

## BAB II

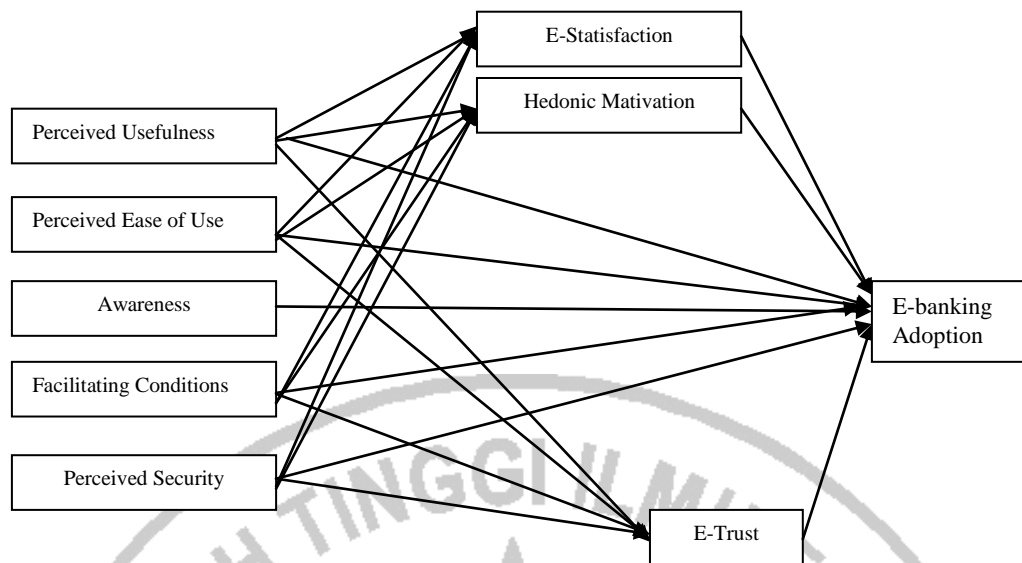
### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang mengambil topik pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko nasabah terhadap penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman penelitian oleh peneliti meliputi :

1. Maruf *et al* (2016)

Penelitian ini mengambil topik tentang *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria*. Tujuan dari penelitian ini untuk menyelidiki faktor-faktor yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi *e-banking* di Negeria. Penelitian terdahulu dari Maruf *et.al* (2016) lokasi penelitiannya bertempat di Nigeria. Jumlah responden 30, teknik sampling menggunakan *purposive sampling* Penelitian ini telah kritis melihat isu-isu kegunaan, kemudahan penggunaan, kesadaran, keamanan dan memfasilitasi kondisi yang memiliki efek langsung dan tidak langsung pada adopsi *e-banking* melalui pengaruh e-kepuasan, e-kepercayaan dan motivasi hedonis. Kerangka penelitian dan hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan kerangka konseptual ialah dikembangkan dengan tujuan menjelaskan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi *e-banking* terutama dinegara berkembang. Kerangka konseptual berdasarkan 9 variabel, sebagai berikut pada Gambar 2.1 :



Sumber: *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria* Maruf *et al* (2016)

Gambar 2.1  
KERANGKA PENELITIAN MARUF *et al* (2016)

Studi ini telah membuat kontribusi untuk teori melalui kerangka konseptual, studi tersebut juga akan membantu dalam peningkatan adopsi *e-banking* terutama di negara-negara berkembang. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Pada penelitian sekarang variabel yang digunakan adalah kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko terhadap penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya, sedangkan pada penelitian terdahulu variabel yang digunakan adalah *e-banking* adoption, kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, memfasilitasi kondisi, kesadaran, kepuasan, kepercayaan, motivasi hedonis.
- b. Populasi penelitian sekarang ialah nasabah Bank BRI di Surabaya penggunaan *e-banking* sedangkan penelitian terdahulu penggunaan *e-banking* di Nigeria.
- c. Periode yang digunakan dalam penelitian sekarang adalah bulan Maret sampai

dengan Juli tahun 2016, sedangkan dalam penelitian Maruf *et al* Januari tahun 2016. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

a. Variabel yang digunakan peneliti sekarang adalah kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko terhadap penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya ada beberapa variabel yang sama dengan peneliti terdahulu ialah *e-banking* kepercayaan.

b. Periode yang digunakan peneliti sekarang bulan Maret sampai dengan Juli tahun 2016 untuk peneliti terdahulu juga dengan tahun yang sama pada tahun 2016.

## 2. Wadie Nasri (2011)

Penelitian ini mengambil topik tentang *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan internet banking di Tunisia. Penelitian terdahulu dari Wadie nasri lokasi penelitiannya di Tunisia. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Periode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah agustus 2011. responden sebesar 95 nasabah online servis dan 158 nasabah non pengguna. Sebuah model teoritis yang disediakan, dikonsep dan menghubungkan berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi dari internet banking. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Karakteristik demografi, yang dimaksud karakteristik demograsi ialah seperti jenis kelamin, usia dan pekerjaan apakah memiliki pengaruh signifikan pada adopsi internet banking di Tunisia.

- b. Kenyamanan, apakah kenyamanan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking di Tunisia.
- c. Pengetahuan internet sebelumnya apakah memiliki efek positif pada adopsi internet banking di Tunisia.
- d. Persepsi keamanan apakah memiliki efek positif pada adopsi internet banking di Tunisia.
- e. Persepsi resiko, apakah resiko yang rendah memiliki dampak positif terhadap kemungkinan nasabah untuk mengadopsi internet banking di Tunisia.
- f. Informasi tentang internet banking, apakah informasi ke pada nasabah memiliki efek positif pada adopsi internet banking.

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor yang mana yang lebih berpengaruh atas adopsi internet banking di Tunisia. Data terdiri dari 95 nasabah online servis 37,5% dan 158 nasabah non pengguna 62,5%. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kenyamanan yang dirasakan, persepsi resiko, keamanan dan pengetahuan tentang internet banking semua memiliki efek signifikan pada perilaku nasabah untuk menggunakan internet banking.

Penelitian Wadie nasri (2011) kenyamanan adalah indikator yang lebih penting untuk mengadopsi internet banking. Persepsi resiko, kenyamanan dan pengetahuan sebelum menggunakan internet banking juga merupakan faktor penting untuk mempengaruhi nasabah mengadopsi internet banking setelah kenyamanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan internet banking

sangat penting untuk merencanakan dan mempromosikan inovasi baru dari perbankan. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Pada penelitian sekarang variabel yang digunakan adalah kepercayaan, kemudahan, dan persepsi resiko terhadap penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya, sedangkan pada penelitian terdahulu variabel yang digunakan adalah adopsi internet banking terhadap karakteristik demografi, kenyamanan, pengetahuan, persepsi keamanan, persepsi resiko, informasi tentang online servis.
- b. Populasi penelitian sekarang ialah nasabah penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya sedangkan penelitian terdahulu nasabah pengguna yang berniat dan yang sudah menggunakan internet banking
- c. Banyaknya responden pada penelitian sekarang adalah 100 responden nasabah bank BRI di Surabaya yang menggunakan *e-banking*, sedangkan pada penelitian terdahulu responden sebesar 95 nasabah online servis dan 158 nasabah non pengguna di Tunisia.
- d. Periode yang digunakan dalam penelitian sekarang adalah bulan Maret sampai dengan Juli tahun 2016 sedangkan dalam penelitian terdahulu adalah Agustus 2011.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan peneliti sekarang adalah kepercayaan, kemudahan, persepsi resiko terhadap penggunaan *e-banking* bank BRI di Surabaya sama dengan peneliti terdahulu ialah persepsi resiko.

Berikut ini adalah perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang pada

Tabel 2.1 :

Tabel 2.1  
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DAN PENELITIAN  
SEKARANG

Keterangan	Penelitian I Maruf <i>et al</i> (2016)	Penelitian II Wadie Nasri (2011)	Penelitian Sekarang Wisda Dewi Sartika Baso (2016)
Judul	<i>The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria</i>	<i>Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia</i>	Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan persepsi resiko nasabah terhadap pengguna <i>e-banking</i> bank BRI di Surabaya
Variabel Terikat	Adopsi <i>e-banking</i>	Adopsi layanan internet banking	Penggunaan <i>e-banking</i> bank BRI di Surabaya
Variabel Bebas	Kegunaan , persepsi kemudahan penggunaan, keamanan ,fasilitasi kondisi, kesadaran, kepuasan, kepercayaan, motivasi hedonis	Karakteristik demografi, Kenyamanan, Pengetahuan internet, Persepsi keamanan, resiko, Informasi tentang internet banking	kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko
Lokasi	Nigeria	Tunisia	Surabaya (Indonesia)
Alat Uji	SPSS	SPSS	SPSS
Instrumen data	Kuisisioner	Kuisisioner	Kuisisioner
Jumlah Responden	30	253	100
Teknik sampling	Purposive sampling	Purposive sampling	Purposive sampling
Hasil	Mengatasi tantangan dengan kritis melihat ke masalah kegunaan, dirasakan kemudahan penggunaan, kesadaran, dirasakan kondisi keamanan dan fasilitasi yang memiliki efek langsung dan tidak langsung pada adopsi <i>e-banking</i> e-kepuasan, e-kepercayaan dan motivasi hedonis.	kenyamanan yang dirasakan, persepsi risiko, keamanan dan pengetahuan internet sebelum semua memiliki efek signifikan pada niat perilaku untuk menggunakan perbankan online	

Sumber : Maruf *et al* (2016) dan Wadie Nasri (2011)

## **2.2 Landasan Teori**

Pada penelitian ini terdiri dari beberapa variabel yang menjadi landasan teori. Penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko, alasan dari penggunaan variabel tersebut ingin mengetahui penuh secara langsung antara pengaruh kepercayaan terhadap pengguna *e-banking*, pengaruh kemudahan terhadap *e-banking* dan pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan *e-banking*. Dengan sub tersebut diuraikan teori-teori yang nantinya akan mendukung dan dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis dalam penelitian ini.

### **2.2.1. Penggunaan *E-banking***

Menurut Maryanto Supriyono (2010: 65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras maupun perangkat lunak, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *e-banking* mengalami peningkatan pesat kemudahan yang ditawarkan *e-bankin*, efisiensi waktu dan nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk bertransaksi cukup menggunakan *e-banking* dimana saja kapan saja.

*E-banking* memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah dan bank. Manfaat bagi nasabah ialah *e-banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk beberapa produk *e-banking* nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan laptop atau perangkat mobile seperti telepon seluler yang dapat

dibawa kemana saja selama berhubungan dengan jaringan internet. Adapun manfaat bagi bank, *e-banking* meningkatkan pendapatan berbasis komisi *fee based income* dan mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan layanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik dan lainnya (Nelson Tampubolon, 2015: 5-6)

1. Jenis transaksi *e-banking*

1. Transfer dana atau pemindahan dana
2. Pengecekan informasi (cek saldo, transaksi, dan lain-lain )
3. Melakukan transaksi pembayaran (kartu kredit, listrik, dan lain-lain )
4. Melakukan transaksi pembelian (pulsa telepon, pulsa PLN, dan lain-lain)

Berikut ini adalah beberapa produk yang termasuk dalam penggunaan *e-banking* :

1. *Automated Teller Machine* (ATM)

ATM merupakan suatu terminal/mesin computer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari teller ataupun petugas bank. Sesuai dengan perkembangan teknologi ada tiga tipe ATM yaitu mesin ATM yang hanya melayani transaksi non tunai, mesin ATM yang melayani transaksi penyetoran uang tunai *cash deposit mashine* atau CDM dan mesin ATM yang dapat melayani semua transaksi transaksi non tunai dan penyetoran tunai *cash deposit mashine* atau CDM (Nelson Tampubolon, 2015: 6-7). Melalui ATM, nasabah dapat mengakses rekeningnya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, yaitu



transaksi penarikan uang tunai dan non tunai, seperti pengecekan saldo, pembayaran berbagai macam tagihan, pembelian pulsa dan lainnya.

## 2. *Internet banking*

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui website milik bank. Fitur layanan internet banking antara lain adalah informasi umum rekening tabungan, giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, pembelian tiket, penempatan deposito, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs dan berbagai macam pembayaran misalnya pembayaran listrik, pembayaran telpon, internet, tv kabel, asuransi dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

## 3. *SMS banking*

SMS banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS *Short Message Service*. Fitur SMS banking diantara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, berbagai macam tagihan yaitu listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, pembelian tiket dan pulsa dan berbagai macam transaksi lainnya. Untuk mendapatkan menggunakan SMS banking nasabah harus mendaftarkan diri dan mendaftarkan nomor ponsel terlebih dahulu ke bank serta mendapatkan password.

## 4. *Mobile banking*

*Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile

banking juga dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM *Subscriber Identity Module* card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Fitur layanan mobile banking antara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran berbagai macam tagihan yaitu tagihan listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, berbagai macam pembelian pulsa dan tiket dan berbagai macam transaksi lainnya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Maruf *et al*, 2016)

1. *E-banking* Bank BRI membantu nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara privasi
2. *E-banking* berguna dalam mengelola kegiatan keuangan nasabah
3. Nasabah menggunakan *e-banking* Bank BRI karena tersedia 24 jam
4. Dengan menggunakan *e-banking* Bank BRI nasabah tidak perlu membawa sejumlah uang tunai.

### **2.2.2 Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan adalah dasar dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Hatane, 2012: 35). Kepercayaan yang dimaksud disini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. hal yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan disini adalah apabila akan menggunakan *e-banking*. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara operasional perbankan agar kepercayaan nasabah semakin tinggi. Selain itu

dikarenakan pula bahwa kepercayaan berpengaruh besar pada niat dari nasabah penggunaan untuk menggunakan layanan *elektronic banking*.

Kusmayadi dalam Maya Angela (2014:15) mengungkapkan bahwa, terdapat beberapa indikator dalam variabel kepercayaan yaitu antara lain ialah:

1. Kehandalan

Kehandalan ialah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada para nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Kepedulian

Kepedulian adalah merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi atau menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah pengguna layanan.

3. Kredibilitas

Kredibilitas adalah penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya oleh nasabah.

Dalam penelitian terdahulu, variabel ini diukur melalui tingkat kepercayaan nasabah itu sendiri, komitmen dari penyediaan layanan dan keputusan yang diambil oleh nasabah (Maruf *et al*, 2016: 60). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Maruf *et al*, 2016)

1. Nasabah akan merasa aman untuk bertransaksi dan mendapatkan informasi tentang pengiriman nomor rekening, kode pin dan lainnya melalui *e-banking* Bank BRI
2. Nasabah percaya teknologi bank akan memberikan layanan perbankan online
3. Secara keseluruhan nasabah percaya akan bank.

### 2.2.3. Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007 : 115). Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan sistem informasi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007: 129).

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Maruf *et al*, 2016: 59)

1. Nasabah percaya bahwa belajar menggunakan & mengoperasikan *e-banking* lebih mudah
2. Nasabah percaya bahwa proses penggunaan *e-banking* sangatlah mudah untuk diingat.
3. Sangat mudah bagi nasabah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan perbankan secara online.
4. Instruksi dari perbankan online yang sangat jelas dan tidak memerlukan tambahan bantuan.
5. Nasabah dapat dengan mudah mengingat kata sandi dan kode lainnya ketika beroperasi di layanan perbankan online.

### 2.2.4. Persepsi Resiko

Persepsi resiko adalah suatu persepsi-persepsi nasabah tentang ketidak pastian

dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang terjadi dalam melakukan suatu kegiatan Jogiyanto dalam Hadyan Farizi et.al (2014:6). Dalam hal ini penggunaan layanan *e-banking* pada nasabah tidak lepas pada persepsi tentang ketidak pastian dan konsekuensi hal buruk yang terjadi, contohnya gangguan pada jaringan ketidak setabilan jaringan internet maraknya pembobolan ATM, terlebih lagi resiko yang memang cukup besar dalam penggunaan layanan *e-banking* ialah ancaman *hacker* dan penyalahgunaan rekening nasabah dan resiko-resiko transaksi lainnya pada penggunaan *e-banking*, jika tidak dilindungi dengan sistem proteksi yang memadai dan dengan perlindungan berlapis maka hal ini akan menjadi ancaman serius bagi pihak perbankan, hal ini mengakibatkan nasabah enggan melakukan transaksi menggunakan *e-banking*.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Wadie Nasri, 2011: 8)

1. Resiko penipuan untuk transaksi *e-banking* Bank BRI rendah
2. Merasa bebas untuk mengirimkan informasi pribadi secara *online* melalui *e-banking*
3. Memiliki keyakinan dalam keamanan jaringan transaksi *online* melalui *e-banking*.

### **1.2.5 Penggunaan (Adopsi) *E-banking***

Adopsi adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam Konteks *e-banking* akan mempengaruhi keputusan nasabah apakah akan terus menggunakan *e-banking* atau memutuskan untuk tidak menggunakannya. Faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi *e-banking* dapat dilihat melalui 3 pendekatan yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Theory of Reasoned Action (TRA)*

dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam TRA dipengaruhi dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap *attitude towards behavior* dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subyektif *subjectives norms*. *Attitude towards behavior* di definisikan sebagai perasaan positif dan negatif individu tentang melakukan perilaku yang lebih mengarah kepada perilakunya. Sedangkan *subjectives norms* didefinisikan sikap terhadap objek yang merupakan perasaan seseorang terhadap benda atau objek (Ari Mubiyantoro, 2013 : 4). Metode yang kedua yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Ari Mubiyantoro, 2013:3) sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Dalam TAM manfaat dan kemudahan penggunaan dipercaya akan mempengaruhi sikap yang pada akhirnya berdampak pada minat perilaku untuk menggunakannya. Niatan untuk menggunakan *e-banking* akan muncul ketika seorang nasabah memiliki sikap positif berupa penerimaan terhadap *e-banking* dalam menyelesaikan transaksi keuangan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Al-Somali *et al*, 2008 :4) :

1. Berniat untuk terus menggunakan *e-banking*
2. Akan menyarankan orang lain untuk menggunakan *e-banking*
3. Akan menggunakan *e-banking* untuk menangani transaksi keuangan dimasa yang akan datang.

### **2.2.6 Pengaruh Antar Variabel**

Peneliti ingin mengetahui pengaruh antar variabel antar lain adalah : pengaruh

kepercayaan terhadap layanan *e-banking*, pengaruh kemudahan penggunaan terhadap layanan *e-banking*, pengaruh persepsi resiko terhadap Penggunaan *e-banking*.

### **2.2.7 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-Banking**

Kepercayaan merupakan yang paling penting yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *e-banking*. Ketika nasabah menggunakan *e-banking* untuk bertransaksi dan mendapatkan informasi rekening berarti nasabah sudah percaya pada layanan dan fitur pada *e-banking* yang digunakan dapat sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Dikemukakan oleh (Datta Soroj, 2010: 1-6) variabel ini diukur melalui tingkat kepercayaan nasabah itu sendiri, komitmen dari penyediaan layanan dan keputusan yang diambil oleh nasabah. Dengan adanya kepercayaan dari nasabah penggunaan *e-banking*, akan mempengaruhi meningkatnya penggunaan *e-banking*.

### **2.2.8 Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Banking**

Kemudahan penggunaan layanan yang ditawarkan oleh bank sangatlah penting jika layanan tersebut dirasa sulit untuk dioperasikan atau digunakan maka nasabah akan enggan menggunakan layanan tersebut. Kemudahan penggunaan *e-banking* dirasa sangat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan secara *online*. Oleh karena itu kemudahan akan mempengaruhi penggunaan *e-banking*.

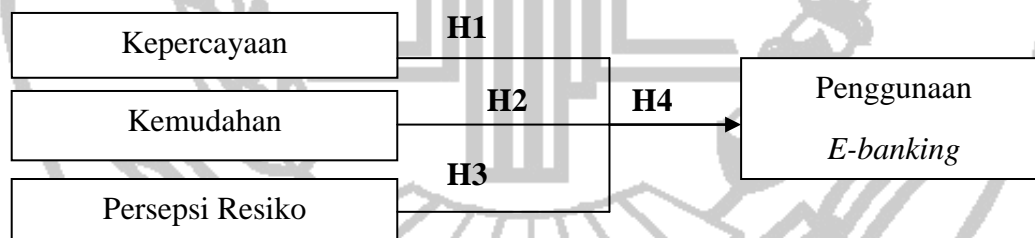
### **2.2.9 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan E-Banking**

Persepsi resiko yang dimaksud adalah suatu persepsi nasabah tentang ketidakpastian suatu kejadian yang tidak diinginkan terjadi dalam suatu kegiatan

transaksi yang dilakukan nasabah, jika dirasa tidak nyaman dan tidak aman untuk digunakan, nasabah tidak akan menggunakan layanan tersebut. Persepsi resiko yang dirasakan nasabah berperan penting dalam menggunakan *e-banking* membuat nasabah percaya dan akan menggunakan serta memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh bank. Maka semakin kecil persepsi resiko yang dirasakan nasabah akan meningkatkan penggunaan *e-banking*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah dalam pemahaman penelitian ini, peneliti memberikan suatu kerangka pemikiran terhadap variabel independen kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko dengan variabel dependen Penggunaan *e-banking* yang akan diteliti yang ditunjukkan pada Gambar 2.2 sebagai berikut :



Gambar 2.2  
KERANGKA PEMIKIRAN

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya



- H2 : Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya
- H3 : Persepsi resiko berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya
- H4 : Kepercayaan, kemudahan, dan Persepsi resiko bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya

