. Semua ini dilakukan agar penggunaan kartu kredit di Indonesia menjadi maksimal dan memberikan keuntungan bagi pengguna dan manajemen keuangan juga semakin meningkat (Asbar, 2014:604).

Menurut (Ingene dan Levy, 1982) alasan seseorang lebih memilih untuk menggunakan kartu kredit dari pada membayar dengan uang tunai dalam melakukan transaksi, ada tiga alasannya:

Pertama, karena pemegang kartu kredit membutuhkan kredit untuk mampu membeli barang atau jasa yang dibutuhkan maupun yang diinginkan. Kedua, pemegang kartu kredit ingin memanfaatkan kenyamanan untuk tidak perlu membawa banyak uang tunai. Ketiga, pemegang kartu kredit merupakan orang yang memahami keuntungan yang diperoleh dari membeli sekarang dan membayar kemudian karena pemegang kartu kredit merupakan

orang yang sangat perhitungan.

Kemunculan kartu kredit menjadi menarik hingga saat ini. Masyarakat dengan penghasilan yang tinggi memiliki kehidupan menengah keatas tentu memilih untuk menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran dalam kegiatan berbelanja, termasuk mereka yang memang senang berbelanja maupun yang senang *traveling*. Bagaimana tidak, kartu kredit menawarkan berbagai keuntungan yang membuat masyarakat menjadi senang menggunakannya, seperti diskon, *reward*, promo dan lain sebagainya. ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), 18 Februari 2020)

Hal ini tentu akan berdampak pada pola konsumsi masyarakat pada umumnya. Dampak penggunaan kartu kredit terhadap pola konsumsi masyarakat yaitu munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang tidak mendasari pembelian tersebut sesuai dengan kebutuhan, hanya semata-mata untuk kepuasan maupun kesenangan sehingga menyebabkan pengeluaran dana yang berlebihan. Perilaku inilah yang terjadi jika pengguna kartu kredit tidak melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan sebelum menggunakan kartu kredit. pada kebanyakan kasus penggunaan kartu kredit, hal demikian memang sering terjadi karena kartu kredit sendiri memiliki sifat kredit, dimana seseorang dapat membeli apapun yang diinginkan dengan membayar secara cicil (Sumartono, 2002).

Keadaan tersebut yang kini memunculkan masalah seperti adanya pembayaran kartu kredit yang macet, yaitu suatu kondisi dimana pemilik kartu kredit tidak mampu membayar tagihan pembayaran tepat waktu dan

melakukan penunggakan. Selain itu, masalah lain adalah adanya pembobolan kartu kredit oleh orang lain dan juga biaya-biaya transaksi diluar sepengetahuan pengguna kartu kredit. Oleh karena itu, perilaku penggunaan kartu kredit harus didukung oleh pengetahuan keuangan yang baik dan perencanaan yang matang agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan. Selain itu, muncul berbagai macam uang elektronik yang juga dijadikan sebagai alat pembayaran nontunai telah menggeser kartu kredit, sehingga jumlah kartu kredit pun menjadi menurun. Meski demikian kartu kredit sebenarnya memberikan berbagai kemudahan, manfaat, dan kepercayaan dalam penggunaan.

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010:180). Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan mengenai benda, aktivitas atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu untuk pilihannya. Meskipun minat membeli tidak harus diakhiri dengan keputusan pembelian (Gunawan, 2010).

Menurut (Hartono, 2007:114) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Instesitas kemudahan penggunaan dan interaksi antara penggunaan dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Penggunaan kartu kredit sebagai pengganti uang tunai dalam alat pembayaran akan dianggap mudah digunakan jika tidak ada upaya yang diperlukan untuk menggunakannya dan juga mudah untuk mempelajari bagaimana

menggunakannya.

Menurut (Davis, 1989) manfaat penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan atau keadaan seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi mengenai manfaat ini berdasarkan definisi dari kata berguna yaitu dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.

Manfaat dan kemudahan yang dipersepsikan terhadap penggunaan kartu kredit oleh konsumen akan membentuk sikap untuk menerima atau menolak penggunaan kartu kredit tersebut, yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kartu kredit atau tidak menggunakannya. Dengan demikian untuk meningkatkan penggunaan kartu kredit, maka manfaat serta kemudahan dari kartu kredit itu sendiri juga perlu ditingkatkan.

Menurut (Jamshidi dan Rezai, 2012:56) kepercayaan dari pelanggan didefinisikan salah satu faktor yang menunjukkan bahwa kepercayaan termasuk indikator yang signifikan dalam penggunaan kartu kredit. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu, karena percaya bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Kepercayaan dapat diuji dari keyakinan konsumen tentang kinerja dan kemampuan kartu kredit Bank Mega. Dalam pengenalan kartu kredit dengan adanya sebuah kepercayaan dari konsumen maka akan terjadinya peningkatan dalam pemakaian kartu kredit Bank Mega.

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Membentuk kepercayaan konsumen merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Apabila kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kepercayaan timbul ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan (Prasetyo, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Habsari Candraditya dan Idris, 2013) yang berjudul *Analisis Penggunaan Uang Elektronik*. Peneliti tertarik untuk meneliti minat menggunakan salah satu uang elektronik yaitu Flazz BCA di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Pengaruh minat menggunakan yang diteliti dalam penelitian ini antara lain pengetahuan produk, manfaat, serta kesesuaian harga saldo minimum untuk menggunakan produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kesesuaian harga dan manfaat memiliki pengaruh secara positif terhadap minat menggunakan. Sedangkan pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan kartu Flazz BCA.

Penelitian yang dilakukan oleh (Chahal et al, 2014) yang berjudul *Moderating Role of Perceived Risk in Credit Card Usage and Experience Link*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan kartu kredit berpengaruh positif dan secara signifikan diprediksi oleh persepsi manfaat,



persepsi kemudahan, rasa aman, kesadaran citra.

Penelitian yang dilakukan oleh (Supriya, 2010) yang berjudul *Impersonalisation of Electronic Money: Implications for Bank Marketing*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk, promosi, kepercayaan, manfaat, berpengaruh positif dan signifikan terhadap faktor sosial dan budaya di Australia.

Penelitian yang dilakukan oleh (Juwaheer dan Madoo, 2014) yang berjudul *Mapping the Hidden Constructs towards the Adopyion of Plastic Cards in Mauritius*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan positif yang kuat antara manfaat, risiko dan status sosial terhadap adopsi kartu plastik. Dan terdapat hubungan positif yang kuat antara adopsi kartu plastik terhadap niat menggunakan kartu plastik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mentayani, Rusmanto, Rahmiati, 2016) yang berjudul *Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan teknologi informasi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan baik secara parsial terhadap pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Internet Banking.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu Bunga Lestari, 2017) yang berjudul *Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat responden terhadap kepemilikan kartu kredit masih sangat rendah. Hal ini terlihat dari hasil penelitian bahwa

hanya sebesar 17% responden yang menyatakan berminat terhadap kartu kredit.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indrawan Firdauzi, 2017) yang berjudul Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan finansial, kemudahan, dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis ingin melakukan penelitian dan membuat penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU KREDIT BANK MEGA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA KARTU KREDIT BANK MEGA CABANG PALEMBANG)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan diatas, maka permasalahan yang dirumuskan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit?
2. Bagaimana Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit?
3. Bagaimana Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan

Kartu Kredit?

4. Bagaimana Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas maka penulis memberikan batasan penjelasan mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan kartu kredit. Penelitian ini dilakukan di Kantor Bank Mega Cabang Palembang dengan Nasabah yang menggunakan Kartu Kredit sebanyak 100 responden.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit.
2. Mengetahui Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit.
3. Mengetahui Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit.
4. Mengetahui Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan secara simultan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengembangkan teori ilmu akuntansi khususnya dalam bidang sistem informasi akuntansi yang berkaitan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM).

### 2. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari penelitian yang dilakukan dengan cara penulis bisa mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan berlangsung.

### 3. Manfaat Bagi Bank Mega

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi Bank Mega untuk menambah informasi dan dapat menjadi pertimbangan bagi nasabahnya dalam memilih atau menggunakan produk-produk yang disediakan oleh Bank.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan ini terdiri dari beberapa bab, meliputi:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang berisi teori Technology Acceptance Model (TAM), Pengertian SIA, Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, serta Minat Menggunakan, Penelitian terdahulu, Uraian dan gambaran mengenai kerangka pemikiran dari penulis, dan Hipotesis yang ingin di uji.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Penulis akan membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, teknik pengambilan sampel yang berisi populasi dan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penulis akan membahas mengenai hasil penelitian dan pengolahan terhadap data yang diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, diambil kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian, serta memberikan saran-saran yang dapat digunakan untuk memperbaiki masalah yang ada.

**STIE**  
**MDP**

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah*.
- Afghani, Moh. Faqih, dan Yulianti, Emma. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank BRI Surabaya*. *Journal of Business and Banking*. 6(1) ISSN 2088-7841: 113-128.
- Ahmad, dan Pambudi. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI)*. *Jurnal Studi Manajemen*. 8(1) P-ISSN: 1907-4824, E-ISSN: 2541-2655: 1-11.
- Alalwan, Ali Abdallah, Dwivedi, Yogesh K, dan Rana, Nripendra P. 2017. Factors Influencing Adoption Of Mobile Banking By Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 With Trust. *International Journal of Information Management*. 37: 99-110.
- Amanullah, Bastian. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anastasia, D., & Lilis, S. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi, Perancangan, Prosedur, dan Penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Arikunto, Suarsmi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azizi, Muamar. 2016. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking Pada Pt Bank BNI Syariah Kec. Yogyakarta*. Skripsi S1.
- Bank Indonesia. 2014. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/Pbi/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/Pbi/2009 Tentang Uang Elektronik*. <http://www.bi.go.id>.

- Bank Mega. 2020. *Perkembangan Pengguna Kartu Kredit Bank Mega*, Diakses dari [www.bankmega.com](http://www.bankmega.com).
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta : Kencana.
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja
- Gunawan, Andrew 2014, *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Nominal/Vol.III No. 2/ Tahun 2014, Diakses tanggal 1 Agustus 2017, dari [journal.uny.ac.id](http://journal.uny.ac.id).
- Hapsara, R. F. 2015. Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura). *Naskah Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah*. Surakarta.
- Imam Ghazali. 2013. *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, B.A., Budi D., Istiqlaliyah M. (2017). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No. 1, Januari 2017. DOI : 10.17358/JABM.3.1.143
- Manamping, A.S., Tumbuan, W.J.A.F., dan Wenas, R.S. 2016. Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK. Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 2, Juni 2016. Hal 164- 176. ISSN : 2303-1174.
- Mentayana, I., Rusmanto dan Rahmiati. 2016. Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2, September 2016.
- Mongi, L., Lisbeth M dan Agusta R. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, Desember 2013. Hal: 2336-2346.
- Mujilan, Agustinus 2012, *Sistem Informasi Akuntansi Teori dan Wawasan di Dunia Elektronik*. Diklat. Universitas Widya Mandala, Madiun
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. 2004. SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36 (4), 717-731.



Sigh, Supriya. 2010. "Impersonalisation of Electronic Money: Implications for Bank Marketing", *Journal of Bank Marketing*. Vol. 22, No.7, h.504-521.

Suhud, S. P. 2015. *Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individu Pegawai Distro di Kota Bandung*. Retrieved Juli 26, 2018, from <http://eprints.undip.ac.id>.

Sulistiyarini, Suci 2014, Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Diakses tanggal 2 Agustus 2017, dari [jimfeb.ub.ac.id](http://jimfeb.ub.ac.id).

Teoh, Wendy Ming-Yen and Chong, Siong Choy. 2013 "Factor Affecting Consumers' Perception of Electronic Payment: An Empirical Analysis". *International Journal of Accounting*. pp:465-485

Togar Alam dan Okky Kartavianus, 2014. "A Structural Equations Modeling of Purchasing Decision Through E-Commerce" *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.pp:358-364