

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

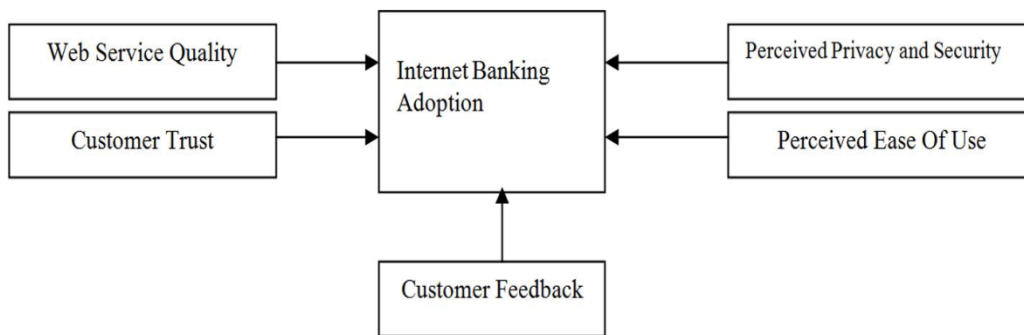
2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya, namun difokuskan pada Pengaruh Kepercayaan, Presepsi Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* Bank Sentral Asia Di Surabaya. Berikut dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini.

2.1.1 Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi (2016)

Pada penelitian Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi yang berjudul (*Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian Banking Sector*) tahun 2016 yang menguji studi tentang kepercayaan perbankan nasabah *Internet Banking*. Analisis faktor menggunakan rotasi varimax faktor ini digunakan untuk menentukan dimensi yang mendasari item penelitian sedangkan regresi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan umpan balik nasabah *Internet banking* adopsi. Semua variabel independen memiliki dampak signifikan pada adopsi *Internet banking* sementara yang terbaik prediktor adopsi dicatat untuk kualitas website diikuti oleh kepercayaan pelanggan. Namun, tingkat adopsi rendah dan dilacak terutama oleh nasabah dari tingkat pendidikan yang tinggi dan kemampuan yang tinggi dalam menggunakan aplikasi komputer dan pengalaman

internet. Studi ini memberikan beberapa rekomendasi dan masa depan penelitian untuk mengatasi hambatan yang dihadapi adopsi *Internet Banking* oleh nasabah bank komersial di Jordania. Berikut adalah kerangka pemikiran dari peneliti Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi (2016)



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

Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN HUSSEIN AHMAD ALWAN AL-ZU'BI (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mempunyai persamaan dan perbedaan, kemudahan penggunaan diantaranya :

Persamaan penelitian:

1. Variabel penelitian saat ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan kuisioner.
2. Variabel Penelitian saat ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan *Internet Banking* sebagai variabel terikat.

Perbedaan Penelitian:

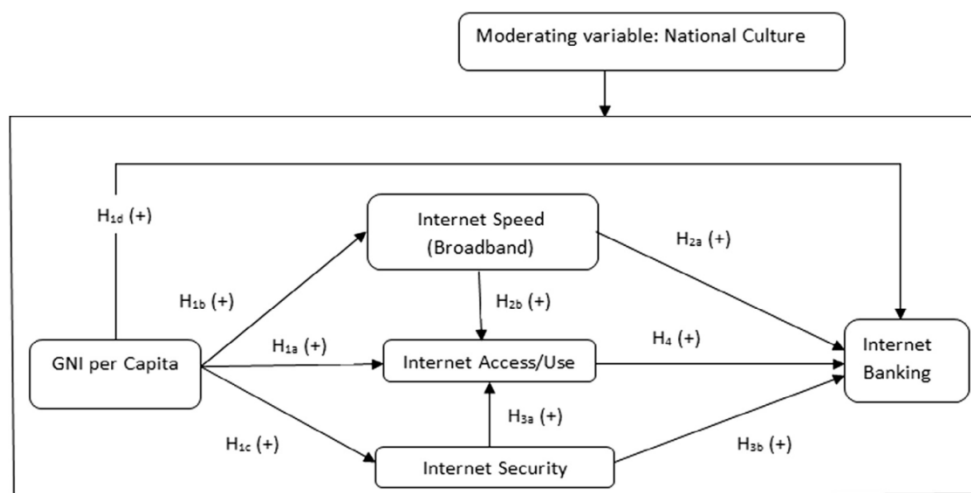
1. Variabel Penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, privasi dan keamanan yang dirasakan, iklan lisan).

2. Variabel Peneliti terdahulu objek penelitiannya adalah Sebuah analisis tingkat negara sedangkan peneliti sekarang adalah penggunaan *Internet Banking*
3. Variabel Penelitian terdahulu dilaksanakan di negara Jordania, sedangkan penelitian saat ini dilaksanakan di Surabaya

2.1.2 Samer Takieddine, Jun Sun (2015)

Pada penelitian Samer Takieddine, Jun Sun tahun 2015 yang berjudul *Electronic Commerce Research and Applications* yang menguji tentang kecepatan internet dalam akses data Dalam dekade terakhir, teknologi *Internet Banking* telah membuat kemajuan luar biasa. Namun, ada besar disparitas di negara yang berbeda di seluruh dunia dalam difusi layanan *Internet Banking*. mengarah ke pertanyaan penelitian studi ini mengapa negara-negara yang berbeda menunjukkan berbagai tingkat internet pada dunia perbankan yang telah di adopsi. Studi sebelumnya memberikan wawasan yang terbatas karena mereka, sebagian besar melakukan pada individu tingkat pengguna dengan sampel tunggal-negara. Di tingkat negara, penelitian ini mengusulkan dunia perbankan *Internet Banking* dari difusi yang meneliti dampak dari faktor ekonomi, teknologi, dan budaya dalam sebuah dunia perbankan. hubungan yang dihipotesiskan dalam model penelitian secara statistik diuji dengan data sekunder yang dikumpulkan dari sampel 33 negara-negara Eropa. Hasil menunjukkan bahwa efek faktor sosial-ekonomi dan teknologi yang terkait pada difusi *Internet Banking* sepenuhnya dilakukan dimedia dan di Akses oleh internet. Selanjutnya temuan ini menunjukkan bahwa budaya nasional merupakan moderator penting. Perkenalan Para peneliti telah mempelajari difusi *Internet Banking* selama lebih dari dua tahun kepentingannya untuk kedua bank dan nasabah. bank yang memberikan layanan perbankan dan tawaran Internet memiliki keunggulan atas orang orang yang hanya menawarkan layanan offline perbankan secara

tradisional. Mirip dengan ecommerce, *Internet Banking* adalah sebuah inovasi yang menyediakan berikut kompetitif keuntungan untuk bank mengurangi biaya transaksi, menyediakan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah, memenuhi keinginan nasabah, dan menciptakan transaksi yang lebih efisien (Kalakota dan Winston 1996). Bank menyediakan layanan online terutama untuk tujuan biaya pengurangan yang dihasilkan dari biaya yang lebih murah untuk nasabah daripada layanan offline. Rata-rata, perbankan online menghemat biaya 40 persen operasional di perbandingan dengan secara offline perbankan (Tan dan Teo 2000, Nath et al.2001). Bank yang mencapai difusi tinggi bahkan mampu menutup beberapa cabang. Selain itu, bank dapat meningkatkan pendapatan dengan menarik nasabah baru yang lebih memilih *Internet Banking* untuk kenyamanan dalam aktivitasnya bertransaksi. *Internet Banking* mampu menarik nasabah dan mempertahankan nasabah dengan cara memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dan informasi akun yang dapat di akses kapan saja dimanapun dan kapanpun. Berikut adalah kerangka pemikiran dari peneliti Samer Takieddine,Jun Sun (2015)



Sumber : Samer Takieddine,Jun Sun (2015)

Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN SAMER TAKIEDDINE, JUN SUN (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan peneliti sekarang mempunyai persamaan dan perbedaan, diantaranya :

Persamaan Penelitian:

1. Variabel penelitian saat ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan kuisisioner.
2. Peneliti terdahulu dan peneliti saat ini sama-sama menggunakan *Internet Banking* sebagai variabel terikat.

Perbedaan penelitian:

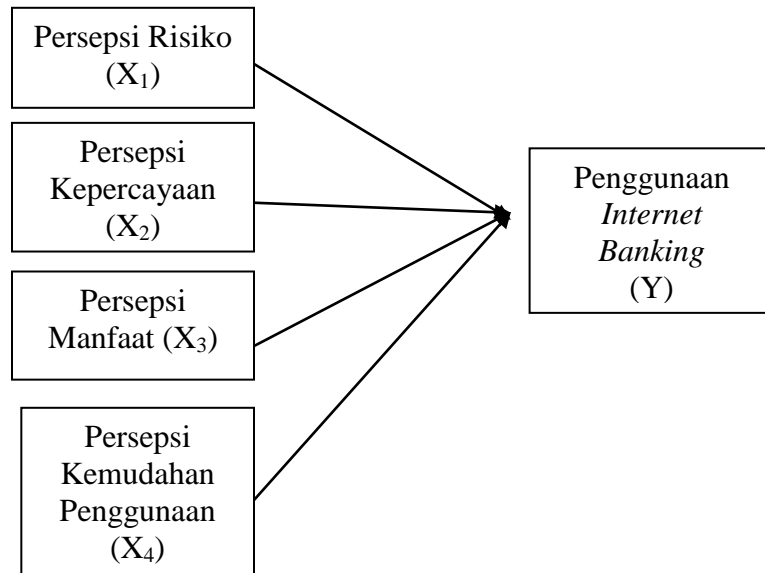
1. Variabel Penelitian terdahulu menggunakan variabel kecepatan internet, akses internet yang digunakan, dan keamanan internet.
2. Peneliti terdahulu objek penelitiannya adalah produk Sebuah analisis tingkat negara sedangkan peneliti sekarang adalah *Internet Banking*
3. Variabel Penelitian terdahulu dilaksanakan di Negara amerika serikat (USA) sedangkan penelitian saat ini dilaksanakan di Surabaya.

2.1.3 Muhammad Fadli, Rudy Fachrudin (2016)

Pada penelitian Muhammad Fadli, Rudy Fachrudin tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengguna Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)”. persepsi penggunaan terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi. Teknologi informasi yang dijadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah teknologi *Internet Banking*. *Internet Banking* merupakan salah satu jasa layanan bank

melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan (Nurastuti, 2011:113). Dari Salah satu fenomena.

Penelitian ini, bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *Internet Banking*. Untuk diterimanya teknologi *Internet Banking* tersebut dalam masyarakat, dibutuhkan beberapa ukuran atau parameter yang dapat memotivasi masyarakat tersebut menerima pelayanan *Internet Banking*. Dalam penelitian ini digunakan parameter persepsi dari risiko, kepercayaan dan pemanfaatan serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas internet banking tersebut. Persepsi risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas *Internet Banking*. Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal seperti serangan hacker dan lain sebagainya. Adanya antisipasi dan jaminan dari bank terkait risiko tersebut, diharapkan dapat melahirkan sikap kepercayaan dari para nasabah untuk mencoba fasilitas internet banking. Berikut adalah kerangka pemikiran dari peneliti Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin (2016)



Sumber : Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin (2016)

Gambar 2.3

KERANGKA PEMIKIRAN MUHAMMAD FADLI, RUDY FACHRUDIN (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dan penelitian sekarang mempunyai persamaan dan perbedaan, diantaranya :

Persamaan penelitian:

1. Variabel penelitian saat ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan kuisioner.
2. Variabel Penelitian terdahulu dan penelitian saat menggunakan Internet Banking sebagai variabel terikat.

Perbedaan Penelitian:

1. Variabel Penelitian terdahulu menggunakan minat untuk menggunakan layanan *Internet Banking*.

2. Penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah produk Sebuah analisis tingkat negara sedangkan penelitian sekarang adalah penggunaan *Internet Banking*
3. *Penelitian terdahulu dilaksanakan di Bank Umum di kota Banda Aceh* sedangkan penelitian sekarang dilaksanakan di Surabaya

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN
PENELITIAN SAAT INI

Keterangan	Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)	Samer Takieddine, Jun Sun (2015)	Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin (2016)	Iklimatul.k
Variabel Bebas	Web service quality customer trust perceived privacy and security, perceived ease of use, customer feedback	Internet speed (broadband) internet access/use, and internet security	Persepsi risiko persepsi kepercayaan persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan	Kepercayaan persepsi kemudahan, keamanan terhadap penggunaan
Variabel Terikat	Internet banking adoption	Internet banking	Penggunaan <i>Internet Banking</i>	Penggunaan Internet Banking
Teknik Analisis	<i>Multiple Regression Analysis</i>	<i>Multiple Regression Analysis</i>	<i>Multiple Regression Analysis</i>	<i>Multiple Regression Analysis</i>
Instrumen Penelitian	Kuisisioner	Kuisisioner	Kuisisioner	Kuisisioner
Jumlah Responden	476 responden	100 responden	100 responden	110 responden
Objek penelitian	Study in the Jordanian Banking Sector	<i>Banking USA</i>	Nasabah Bank BCA di Surakarta	Nasabah bank BCA
Pengukuran	Skala Likert	Skala Likert	Skala Likert	Skala Likert
Lokasi	<i>Jordanian</i>	USA	Banda Aceh	Indonesia (Surabaya)
Hasil	The study found that the unique contribution of independent variables is respectively accounted for the website quality, customer trust, perceived ease of use, and perceived privacy and security. The dimension of feedback is negatively influenced customers' adoption <i>Internet Banking</i>	Using path modeling, this paper found that all the four country-level independent variable-GNI-PP, internet access, internet speed, and internet security directly or indirectly affect the <i>Internet Banking</i> diffusion	Persepsi kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan, berpengaruh positif terhadap penggunaan internet banking, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i> pada nasabah bank umum di kota Banda Aceh	Pengaruh Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i> , persepsi kemudahan penggunaan, berpengaruh negatif signifikan dan keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i>

2.2 Landasan Teori

Penelitian menggali informasi dari penelitian sebelumnya dalam rangka untuk mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah dan teori-teori yang ada dijabarkan sebagai berikut.

2.2.1 Kepercayaan

Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan setiap manajemen bank, hal ini karena loyalitas nasabah akan membuat bank mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan keuntungan dari bank tersebut. Berbagai usaha dilakukan oleh pihak bank untuk menarik nasabah baru dan menjaga loyalitas dari nasabah yang sudah ada. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan adalah melalui peningkatan nilai dan kepercayaan terhadap nasabah prioritas. Nasabah prioritas ini walaupun jumlahnya sedikit namun jumlah dana mereka yang tersimpan di bank cukup besar. Sehingga nasabah prioritas tersebut diberi pelayanan khusus untuk memberikan nilai tambah dibandingkan dengan nasabah biasa dan juga tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut terus dijaga agar nasabah prioritas ini tidak berpindah ke bank pesaing. Oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi sangat penting.

Menurut hasil penelitian Muhammad Fadhli (2016:274) kepercayaan dapat diukur dengan beberapa hal, yaitu :

1. Kemampuan perbankan
2. Kebaikan
3. Tidak merugikan

2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa *Internet Banking* membawa suatu kemudahan bagi penggunanya. Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju atau merasa mudah dalam menggunakan fasilitas *Internet Banking*, baik itu mudah dipelajari dan terawasi, serta jelas dan mudah dimengerti, mudah dikuasai dan mudah digunakan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel persepsi kemudahan penggunaan *Internet Banking*. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem bertransaksi melalui *Internet Banking*, atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan untuk menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya

Menurut hasil penelitian Muhammad Fadhli (2016;274) kemudahan penggunaan yang dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari.
2. Mudah dimengerti.
3. Mudah digunakan.

2.2.3 Keamanan

Keamanan merupakan suatu usaha untuk menghindari timbulnya atau adanya ancaman kejahatan yang akan mengganggu. Keamanan sebaiknya memiliki unsur-unsur seperti adanya proteksi, integritas, keaslian suatu data, serta memiliki hak akses. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, demikian juga halnya dengan keamanan . Saat ini keamanan teknologi menjadi hal yang sangat penting pada setiap instansi perusahaan maupun untuk kalangan individu. Segala hal baik keamanan pada lingkungan, maupun

keamanan untuk data-data serta sistem yang ada. Keamanan menjadi sangat penting saat ini, karena semakin meningkatnya serangan atau tindakan kejahatan khususnya di dunia teknologi. Berikut ini merupakan contoh-contoh semakin meningkatnya frekuensi serangan keamanan di Indonesia karena kurangnya kesadaran akan keamanan. Keamanan ini untuk mencegah para hacker mengganggu transaksi

1. Keamanan bertransaksi
2. Nyaman digunakan
3. Informasi yang diberikan akurat

2.2.4 Penggunaan *Internet Banking*

Internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Pada dasarnya *Internet Banking* dibuat guna memudahkan kedua belah pihak antara nasabah dan pihak bank. Dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju dalam menerapkan atau menggunakan *Internet Banking*, yang dapat dilihat dari frekuensi penggunaannya serta konsisten, keberagaman transaksi (diversitas) dan tentunya sesuai dengan kebutuhan para penggunanya. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel penggunaan *Internet Banking*. Menurut hasil penelitian Muhammad Fadhli (2016;274) kemudahan penggunaan yang dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Frekuensi penggunaan.
2. Konsisten.
3. Sesuai.

2.3 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Tergantung

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang dihubungkan hubungan antara variabel pada penelitian yang penulis lakukan merupakan hubungan kausal yang dimaksud yang hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat jika ada variabel yang mempengaruhi (variabel independent) dan variabel yang dipengaruhi (variabel dependen).

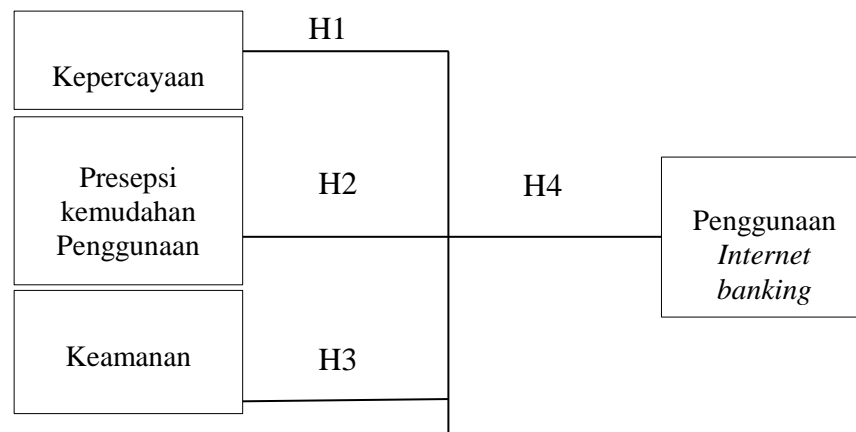
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Internet Banking

Internet Banking harus melakukan kepercayaan untuk menarik nasabah. Menurut Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi (2016) dalam Jurnal Hussein Ahmad Alwan Al-Zu'bi (2016) , kepercayaan nasabah pada *Internet Banking* termasuk Keandalan dari *Internet Banking* mewakili keyakinan bahwa *Internet Banking* akan memberikan nilai yang menjanjikan dan kepercayaan mengacu pada posisi dari persepsi kemudahan penggunaan untuk menempatkan kepentingan nasabah sebagai pertimbangan utama. Nasabah yang memiliki komitmen pada *Internet Banking* akan mempunyai kepercayaan yang kuat untuk memberikan kesetiaan pada nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pada *Internet Banking* maka, semakin besar pula kesetiaan nasabah pada kualitas *Internet Banking*. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa kepercayaan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam *Internet Banking*. Lebih jauh lagi, patut dicatat bahwa penelitian yang sedikit, dalam konteks telah mencurahkan perhatian yang cukup untuk menyelidiki motivasi bank dalam mengadopsi internet layanan perbankan. Namun, penelitian ini mengusulkan model baru yang mengintegrasikan faktor dengan internet adopsi perbankan di perbankan Jordania. Ini menambahkan faktor baru yang tidak diselidiki dalam penelitian sebelumnya "Umpan balik

nasabah" yang mungkin memiliki dampak signifikan pada penerapan perbankan di negara Jordanian.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.4

KERANGKA PEMIKIRAN (2017)

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian terdahulu, dan landasan teori, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H₁ : Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia surabaya
- H₂ : Presepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia surabaya

H₃ : Keamanan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya

H₄ : Kepercayaan, persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* pada Bank Central Asia Surabaya