

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan Penelitian tentang Pengaruh Kemudahan penggunaan yang dirasakan, Keamanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* di BRI Surabaya, diperlukan juga untuk melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan yang pernah dilakukan sebelumnya. Dengan tujuan untuk mendapatkan referensi-referensi tentang apa yang sesuai dengan penelitian yang diinginkan.

Terdapat tiga penelitian terdahulu tentang penggunaan terhadap adopsi *Internet Banking* yang dijadikan rujukan dalam penelitian yang akan dilakukan. Adapun tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu untuk mempermudah penulisan metodologi penelitian ini, penulis mencatumkan penelitian-penelitian terdahulu untuk di gunakan sebagai bahan kajian. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh:

##### **2.1.1 Penelitian yang dilakukan oleh Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi**

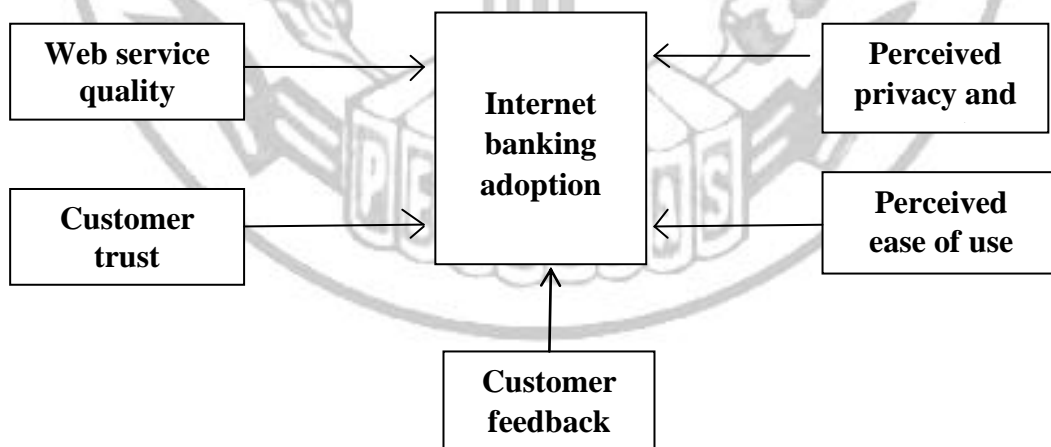
Didalam penelitian yang dilakukan oleh Hussein Ahmaad dan Abdelhalim IssaAl-Zu'bi ini berjudul "Penentu Adopsi Internet Banking antara Pelanggan Bank komersial". Penelitian tersebut bertujuan untuk : a). menyelidiki adopsi Internet banking oleh pelanggan dari bank komersial Yordania . b). penelitian ini

juga bertujuan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi dalam penggunaan internet banking oleh pelanggan bank komersial di Jordania.

Target untuk menjalankan penelitian ini adalah seluruh nasabah dibank komersial di yordania. Dengan menggunakan Sebuah sampel dari 476 nasabah yang memiliki rekening di tiga belas bank komersial lokal dan sebanyak 600 kuesioner secara acak didistribusikan kepada nasabah yang berada diarea yang berbeda dari Amman metropolitan. Dari total 476 kuesioner dengan persentase 79% yang kemudian digunakan dalam analisis. Kuesioner yang diisi oleh responden melebihi sampel yang ditargetkan diperlukan (384). Menggunakan Internet Banking dipilih secara acak. Kuesioner yang digunakan pada skala 5-point digunakan untuk menjaring data primer. Rotasi analisis-varimax faktor digunakan untuk menentukan dimensi penelitian item sedangkan regresi sederhana digunakan untuk menentukan pengaruh relatif privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, dan umpan balik pelanggan di adopsi *Internet banking*. Hasil pengujian Normalitas dan Multicollinearity dari penelitian tersebut adalah berhubungan dengan usia responden yaitu usia 30 sampai kurang dari 35 tahun sebesar 25, 4%, dan selanjutnya 22, 61% adalah untuk usia 25 sampai kurang dari 30 tahun, sebesar 18,88% adalah untuk usia 35 sampai kurang dari 40 tahun, sebesar16,81% adalah untuk usia sama atau berusia lebih dari 40 tahun, dan sebesar 16,3% adalah untuk usia kurang dari 25 tahun. canbe mengatakan bahwa persentase yang lebih tinggi dikaitkan dengan usia orang yang lebih muda. semua variabel independen tidak termasuk pelanggan.

umpan balik Jelas, ada hubungan positif yang signifikan antara variabel independen kualitas web, kepercayaan, keamanan yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, timbal balik dan variabel dependen adopsi *Internet Banking* sedangkan hubungan negatif ditemukan antara timbale balik dan adopsi *Internet Banking* Hasil ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya (Abu-Assi et al., 2014; Azad et al., 2013; Chong et al., 2010; Featherman et al., 2010; Rawashdeh, 2015). Adopsi perbankan internet oleh Pelanggan Yordania secara positif dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, keamanan, dan persepsi pelanggan.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi yaitu Penentu Adopsi *Internet Banking* antara Pelanggan Bank komersial. sedangkan peneliti saat ini juga akan menggunakan adopsi *Internet Banking* . selain itu didalam penelitian ini jg melibatkan 600 responden tetapi hanya 476 yang telah mengisi kuesioner. pada penelitian saat ini haya akan melibatkan responden sebanyak 100 responden.



Sumber : Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zubi ( 2016 )

Gambar 2.1  
KERANGKA PEMIKIRAN HUSSEIN AHMAD ALWAN &  
ABDELHALIM ISSA AL-ZUBI ( 2016 )

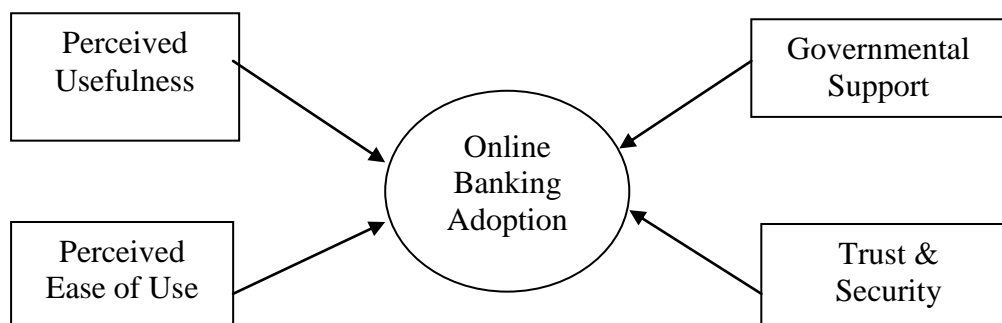
### **2.1.2 Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan yang berjudul *Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan online di Ghana. Penelitian ini juga didasarkan pada TAM (Technology Acceptance Model), yang telah digunakan secara ekspansif dalam penelitian serupa, dilakukan pendekatan deskriptif cross-sectionnal mixed-methodologi. Untuk menggeneralisasi temuan, peneliti menggunakan pendekatan studi multi kasus untuk bisa membantu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan online.

Data dianalisis yang digunakan dengan menggunakan regresi berganda pada SPSS untuk menghasilkan hasil ANOVA. Implikasi bagi manajer bank adalah mereka harus berkonsentrasi pada promosi dan kemajuan pembayaran yang tak ternilai harganya yang di peroleh dari Manfaat yang dimaksud dan tidak dimaksud dalam transaksi yang digunakan terhadap adopsi *Internet Banking*. Dapat dilakukan juga seperti biaya transaksi yang lebih rendah, ataupun tinggi antara lain yang di realisasikan dari penggunaan online *banking* terkait dengan kegunaan yang diraskan oleh nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* di Ghana, dengan menggunakan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah (1) kegunaan yang dirasakan (2) dirasakan kemudahan penggunaan (3) dukungan pemerintah (4) kepercayaan dan keamanan, (5) dan variabel Y adopsi Perbankan Online. Pada penelitian ini peneliti menggunakan

130 kuesioner yang di bagikan kepada responden di dua ibu kota besar pakistan, 70% responden merupakan responden laki-laki dan 30% responden perempuan. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari peneliti menunjukkan bahwa kontruksi ahli TAM, Kegunaan Perceived usefulness, Perceived Ease of Use serta peluasan dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan sangat penting bagi intensifikasi pelanggan untuk menerapkan perbankan online. layanan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh dalam penerimaan *adopsi Internet Banking*.

Persamaan dari penelitian yang di lakukan Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) dengan penelitian sekarang yaitu menggunakan variabel yang sama yaitu keamanan, kegunaan dan kemudahan, teknik analisis data yang juga sama yaitu sama-sama menggunakan Purposive Sampling. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian sekarang di Indonesia sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di Dhana. Penelitian dari jurnal pertama ini menggunakan teknik analisis data Regresi dan analisis Korelasi. Dengan menggunakan adopsi *Internet Banking* dapat membantu dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi, hal ini memberikan nasabah wawasan dan informasi ke nasabah tentang adopsi penggunaan *Internet Banking*. Begitu banyak manfaat, kegunaan, kemudaan penggunaan yang di rasakan dan keamanan yang didapatkan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* baik secara *online* dan secara langsung ke bank.



Sumber : Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

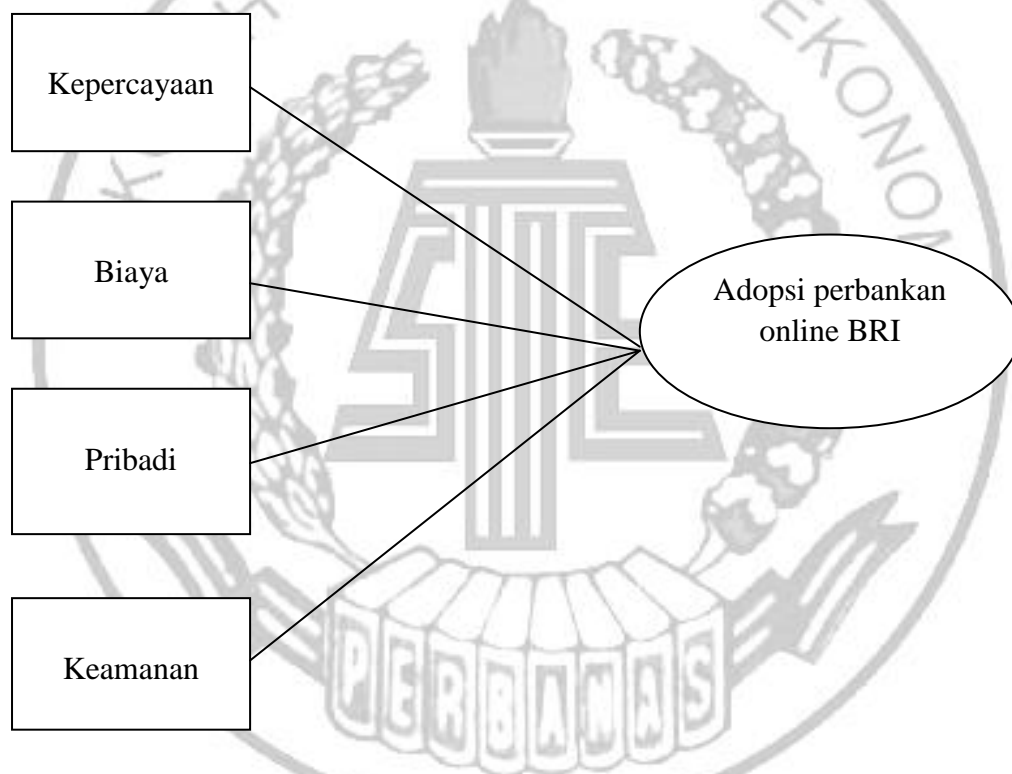
Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN ED-ZILLA DANIEL PERKINS DAN JONATHAN ANNAN

**2.1.3 Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Nathan (2013)**

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Nathan (2013) dengan judul *Critical Success Factors for the Adoption of e-Banking in Malaysia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sebuah faktor penentu keberhasilan penerapan Electronic Banking dalam konteks Malaysia. Dimensi seperti kepercayaan, biaya, keamanan dan privasi di periksa. Dalam penelitian ini hasilnya menunjukkan untuk kualitas dan dari sebuah survai yang melibatkan 268 responden di Malaysia menunjukkan kepercayaan pengguna masalah privasi memiliki pengaruh tertinggi terhadap adopsi perbankan elektronik di Malaysia. Temuan penelitian ini akan membantu sektor perbankan untuk lebih memahami segmen pasar perbankan secara *online*, persepsi dan perilaku nasabah terkait dengan penggunaan layanan internet banking. Kepercayaan, biaya, pribadi dan keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *Internet Banking*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 268 kuesioner.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013) dengan penelitian sekarang yaitu menggunakan variabel yang sama yaitu keamanan, kepercayaan terhadap adopsi *Internet Banking*. penggunaan teknik analisis data *purposive sampling*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian sekarang di Surabaya, Indonesia sedangkan terdahulu dilakukan di Malaysia.



Sumber : Maryam Sohrabi, et.al (2013)

Gambar 2.3  
KERANGKA PEMIKIRAN MARYAM SOHRABI, et.al (2013)

Terdapat juga persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang telah dibuat dalam tabel 2.1, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN**  
**PENELITIAN SEKARANG**

<b>Penulis</b>	Hussein Ahmad Alwan&AbdelhalimIsa Al-Zu' bifebruari 2016	Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)	Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013)	LIYANTI (2017)
<b>Judul Penelitian</b>	<i>Determinan Of Internet Banking Adoption Among Customers Of Commercial Banks : An Empirical Study In The Jordanian Banking Secor</i>	<i>Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers</i>	<i>Critical Success Factors for the Adoption of e-Banking in Malaysia</i>	Pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan dan kepercayaan nasabah Terhadap adopsi Internet Banking
<b>Objek</b>	Commercial Bank	Bank Managers	Bank Malaysia	Bank Rakyat Indonesia
<b>Variabel bebas</b>	Kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, kepercayaan dan timbal balik	Kegunaan yang dirasakan, Kemudahan kegunaan, dukungan pemerintah, Kepercayaan dan keamanan, dan variabel Y adopsi Perbankan Online.	Kepercayaan, biaya, Keamanan dan Privasi di periksa	Kemudahan penggunaan yang dirasakan, Keamanan, dan Kepercayaan
<b>Variabel terikat</b>	Adoption	Adopsi	Adopsi	Adopsi
<b>Sampel</b>	476 responden	130	268	80
<b>Teknik</b>	Purposive Sampling	Purposive	Purposive	Purposive



<b>sampling</b>		Sampling	Sampling	Sampling
<b>Pengukuran</b>	Skala Likert 5	Skala Likert 5	Skala Likert 5	Skala Likert 5
<b>Lokasi</b>	Peneliti, Al-Salt, Yordania	Ghana	Malaysia	Indonesia
<b>Teknik Analisis</b>	menggunakan analisis analisis regresi linier berganda dan korelasi	menggunakan analisis regresi linier berganda dan korelasi	Menggunakan analisis regresi linier berganda dan korelasi	Menggunakan analisis regresi linier berganda
<b>Kesimpulan Penelitian</b>	semua variabel independen tidak termasuk pelanggan umpan balik Jelas, ada hubungan positif yang signifikan antara variabel independen kualitasweb, kepercayaan, keamanan yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, timbal balik dan variabel dependen adopsi <i>Internet Banking</i> .	layanan adopsi <i>Internet Banking</i> di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan <i>Internet Banking</i> , adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh dalam penerimaan adopsi <i>Internet Banking</i> .	Kepercayaan, biaya, pribadi dan keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi <i>Internet Banking</i> perbankan online.	Kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi <i>internet banking</i> , keamanan, kepercayaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap adopsi <i>internet banking</i> BRI di Surabaya

Sumber : Alwan *et. al* (2016), Perkins *et. al* (2013), Sohrabi *et. al* (2013)

## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori akan membahas tentang teori-teori yang ada dalam penelitian ini sebagai acuan peneliti dalam penulisan dengan menggunakan buku maupun kajian pustaka. Uraian dari teori hendaknya dijelaskan secara sistematis yang disusun mulai dari teori yang bersifat umum menuju teori yang khusus

dapat mengantar peneliti untuk menyusun kerangka pemikiran. Teori yang akan digunakan bukan sekedar pendapat, tetapi teori yang benar-benar telah teruji kebenarannya. Pada penelitian ini teori yang melatar belakangi dan mendasari seperti di bawah ini.

### **2.2.1 Adopsi Internet Banking**

Adopsi didefinisikan sebagai penerimaan dan kesediaan untuk melanjutkan penggunaan sebuah produk menurut Menurut (Abu- Assi dalam jurnal Hussein Ahmad Alwan 2016:11), Adopsi merupakan dimana tahap-tahap konsumen melewati proses pengetahuan, persuasi, keputusan, dan konfirmasi sebelum konsumen siap mengadopsi suatu produk atau jasa. Menurut Tatik Suryani (2013:231) bahwa karakteristik pada produk baru dapat mempengaruhi tingkat adopsi. Sebuah produk dapat mudah diterima jika produk memiliki keunggulan yang relatif atau dapat disebut unik dari produk yang sudah ada sebelumnya. Menurut (Maryam Sohrabi Julie Yew Mei Yee dan Robert Jeyakumar Nathan 2013) menyatakan bahwa Terdapat faktor eksternal dan internal untuk memberikan keputusan terhadap suatu objek, seperti perlunya pengenalan lebih dulu untuk mengetahui atau mengenal suatu objek sehingga akan timbul rasa pengambilan keputusan terhadap objek tersebut dan faktor internal yaitu rasa kesadaran diri dimana terdapat variabel yang akan mendorong rasa kesadaran diri tersebut. Menurut Perkins dan Annan (2013) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi adopsi *Internet Banking* adalah kurangnya keamanan dan kepercayaan, keramahan yang di berikan oleh pihak bank. Menurut Maryam

Sohrabi Julie Yew Mei Yee dan Robert Jeyakumar Nathan (2013) adopsi *Internet Banking* dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Ingin mengadopsi
- b). Berniat untuk mengadopsi
- c). Kemungkinan mengadopsi

### **2.2.2 Kemudahan Penggunaan yang di rasakan**

Menurut Jogiyanto (2007:115) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya, bahwa kemudahan penggunaan yang di rasakan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Kemudahan penggunaan *Internet Banking* sendiri yaitu faktor persepsi pada kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi pada daya guna sebuah teknologi tersebut. mendapatkan kemudahan untuk melakukan kegiatan setiap saat. Menurut (Perkins dan Annan 2013) menyatakan bahwa Kemudahan penggunaan yang di rasakan jg memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan nasabah untuk mengadopsi *Internet Banking*. Dengan kemudahan nasabah dapat dipermudah dalam bertransaksi perbankan, disamping itu mempercepat kegiatan transaksi perbankan, hanya dengan telepon seluler pribadi, dan nasabah dapat mengakses transaksi dengan menggunakan komputer, Tanpa membuang waktu untuk datang dan mengisi formulir ke bank termasuk hemat biaya seperti biaya transportasi ke bank. Dari pengertian tentang *Internet Banking* dari beberapa sumber dapat disimpulkan layanan *Internet Banking* merupakan layanan perbankan yang dapat di akses nasabah dimana saja melalui media elektronik yang telah didukung dengan jaringan internet yang dapat

mempermudah nasabah melakukan transaksi kapan saja tanpa harus datang ke bank. Mudah digunakan, yaitu nasabah merasakan kemudahan menggunakan *Internet Banking*. Menurut Perkins dan Annan (2013) kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

- a). Mudah di gunakan,
- b). Mudah di mengerti,
- c). Mudah di ingat
- d). Mudah didapatkan

### **2.2.3 Keamanan**

Keamanan adalah perhatian utama yang berkontribusi terhadap keinginan individu mengadopsi layanan online (Tiago dan R.A Pearson, 2014). Karena acara keamanan, mulai dari privasi pengungkapan kerugian finansial, dapat menyebabkan kerusakan tertentu pada individu yang berkeinginan untuk menerapkan layanan online jadi berkurang. Dalam hal ini, peningkatan keamanan untuk layanan yang disediakan oleh layanan online Penyedia layanan akan sangat membantu mengurangi ketidak pastian layanan, menurunnya risiko yang dirasakan dan bahkan meningkatkan kepercayaan serta tingkat adopsi. mempelajari hubungan antara keamanan dan adpotion internet banking tantangan terpenting yang dihadapi bank adalah bagaimana mereka dapat mengatasi masalah keamanan dan privasi pelanggan. (Maryam Sohrabi Julie Yew Mei Yee dan Robert Jeyakumar Nathan 2013) menyatakan bahwa Ketakutan mengungkapkan informasi dan keamanan pribadi berdampak negatif pada adopsi *Internet Banking* beberapa studi telah mengidentifikasi keamanan sehingga berdampak pada keputusan pelanggan untuk mengadopsi *Internet Banking*.

Keamanan adalah 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). Ransan dan Titida, (2014:595) menyatakan bahwa keamanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancaman. Konsep keamanan yang dirasakan konsumen telah banyak ditangani dengan menggunakan perangkat IT dan telah terbukti mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbagai tingkat dan dalam konteks yang berbeda-beda. Keamanan juga merupakan tolak ukur bagi calon nasabah dalam memilih dan menggunakan sebuah produk. Jika tingkat keamanan sebuah produk tinggi, maka tinggi pula kepercayaan nasabah dalam penggunaan akan produk itu. Berdasarkan ulasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi keamanan terhadap penggunaan *Internet Banking*. Menurut Maryam Sohrabi Julie Yew Mei Yee dan Robert Jeyakumar Nathan (2013) keamanan dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Keamanan *Internet Banking*.
- b). Nama pengguna dan kata sandi
- c).Tidak menyimpan, d). Memiliki kemampuan.

#### **2.2.4 Kepercayaan**

Kepercayaan pelanggan terhadap sistem yang ada di dalam perbankan akan mengacu pada antusiasme pelanggan dalam penggunaan internet banking. Kepercayaan pelanggan akan terus meningkat jika pihak bank menjalin hubungan mendalam terhadap nasabah. Kepercayaan dianggap sangat penting dalam hal

pengaruhnya terhadap *Internet Banking* menurut (Suping & Yizheng 2010, dalam jurnal Perkins Ed-Zilla Daniel ) tapi kepercayaan online bisa diatasi jika pemahamannya benar tentang faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap internet banking teramati dengan baik.

Kepercayaan itu akan meningkat apabila nasabah merasa bahwa mempunyai tingkat kontrol yang tinggi terhadap transaksi perbankan. Kepercayaan berkenaan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan *Internet Banking* yang dalam penelitian ini ditujukan dalam beberapa tolak ukur yaitu sistem keamanan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan. Menurut Perkins dan Annan (2013) kepercayaan dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

a). Aman untuk digunakan, b)Pembayaran akan aman, c). Informasi sangat akurat.

### **Hubungan Antar Variabel**

Dalam uraian ini akan menjelaskan pengaruh Kemudahan penggunaan yang dirasakan, Keamanan dan Kepercayaan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* Bank BRI di Surabaya.

#### **2.2.5.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Mengadopsi *Internet Banking***

Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Kemudahan dalam penggunaan *Internet Banking* berarti kemudahan dalam bertransaksi melalui *Internet Banking*. Persepsi kemudahan dalam menggunakan memberikan ensi waktbeberapa indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk *internet*

*banking*) yang meliputi efisiensi dalam penggunaan, tampilan situs yang mudah dimengerti, menambah keterampilan ketika mengoperasikan serta mudah untuk dipelajari (Mahardika, 2011: 169).

Kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif pada keputusan menggunakan dengan dasar pemikiran bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan suatu sistem akan mempertinggi minat penerimaan sistem itu sendiri. Kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*, sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan merupakan salah faktor yang kuat yang dapat mempengaruhi keputusan mengadopsi *Internet Banking*. Oleh karena itu kemudahan memberikan beberapa indikator terhadap adopsi *Internet Banking* yang akan digunakan oleh para nasabah ataupun calon nasabah yaitu meliputi mudah digunakan, belajar menggunakan, mudah dimengerti, mudah diingat dan mudah didapatkan dalam bertransaksi *Internet Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap adopsi *Internet Banking*. Sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah dan membantu nasabah dalam memudahkan kegiatan perbankan secara online baik melalui telepon seluler, laptop dan komputer. Dengan hal ini menunjukkan bahwa mengadopsi *Internet Banking* dapat dilakukan secara mudah, aman dan nyaman oleh calon nasabah dalam melakukan bertransaksi secara online ataupun secara langsung ke ATM terdekat.

### **2.2.5.2 Hubungan Keamanan Terhadap Adopsi *Internet Banking***

Keamanan yang tinggi membuat nasabah dapat menggunakan adopsi *Internet Banking*. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keamanan dan kepercayaan di anggap sangat penting dalam hal pengaruhnya terhadap penerimaan perbankan online. Keamanan tingkat adopsi *Internet Banking* mungkin bisa berada di antara dua transaksi ini. dalam *Internet Banking*, jumlah informasi rahasia yang dibutuhkan tidak sebanyak di layanan pembayaran tagihan. *Internet Banking* juga memberikan informasi bank yaitu item opsional.

Penelitian Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013,10) mengatakan bahwa layanan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi *Internet Banking*. Menurut Chan dan Lu (2004:21), ini telah menyebabkan banyak orang untuk melihat *Internet Banking* sebagai layanan yang dapat dilakukan secara online . Oleh karena itu dalam konteks penelitian ini, orang yang menganggap *Internet Banking* sebagai pembantu dalam melakukan transaksi secara nyaman dan mudah dilakukan, ketika persepsi keamanan yang dirasakan oleh nasabah lebih meningkat dan akan memiliki kecenderungan untuk mengadopsi *Internet Banking* yang di sediakan oleh bank.

### **2.2.5.3 Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Adopsi *Internet Banking***

Kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *Internet Banking* aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan *Offline Banking* karena transaksi

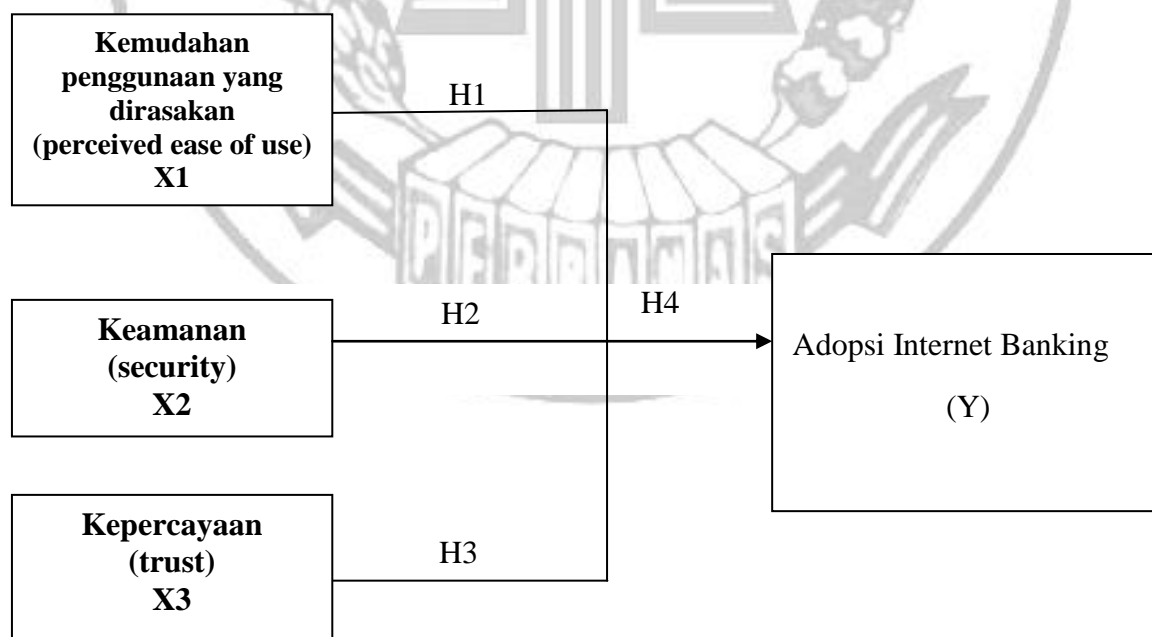


dalam online melalui internet. Keyakinan atau kepercayaan adalah suatu faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor apa saja yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan nasabah.

Sikap nasabah terhadap *Internet Banking* didorong oleh rasa kepercayaan yang berperan penting untuk meningkatkan kegunaan dalam lingkungan *Internet Banking*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* di Bank Rakyat Indonesia di kota Surabaya adapun rancangan penelitian yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.4  
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan peumusan masalah serta kerangka pemikiran yang didukung dengan teori-teori yang relevan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>** : Kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi *Internet Banking* BRI di Surabaya.
- H<sub>2</sub>** : Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi *Internet Banking* BRI di Surabaya.
- H<sub>3</sub>** : Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi *Internet Banking* BRI di Surabaya.
- H<sub>4</sub>** : Kemudahan, keamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Internet Banking* BRI di Surabaya.

