

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini, peneliti menggunakan dua jurnal yang digunakan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian ini. Jurnal yang pertama yaitu dari hasil penelitian Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi yang berjudul *“Determinants of Internet Banking Adoption among Customer of Commercial Banks : An Empirical Study in the Jordanian Banking”*. Dan jurnal yang ke dua berasal dari penelitian Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin yang berjudul *“Security, Risk, and Trust Individuals Internet Banking Adoption : An Integrated Model”*

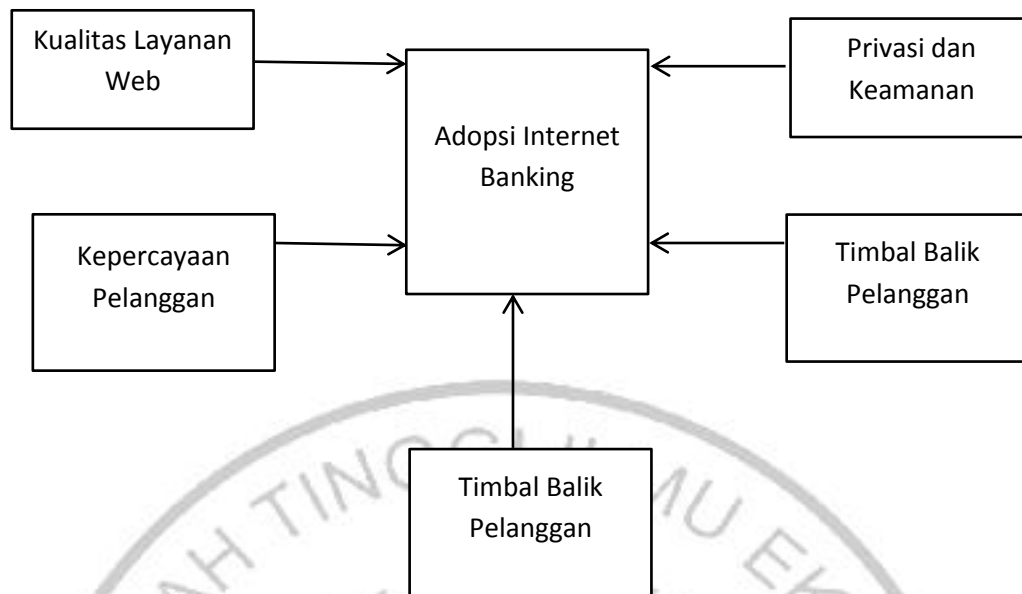
2.1.1 Penelitian Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)

Penelitian dari Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi ini berjudul *“Determinants of Internet Banking Adoption among Customer of Commercial Banks : An Empirical Study in the Jordanian Banking”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki adopsi internet banking oleh nasabah bank komersial Yordania dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan, persepsi kemudahan , kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan umpan balik pelanggan memiliki dampak yang signifikan pada adopsi internet banking. Penelitian tersebut dilakukan terhadap 476 pelanggan yang memiliki rekening di tiga belas bank komersial lokal yang menggunakan internet di Yordania.

Kuisioner digunakan untuk menaring data primer. Rotasi analisis-varimax faktor digunakan untuk menentukan dimensi penelitian. Sedangkan regresi sederhana digunakan untuk menentukan pengaruh relative privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan umpan balik pelanggan internet banking. Hasil dari penelitian ini adalah variabel privasi yang dirasakan, keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan memiliki hubungan positif signifikan terhadap variabel terikat adopsi internet banking, umpan balik pelanggan memiliki hubungan negative terhadap adopsi internet banking.

Persamaan penelitian dari Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website, serta sama-sama memiliki variabel dependen yaitu adopsi internet banking.

Perbedaan penelitian Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel independennya. Penelitian sekarang menggunakan variabel independen kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan, kualitas layanan website, sedangkan pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel independen umpan balik pelanggan. Terdapat perbedaan pula pada lokasi penelitiannya, penelitian Hussein dilakukan di Yordania sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Surabaya Indonesia. Berikut adalah kerangka penelitian Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)



Sumber : Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)

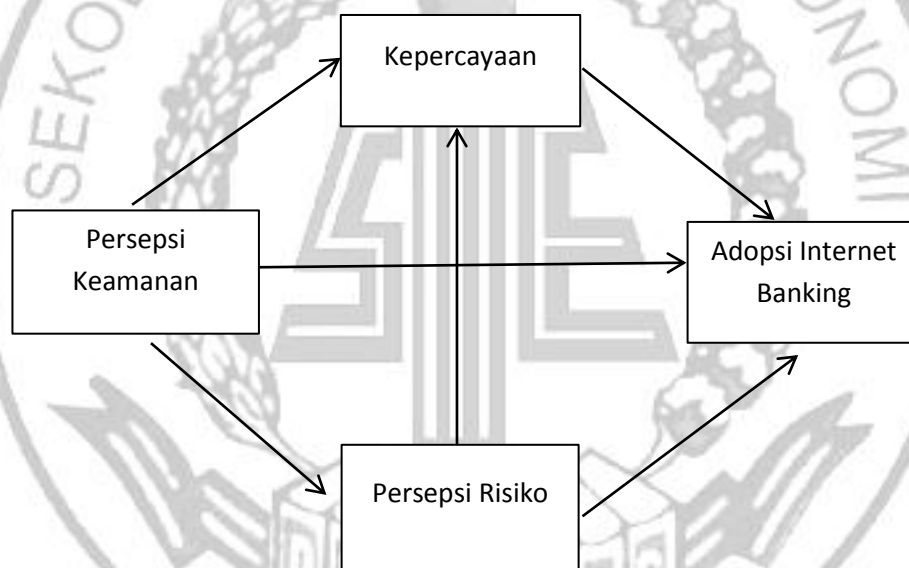
Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN HUSSEIN AHMAD ALWAN (2016)

2.1.2 Penelitian Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin (2015)

Penelitian dari Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin ini berjudul "*Security, Risk, and Trust Individuals Internet Banking Adoption : An Integrated Model*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi internet banking individu. Penelitian tersebut dilakukan pada tiga ratus enam puluh dua mahasiswa di tiga universitas di Taiwan. Metode pengumpulan data dalam penelitian data dalam penelitian Chrong menggunakan kuisisioner dan menggunakan teknis analisis SPSS

Persamaan penelitian Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh keamanan, kepercayaan dan resiko terhadap penggunaan internet banking

Perbedaan dari penelitian Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin terletak pada variabel independennya, pada penelitian sekarang menggunakan variabel independen kepercayaan, persepsi kemudahan, keamanan, kualitas layanan web, dan timbal balik serta resiko. Sedangkan pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variable independen kualitas layanan web dan timbal balik pelanggan. Selain itu terdapat perbedaan lokasi penelitian, pada penelitian Chrong dilakukan di Taiwan sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Surabaya Indonesia. Berikut adalah kerangka penelitian dari Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin (2015) :



Sumber : Chrong-Shyong Ong dan Yi Luen Lin (2015)

Gambar 2.2
KERANGKA PENELITIAN CHRONG-SHYONG ONG (2015)

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN
SEKARANG

| Keterangan | Penelitian Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016) | Penelitian Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin (2015) | Penelitian Saat Ini |
|---|--|--|--|
| Judul | Determinants of Internet Banking Adoption among Customer of Commercial Banks : An Empirical Study in the Jordanian Banking | Security, Risk, and Trust Individuals Internet Banking Adoption : An Integrated Model | Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Terhadap Penggunaan Internet Banking Bank CIMB Niaga di Surabaya |
| Periode | 2016 | 2015 | 2016 |
| Variabel Independen | Kuaitas layanan web (<i>web service quality</i>) Kepercayaan pelanggan (<i>customer trust</i>) Timbal balik pelanggan (<i>customer feedback</i>) Privasi dan Keamanan (<i>perceived privacy and security</i>) Presepsi kemudahan penggunaan (<i>perceived easy of use</i>) | Keamanan (<i>Security</i>) Risk (<i>Resiko</i>) Kepercayaan (<i>Trust</i>) | Kepercayaan Kemudahan penggunaan Keamanan Kualitas layanan web Resiko |
| Variabel Dependen | Penggunaan internet banking (internet banking adoption) | Penggunaan internet banking (internet banking adoption) | Internet banking adoption |
| Objek Penelitian | Nasabah internet banking | Nasabah internet banking | Nasabah internet banking |
| Popuasi dan Sampel | Populasi dan sampel menggunakan 476 pengguna internet banking di tiga belas bank di Yordania | Populasi dan sampel menggunakan 362 mahasiswa di tiga universitas di Taiwan | Populasi dan sampel meggunakan 100 pngguna internet banking CIMB Niaga di Surabaya |
| Data dan metode pengumpulan data | Data primer dan menggunakan kuisioner | Data primer dan menggunakan kuisioner | Data primer dan menggunakan kuisioner |
| Lokasi Penelitian | Yordania | Taiwan | Surabaya Indonesia |
| Teknis analisis data | Regresi linier berganda | SEM PLS | Regresi linier berganda |
| Hasil Penelitian | Hasil dari penelitian ini adalah semua variabel independen, yaitu privasi yang dirasakan dan | Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking, | Kepercayaan, keamanan, kualitas layanan website, berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, pelanggan internet banking signifikan terhadap adopsi internet banking sedangkan umpan balik pelanggan memiliki hubungan signifikan negative terhadap adopsi internet banking. | risiko berpengaruh negative terhadap adopsi internet banking risiko berpengaruh negative terhadap kepercayaan,keamana berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking,keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, keamanan berpengaruh negatif terhadap risiko. | internet banking CIMB Niaga dan kemudahan penggunaan berpengaruh negative tidak signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya serta risiko berpengaruh negative signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. |
|--|--|---|--|

Sumber : Hussein Ahmad Alwan, Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016) dan Chrong-Shyong Ong dan Yi-Luen Lin (2015) diolah

2.2 Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini menjelaskan tentang variabel independen dan variabel dependen beserta hubungan variabel independen dan variabel dependennya.

2.2.1 **Internet banking**

Layanan *internet banking* memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi. *Website* yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi *internet banking*

Pengertian *internet banking* itu sendiri lebih ditekankan ke aspek distribusi layanan perbankan yang bisa diakses dari jauh, terutama melalui koneksi internet. Penerapan Teknologi Informasi di dunia perbankan bertujuan untuk kecepatan dan

ketepatan pengolahan dan penyediaan informasi, serta meingkatkan pelayanan kepada para nasabah.

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi serta melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

2.2.2 Kepercayaan

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, serta memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika, 2011 dalam Setyo *et all*, 2015 : 455)

Kepercayaan pelanggan mengacu pada antusiasme untuk menjadi rentan terhadap layanan berdasarkan harapan positif. Orientasi ini bergantung pada pertukaran informasi dan jasa dengan mitra yang memiliki kepercayaan (Rochanakitumnuai 2003 dalam Hussein 2016:97). Kepercayaan itu akan meningkat apabila nasabah merasa bahwa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap transaksi perbankan (Roy *et al*, 2001 dalam Hussein 2016:97). Ibbotson 2003 dalam Hussein, (2016 : 97) melaporkan bahwa pemeliharaan laba masa depan dan kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Shumaila Yousafzai *et all* (2009:594) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelanggan harus percaya bahwa bank memiliki kemampuan dan motivasi, yaitu kepercayaan untuk memberikan layanan perbankan online.

Indikator dari kepercayaan antara lain yaitu

1. Kepercayaan terhadap internet banking : keyakinan bahwa internet banking merupakan suatu teknologi di bidang perbankan yang dapat memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan
2. Kepercayaan terhadap penyedia internet banking : keyakinan bahwa bank penyelenggara internet banking akan bertanggung jawab apabila terjadi masalah
3. Kepercayaan terhadap internet untuk transaksi perbankan : keyakinan bahwa internet dapat membantu mengakses fitur fitur internet banking

2.2.3 Kemudahan penggunaan

Dalam *internet banking* bila jasa pelayanan yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *internet banking*. Kemudahan penggunaan juga sering disebut persepsi seseorang akan kemudahan (*perceived ease of use*) juga sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya.

Kemudahan penggunaan juga disebut yang sejauh mana pelanggan mengakui *internet banking* itu mudah dimengerti dan digunakan (Davis et al., 1989 dalam Hussein 2016 : 97). Selain itu menurut Jogiyanto 2009 dalam Setyo et al., (2015:444) dalam menyatakan kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika

seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dimensi dari kemudahan yaitu, mudah untuk dipelajari (*ease to learn*), mudah digunakan (*ease to use*), jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*), menjadi terampil (*become skillful*) (Sun dan Zhang, 2011 dalam Setyo *et all.*, 2015 : 444)

Rangsan dan Titida, (2014:103) mendefinisikan kemudahan penggunaan merupakan faktor yang mempengaruhi adopsi internet banking, dan internet banking. Internet banking alamat websitenya mudah diingat, terorganisir dengan baik, situs mudah dicari,ringkas dan isinya mudah dimengerti

Indikator dalam dari kemudahan penggunaan antara lain yaitu :

1. Transaksi dengan internet banking cepat : transaksi seperti transfer menggunakan internet banking cepat dan mudah tanpa harus datang ke kantor bank atau ATM serta dapat dilakukan dimana saja
2. Format internet banking mudah dibaca : internet banking menyediakan format yang mudah dibaca oleh nasabah sehingga mudah untuk dipahami
3. Mudah menemukan informasi menggunakan internet banking : Internet banking menyediakan fasilitas yang memudahkan nassabah dalam memperoleh informasi mengenai info tagihan kartu kredit, cek saldo atau informasi perbankan lainnya
4. Bahasa dalam situs internet banking mudah dimengerti : internet banking menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah dan jelas

5. Informasi yang jelas dan mudah dimengerti : internet banking dalam menyediakan informasi jelas mudah untuk dipahami oleh nasabah.
6. Sistem dalam internet banking memberikan intruksi yang jelas : intruksi yang diberikan oleh system internet banking itu jelas dan mudah dimengerti nasabah

2.2.4 Keamanan

Keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seorang individu untuk menggunakan layanan online, keamanan mulai dari pengungkapan privasi dapat menyebabkan kerugian bagi individu sehingga nasabah yang menerapkan layanan online akan semakin berkurang (Chrong dan Yi, 2015:346).

Keamanan telah diakui secara luas sebagai salah satu hambatan yang paling signifikan untuk adopsi internet banking. Daniel, 1999 dalam (Shumaila *et al.*, 2009:595) mengidentifikasi keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi pelanggan di Inggris. Keamanan dalam e-commerce didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan, data atau sumber daya jaringan dalam bentuk perusakan, pengungkapan, modifikasi data, penipuan, dan penyalagunaan (Kalakota & Whinston, 1997 dalam Shumaila *et al.*, (2009:595). Keamanan penelitian ini dirasakan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancaman tersebut. Rangsang dan Titida, (2014:595) menyatakan bahwa keamanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancaman.

Indikator dari keamanan antara lain yaitu :

1. Internet banking menyimpan catatan akurat dari transaksi : seluruh catatan transaksi yang dilakukan nasabah *internet banking* itu dicatat secara akurat dan tersimpan dengan baik.
2. Internet banking memberikan keamanan bagi data transaksi dan privasi : Internet banking memberikan jaminan keamanan data transaksi dan data privasi nasabah akan aman dan tidak akan diketahui oleh orang lain.
3. Tidak ada masalah selama menggunakan internet banking : selama penggunaan layanan *internet banking* nasabah tidak mengalami permasalahan
4. Layanan internet banking itu aman : layanan *internet banking* itu aman dari segala hal yang menimbulkan kerugian seperti penipuan dan penyalahgunaan data karena terdapat perlindungan hukum terhadap transaksi *online*.
5. Merasa aman saat menggunakan internet banking : saat penggunaan layanan internet banking nasabah merasa transaksi yang dilakukan aman dan tidak diketahui oleh orang lain.
6. Dapat memeriksa dengan detail transaksi yang pernah dilakukan : internet banking data digunakan nasabah untuk memeriksa dengan detail semua transaksi yang pernah dilakukan sebelumnya.

2.2.5 Kualitas layanan web

Kualitas pelayanan yang dirasakan didefinisikan sebagai seperangkat penilaian yang dihasilkan dari proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka terima. Menurut Samutthana (2014) dalam Hussein (2016:97) kualitas layanan merupakan prasyarat penting untuk kepuasan

pelanggan dan dalam lingkungan virtual menjadi tugas yang menantang bagi bank.

Kualitas layanan telah dilihat sebagai faktor yang signifikan keberhasilan bagi perusahaan melalui dimana perusahaan atau bank dapat merumuskan keunggulan kompetitif mereka, serta meningkatkan daya saing mereka (Hassan, 2015 dalam Hussein dan Abdelhalim, 2016:97). Untuk setiap layanan, sebagian besar bank menawarkan layanan yang sama sehingga kualitas layanan merupakan sarana penting bagi bank untuk membedakan sendiri di pasar, Sohail dan Shanmugham, 2013 dalam (Hussein dan Abdelhalim, 2016:97) menyebutkan bahwa atribut navigasi yang tepat, selain fasilitas pencarian memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi pelanggan dari sebuah situs internet banking.

Indikator kualitas layanan web adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas layanan internet banking secara keseluruhan : layanan *internet banking* selalu baik dari waktu ke waktu, dan fitur yang disediakan *internet banking* diperbarui secara teratur
2. Respon layanan website *internet banking* dalam menanggapi kebutuhan nasabah : internet banking dengan cepat menanggapi nasabah dalam mengakses informasi dan dalam kegiatan transaksi nasabah, internet banking juga memahami kebutuhan nasabah dan menyediakan informasi perbankan yang dibutuhkan nasabah secara cepat
3. Intensitas kesalahan layanan website *internet banking* rendah : layanan internet banking jarang mengalami masalah selama nasabah menggunakannya.

2.2.6 Resiko

Konsep risiko diatur sekitar gagasan bahwa perilaku konsumen melibatkan risiko dalam arti bahwa setiap tindakan konsumen akan menghasilkan konsekuensi bahwa nasabah tidak bisa mengantisipasi sesuatu yang mendekati kepastian (Bauer, 1967 dalam Michael *et al*, 2012:36). Risiko yang dirasakan sangat kuat dalam menjelaskan sebuah perilaku konsumen, konsumen lebih sering termotivasi untuk menghindari kesalahan dari pada untuk memaksimalkan utilitas dalam pembelian (Mitchell, 1999 dalam Michael *et al* 2012:36). Ketidakpastian yang terkait dengan keputusan menggunakan atau pembelian jasa (Zeithaml, 1981 dalam Michael *et al* 2012:36). Risiko yang dirasakan umumnya dianggap sebagai komposit dari beberapa kategori risiko. Enam jenis atau komponen risiko dalam kasus internet banking telah diidentifikasi (Lee, 2009 dalam Michael *et al* 2012:36) sebagai berikut

1. Risiko mengacupada keamanan. Mengacu pada ancaman dimana penipuan atau hacker mungkin mendapatkan akses yang tidak sah dan mendapatkan informasi sensitive seperti username, password dan kredit rincian kartu (Lee 2009; Littler dan Melanthio 2006 dalam Michael *et al* 2012:36)
2. Risiko keuangan merupakan kemungkinan kerugian keuangan karena kesalahan transaksi atau penyalahgunaan akun oleh bank (Lee, 2009 dalam Michael *et al* 2012:36)

3. Risiko kinerja mengacu pada kerusakan tak terduga, kerusakan sistem server atau pemutusan dari internet ketika melakukan transaksi online (Lee, 2009 dalam Michael *et al* 2012:36)
4. Risiko Psikologis terjadi ketika sesuatu tidak beres dengan transaksi internet banking dan konsumen cenderung merasa frustasi atau jengkel, dan citra diri mereka mungkin merugikan dipengaruhi oleh adopsi internet banking (Littler dan Melanthiou, 2006 dalam Michael *et al* 2012:37).
5. Risiko Sosial mengacu pada kemungkinan menggunakan internet banking dapat mengakibatkan ketidaksetujuan dari keluarga, teman atau kelompok kerja (Lee, 2009 Michael *et al* 2012:37)
6. Risiko waktu terkait dengan panjang waktu yang terlibat dalam pembelajaran dan menggunakan internet banking (Risiko waktu juga terkait dengan waktu yang terlibat dalam menangani salah transaksi atau kegagalan untuk efek transaksi secepatnya. Melanthiou, 2006 dalam Michael *et al* 2012:37)

Indikator untuk mengukur resiko adalah sebagai berikut :

- a. Informasi layanan internet banking dapat dirusak oleh orang lain : orang lain dapat merusak informasi atau mengganti informasi yang ada dalam website internet banking yang dapat merugikan pengguna internet banking.
- b. Kemungkinan transaksi diketahui oleh orang lain : ketika transaksi dilakukan orang lain akan mengetahui segala transaksi yang nasabah lakukan sehingga mengganggu privasi nasabah
- c. Ketakutan kode pin hilang dan dimanfaatkan orang yang salah : ketakutan yang dirasakan akan kode pin yang hilang dan diketahui oleh

orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga dapat dimanfaatkan orang lain dan merugikan nasabah.

2.2.7 Adopsi internet banking

Menurut Tatik Suryani (2013:241) pandangan tradisional tentang proses adopsi *internet banking* mempunyai tahapan (awareness,internet evaluation,trial, adoption) yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tahap awareness yaitu dalam tahap ini konsumen mengetahui terdapat ide ide yang baru namun informasi yang didapat sangat terbatas.
2. Tahap interest yaitu dalam tahap ini konsumen mulai berminat terhadap inovasi serta mulai mencari informasi lebih banyak.
3. Tahap evaluation yaitu dalam tahap ini konsumen menilai produk baru berdasarkan informasi yang didapatkan serta mencoba menghubungkan dengan kondisinya (kebutuhan dan harapannya) sebelum memutuskan untuk mencobanya.
4. Tahap trial (percobaan) yaitu dalam tahap ini konsumen menggunakan ataupun mencoba inovasi produk baru guna memastikan ide-ide yang ada dalam skala kecil untuk menentukan kegunaan apa yang sesuai dengan dirinya.
5. Tahap Adoption (penerimaan) yaitu dalam tahap ini berdasarkan evaluasinya, konsumen selama mencoba produk serta merasakan hasilnya akan memutuskan menggunakan produk apabila ternyata produk baru dinilai sesuai dengan kegunaan dan harapan konsumen.

Dalam penelitian Indikator dari adopsi adalah sebagai berikut

- a. Menggunakan *internet banking* secara teratur : keputusan untuk selalu menggunakan *internet banking* untuk transaksi transfer, cek saldo dan untuk mendapatkan informasi.
- b. Menggunakan *internet banking* untuk masa depan : keputusan untuk menggunakan *internet banking* secara terus menerus bahkan sampai di masa depan.
- c. Berniat untuk meningkatkan penggunaan *internet banking* : niat untuk memutuskan akan meningkatkan penggunaan *internet banking* dalam bertransaksi maupun untuk mengakses berbagai informasi perbankan

2.2.6 Hubungan kepercayaan dengan adopsi internet banking

Menurut Fatima *et.all.*, (2014:483) menjelaskan bahwa keamanan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain akan memenuhi harapan dan tidak mengambil keuntungan yang tidak semestinya. Menurut Mahardika dan Basuki, 2012 dalam (Setyo *et all.*, 2015:445) mendefinisikan dimensi kepercayaan dibagi menjadi 4 antara lain adalah keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan dengan internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah menjaga komitmen dalam melayani nasabah dan memperikan manfaat pada penggunaannya sehingga kepercayaan harus dijaga dan dipertahankan.

Dalam penelitian sebelumnya yaitu Hussein dan Abdelhalim (2016:97) kepercayaan itu akan meningkat jika nasabah merasa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap transaksi perbankan, selain itu pemeliharaan laba masa depan dan kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui membangun

hubungan yang baik dengan pelanggan dan dapat dikatakan kepercayaan mempengaruhi adopsi *internet banking*. Dalam penelitian yang dilakukan Hussein dan Abdelhalim (2016:101) menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chorng dan Yi (2015:354) mengatakan bahwa di sektor internet banking, kepercayaan telah terbukti sebagai faktor yang mempengaruhi individu untuk mengadopsi internet banking. Hasil dari penelitian Chorng dan Yi menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking.

2.2.7 Hubungan kemudahan penggunaan dengan adopsi internet banking

Perspektif kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit pemakainya, namun dapat mempermudah seseorang untuk menyelesaikan pekerjaannya. Dan apabila dihubungkan dengan penggunaan *internet banking*, layanan *internet banking* sudah disediakan dengan segala kemudahannya agar dapat dipahami dan digunakan dengan mudah, sehingga nasabah akan lebih mudah dalam melakukan transaksi menggunakan *internet banking*. Penggunaan merupakan kepercayaan seseorang bahwa teknologi mudah untuk digunakan, nasabah yang menggunakan sistem akan lebih mudah dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan nasabah yang tidak menggunakan sistem atau masih secara manual.

Studi yang dilakukan oleh Chen *et al.*, 2002; Heijden *et al.*, 2003, Guriting, 2006 (dalam Fatima *et al.*, 2014:482) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan adalah atribut utama dari aplikasi e-bisnis seperti

internet bankin. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fatima menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking*.

Dalam penelitian terdahulu yaitu penelitian Hussein dan Abdelhalim, (2016:97) kemudahan penggunaan juga disebut sejauh mana pelanggan mengakui *internet banking* itu mudah dimengerti dan digunakan. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunaannya, oleh karena itu ketika nasabah merasa bahwa internet banking mudah dimengerti, mudah digunakan, dan dan tidak perlu berusaha keras untuk menggunakan internet banking maka nasabah akan menggunakan internet banking. Hussein dan Abdelhalim (2016:101) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi internet banking.

2.2.8 Hubungan keamanan dengan adopsi internet banking

Keamanan digunakan dalam mengukur persepsi nasabah tentang keselamatan dan rasa aman serta *internet banking* yang dapat diandalkan. Penyedia layanan *internet banking* dalam hal ini menjamin bahwa resiko yang ditimbulkan akan lebih kecil jika menggunakan *internet banking* dari pada datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Keamanan dapat mempengaruhi nasabah menggunakan internet banking. Dengan menggunakan layanan *internet banking* akan memperkecil resiko yang akan ditimbulkan dibandingkan datang langsung ke bank.

Jaminan keamanan berkaitan dengan sejauh mana situs web internet banking dapat menjamin keselamatan pelanggan mengenai keuangan dan informasi pribadi pelanggan (Kimery dan Mc Cord, 2002 dalam Ala Eddin dan Hassan, 2001:52). *Internet banking* merupakan terjaminnya data beserta dana yang dimiliki nasabah dari resiko kehilangan ataupun pencurian ketika melakukan transaksi melalui *internet banking*.

Dalam penelitian Chrong (2015:346) keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seorang individu menggunakan layanan online, karena keamanan, mulai dari pengungkapan privasi dapat menyebabkan kerugian bagi individu. Hasil dari penelitian Chrong dan Yi menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking*.

2.2.9 Hubungan kualitas layanan web dengan adopsi internet banking

Penilaian suatu jasa berkualitas atau tidak dilakukan oleh nasabah yang menggunakan jasa tersebut (Tetty, 2014:122). Kualitas jasa pelayanan website yang baik adalah yang mampu memenuhi harapan nasabah baik sekarang ataupun di masa yang akan datang.

Dalam penelitian sebelumnya, Wong et al., 2008 dalam Hussein dan Abdelhalim (2016:97) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seperangkat penilaian dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan dengan layanan yang di terima. Kualitas layanan website merupakan elemen penting untuk menarik pengguna internet banking dan pentingnya kualitas layanan web akan tercermin dalam banyak hal seperti desain dan kecepatan layanannya. Pihak yang menilai sesuatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah nasabah karena nasabah

yang menggunakan layanan. Hasil dari penelitian Hussein dan Abdelhim menunjukkan bahwa kualitas layanan website berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

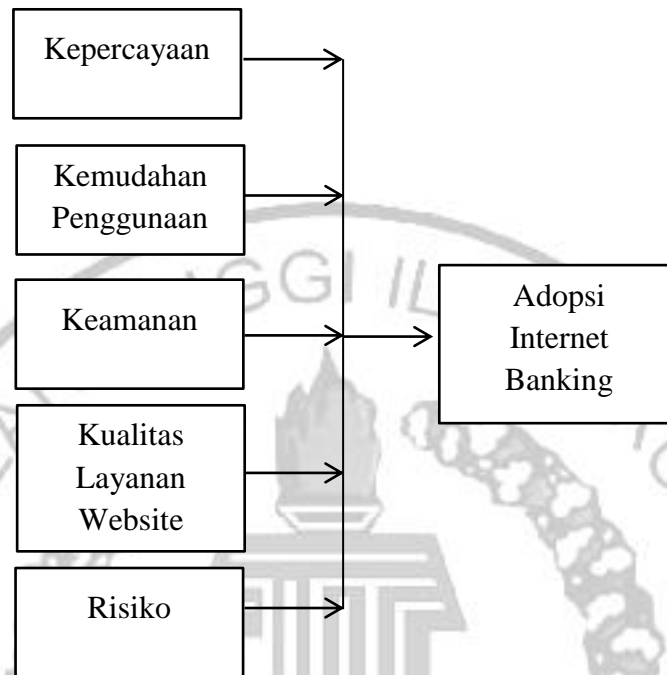
2.2.10 Hubungan risiko dengan adopsi internet banking

Perilaku konsumen menentukan risiko yang dirasakan, persepsi pelanggan dari ketidakpastian dan konsekuensi negative dari pembelian produk atau jasa (Mohammad, 2012:297). Risiko merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Nasri, 2011 dalam Mohammad, 2012:297). Teknologi baru akan melibatkan manfaat baik dan risiko bagi pengguna, dan sebelum memutuskan untuk mengadopsi sebuah teknologi, nasabah akan mempertimbangkan risiko dan manfaat (Mohammad, 2012:297). Risiko membuat nasabah akan berpikir ulang dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi internet banking. Dalam penelitian Michael *et al*,(2012:40) menunjukkan bahwa risiko memiliki hubungan negative dengan adopsi internet banking

Dalam penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Chrong dan Yi (2015:346) risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian dari luar pandangan individu atau kontrol individu yang dapat mengakibatkan kerusakan. Karena transaksi menggunakan internet banking sifatnya terbuka, maka individu akan mendapatkan ancaman berbahaya (Chrong dan Yi, 2015:346). Penelitian Chrong menunjukkan bahwa risiko memiliki pengaruh negative terhadap adopsi internet banking.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada sub bab ini digambarkan kerangka penelitian ssebagai berikut :



Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya

H2 : Presepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

H3 : Presepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

H4 : Kualitas layanan website berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

H5 : Resiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* CIMB Niaga di Surabaya

H6 : Kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan website secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* CIMB Niaga di Surabaya

