

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

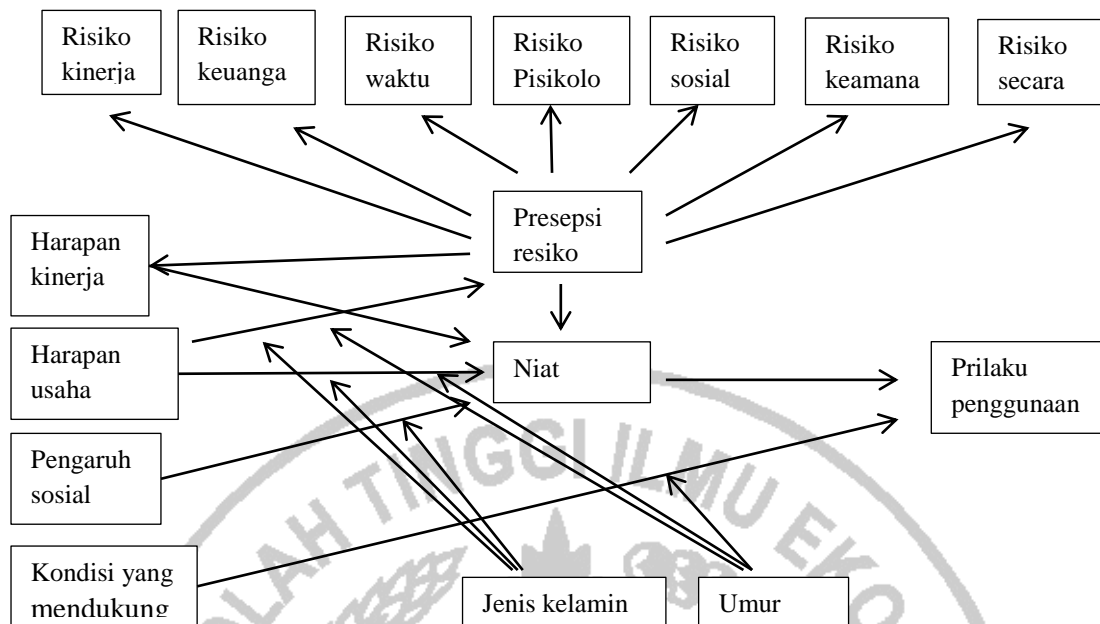
#### **3.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai bahan masukan serta bahan kajian yang berkaitan dengan penelitian ini

##### **a) Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012)**

Penelitian ini yang diteliti oleh . Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic yang meneliti tentang *Understanding the Internet Banking Adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application*. Variabel bebas yang digunakan oleh penelitian ini adalah harapan kinerja, harapan usaha, kondisi yang mendukung, pengaruh sosial, risiko kinerja, risiko keuangan, risiko waktu, risiko psikologi, risiko sosial, risiko keamanan, risiko secara keseluruhan dan niat menggunakan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berbahasa Inggris lalu diterjemahkan ke dalam bahasa portugis, kuesioner diletakkan di Web melalui layanan Web hosting gratis. Sebagian besar item diukur dengan menggunakan skala Likert tujuh poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) untuk benar-benar setuju (7). Niat menggunakan (BI) diukur dengan meminta responden tentang niat dan rencana untuk menggunakan teknologi selama bulan-bulan berikutnya. Untuk mengevaluasi Penggunaan (UB), salah satu frekuensi yang sebenarnya item yang diukur pengguna penggunaan internet banking (belum digunakan, setahun sekali, enam bulan sekali, tiga bulan sekali, sebulan sekali, seminggu sekali, sekali dalam

4- 5 hari, sekali dalam 2-3 hari dan hampir setiap hari). Pertama, survei percontohan (dengan 100 responden) dilakukan (bulan April 2012) dengan tujuan menyempurnakan pertanyaan dan untuk mendapatkan komentar tambahan tentang isi dan struktur. Sejumlah total 726 mahasiswa dan mantan mahasiswa dari universitas dihubungi melalui e-mail pada bulan Mei 2012 dengan hyperlink survei, dan total 173 respon yang divalidasi. Kemudian, e-mail kedua dikirim ke orang-orang yang tidak menjawab (dengan selisih dua minggu), dan akhirnya, setelah proses pemurnian, total 249 respon yang valid. Untuk menguji bias nonresponse, peneliti membandingkan distribusi sampel dari kelompok responden pertama dan kedua. Peneliti menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) tes untuk membandingkan distribusi sampel dari kedua kelompok. Tes K-S menunjukkan bahwa distribusi sampel dari dua kelompok independen tidak berbeda secara statistik. Ini berarti bahwa tidak ada bias nonresponse. Selanjutnya, peneliti meneliti metode bias umum dengan menggunakan uji satu-faktor Harman. Hasil dari penelitian ini Harapan kinerja pada niat menggunakan berpengaruh signifikan positif, Upaya harapan pada niat menggunakan berpengaruh signifikan positif, pengaruh sosial pada niat menggunakan berpengaruh signifikan positif, niat menggunakan pada penggunaan, persepsi resiko pada tujuh resiko berpengaruh signifikan positif, sedangkan kondisi mendukung pada penggunaan tidak berpengaruh signifikan, persepsi resiko pada niat menggunakan berpengaruh signifikan negative, persepsi resiko pada harapan kinerja berpengaruh signifikan negatif, dan harapan usaha pada persepsi resiko berpengaruh signifikan negatif. Variable terikat yang digunakan oleh penelitian ini yaitu penggunaan:



Sumber : *Understanding the Internet Banking Adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application (2014)*

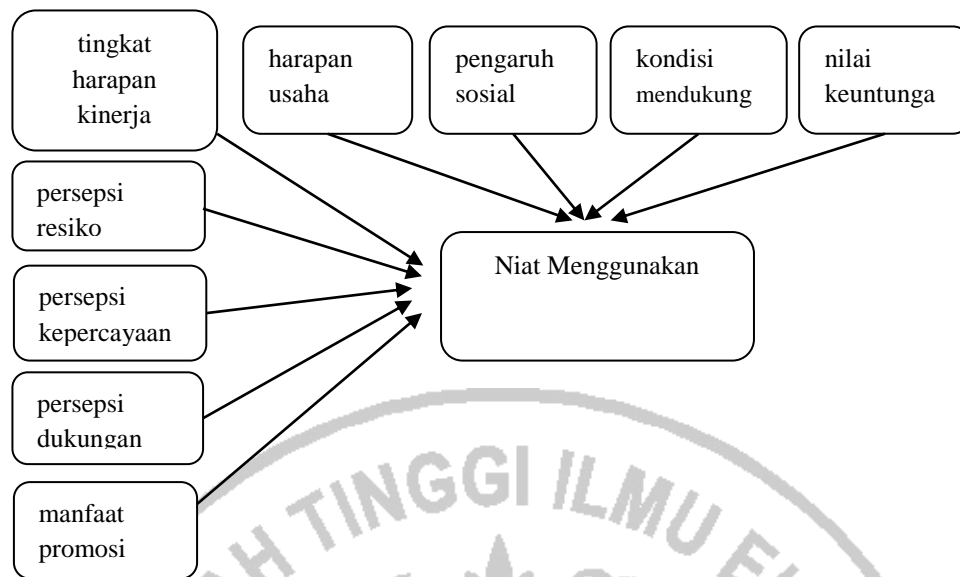
Gambar 2.1  
Kerangka pemikiran Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2014)

#### b) **Khushbu Madan Rajan Yadav (2016)**

Penelitian yang dilakukan oleh Khushbu Madan Rajan Yadav meneliti tentang *Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective*. Penelitian ini telah bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile wallet* sebagai metode alternatif untuk melakukan pembayaran untuk membeli barang dan jasa. Adapun variabel-variabel bebas yang digunakan oleh peneliti yaitu tingkat harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi mendukung, nilai keuntungan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, persepsi dukungan regulasi, manfaat promosi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa pasca sarjana dan pekerja

profesional yang berasal dari Kawasan Delhi Nasional Capital (Delhi NCR) di India dengan dua persyaratan, pertama responden harus memiliki smartphone yang berbasis internet. Lalu kedua, mereka harus memiliki rekening di bank. Dari variabel-variabel independen dipertimbangkan dalam penelitian ini, dua telah dikembangkan dan diperkenalkan dalam konteks studi adopsi mobile wallet untuk pertama kalinya. Semua item diukur pada skala Likert tujuh poin mulai dari "sangat tidak setuju (1)" untuk "sangat setuju (7)".

Mengingat sifat masalah penelitian di mana ada kekurangan dari kerangka sampling yang tepat untuk populasi, penelitian ini menggunakan penilaian, bola salju dan teknik convenience sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik penilaian dan snowball sampling terutama diterapkan selama fase uji coba saja. Teknik convenience sampling digunakan dalam survei utama yang dilakukan di bulan Agustus dan September 2015. Harapan kinerja, Pengaruh sosial, Kondisi mendukung, Persepsi nilai, Persepsi resiko, Persepsi kepercayaan, Persepsi dukungan regulasi, dan Manfaat promosi berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku. Sedangkan harapan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.



Sumber : *Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective* oleh Khushbu Madan Rajan Yadav (2016)

Gambar 2.2  
Kerangka pemikiran Khusbu Madam Rajan Yadav (2016)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel harapan kinerja, pengaruh sosial, kondisi mendukung, nilai keuntungan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, persepsi dukungan regulasi, manfaat promosi berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *mobile wallet* . sedangkan harapan usaha berpengaruh signifikan negatif terhadap adopsi *mobile wallet* .

**Tabel 2.1**  
**TABEL PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN**

<b>Peneliti Terdahulu</b>	Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012)	Khushbu Madan Rajan Yadav (2016)	I Gede Bagus Eka Sentosa (2017)
<b>Judul</b>	<i>Understanding the Internet Banking Adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application</i>	<i>Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective.</i>	Pengaruh Sosial dan Kondisi yang mendukung Pada Prilaku Pengguna Dengan Mediasi Niat Prilaku Pada Internet Banking Bank BNI di Surabaya
<b>Variabel Terikat</b>	Penggunaan	Niat menggunakan	penggunaan
<b>Variabel Bebas</b>	harapan kinerja, harapan usaha, kondisi yang mendukung, pengaruh sosial, risiko kinerja, risiko keuangan, risiko waktu, risiko psikologi, risiko sosial, risiko keamanan, risiko secara keseluruhan dan niat menggunakan	Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi mendukung, nilai keuntungan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, persepsi dukungan regulasi, manfaat promosi.	Pengaruh sosial dan Kondisi yang mendukung
<b>Instrument penelitian</b>	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
<b>Jumlah responden</b>	249 orang	210 orang	100 orang
<b>Teknik pengambilan sampel</b>	-	Judgement dan bola salju sampling.	Judgement Sampling
<b>Lokasi</b>	Portugal	Delhi, NCR India	Surabaya, Indonesia
<b>Teknik Analisi Data</b>			PLS-SEM
<b>Objek penelitian</b>	<i>Internet Banking</i>	<i>Mobile Walletp</i>	<i>Internet Banking</i>
<b>Hasil</b>	Harapan kinerja signifikan positif, Upaya harapan berpengaruh positif, pengaruh sosial berpengaruh positif, niat menggunakan berpengaruh positif, kondisi mendukung tidak berpengaruh, persepsi resiko berpengaruh negative, persepsi resiko berpengaruh negatif, dan harapan usaha	Harapan kinerja, Pengaruh sosial, Kondisi mendukung, Peresepsi nilai, Presepsi resiko, Presepsi kepercayaan, Presepsi dukungan regulasi, dan Manfaat promosi berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku. Sedangkan harapan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan	

Sumber : Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012, Khushbu Madan Rajan Yadav (2016)

## 3.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengaruh Sosial

Pengertian Pengaruh Sosial adalah menurut Nugroho J Setiadi berpendapat bahwa factor sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen, factor sosial yang dimaksud adalah kelompok refrensi yang berpengaruh dari keluarga,teman,tetangga,teman sejawat,dan kelompok aspirasi.

Menurut Ben Chang (2015) mendefinisikan pengaruh sosial sebagai "tingkat di mana seseorang percaya bahwa orang lain mengira mereka harus menggunakan layanan perdagangan elektronik". Mahadeo (2009) mendefinisikan pengaruh sosial ke eksternal dan interpersonal. Yang pertama mencakup laporan media massa, pendapat ahli, dan informasi nonpersonal lainnya, sementara yang lainnya mencakup kata dari mulut ke mulut dari teman, kolega, dan atasan.

Keputusan yang akan dipilih oleh responden setelah mengevaluasi pengaruh yang diberikan oleh orang yang disekitar, orang yang dipercaya dan orang yang berpengalaman dalam menggunakan Internet Banking. Pengaruh sosial telah diuji sebelumnya pada sampel yang berbeda, yang menunjukkan hasil bahwa, seseorang individu merasakan bahwa orang lain harus menggunakan sistem baru karena lingkungan sekitar, pengaruh sosial menggunakan *internet banking* dapat diukur sebagai berikut:

1. Lingkungan sekitar
2. Orang yang dipercaya
3. Pengetahuan dari orang yang sudah berpengalaman (senior)

1. Orang-orang biasa saya mintai saran berfikir saya seharusnya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who influence my behavior think that I should use internet banking*)
2. Orang-orang yang saya anggap penting menyarankan saya menggunakan *internet banking* Bank BNI (*People who are important to me think that I Should use internet banking*)
3. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan *internet banking* terlihat lebih bergengsi di banding yang tidak menggunakan. (*People in my environtment who use intertnet banking service have more prestige than those who do not*)
4. Orang-orang di disekitar saya yang menggunakan *internet banking* terlihat lebih tinggi status sosialnya di banding yang tidak menggunakan (*People in my environment who use internet banking servis have hight profil*)
5. Penggunaan *internet banking* menjadi symbol kelas atas. (*Having internet banking services is a status symbol in my invirontment*)

### **2.2.2 Kondisi yang mendukung**

Kondisi mendukung adalah sebuah konsep yang bertujuan untuk mengukur persepsi pengguna lingkungan teknologi. Kondisi mendukung mencerminkan pengaruh infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan *Internet Banking*, seperti pengguna pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya, Ana Carolina (2014).

1. Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan *Internet Banking*. (*I have the resources necessary to use Internet Banking*)



2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Internet Banking*. (*I have the knowledge necessary to use Internet Banking*)
3. Terdapat bantuan dalam nasabah menggunakan *Internet Banking* (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
4. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)
5. *Internet Banking* tidak sesuai dengan sistem lain yang saya gunakan. (*Internet Banking is not compatible with other systems I use*)

### 2.2.3 Niat Menggunakan *Internet Banking*

- a. Berniat menggunakan internet banking pada bulan-bulan mendatang
- b. Prediksi menggunakan internet banking pada bulan-bulan mendatang
- c. Berencana menggunakan internet banking pada bulan-bulan mendatang
- d. menggunakan internet banking pada bulan-bulan mendatang
- e. Berniat melakukan transfer melalui internet banking

Jogianto (2007:32) Minat Prilaku masih merupakan suatu minat. Minat adalah keinginan untuk melakukan prilaku, minat belum berupa prilaku. Prilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Minat menggunakan adalah suatu fungsi dari sikap dan norma-norma subyektif terhadap perilaku. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku di prediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku itu. Minat perilaku adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu prilaku yang tertentu. Seseorang akan

melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto,2009:116).

Jogiyanto (2009:31) terdapat teory tindakan beralasan yang mengandung penentu dasar minat, yaitu:

1. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

2. Faktor Sosial Faktor sosial adalah sikap seseorang dikombinasikan dengan norma-norma subyektifnya akan membentuk minat perilakunya. Norma subyektif yaitu presepsi atau pandanganseseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang di pertimbangkan.

Niat menggunakan merupakan keinginan di dalam rangka memiliki, menggunakan atau membuang produk atau jasa. Agar dapat memahami perilaku daripada pengguna atau konsumen secara tepat pemasar perlu memperhatikan tindakan langsung yang di lakukan konsumen untuk mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang atau jasa. perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang di lakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Memiliki rencana Berniat menggunakan *internet*

*banking* pada Bank BNI bulan mendatang. (*intend to use the system in the next months.*)

1. Prediksi menggunakan *internet banking* pada Bank BNI bulan-bulan mendatang. (*predict would use Internet Banking in the next months.*)
2. Berencana untuk menggunakan sistem dalam bulan selanjutnya. (*plan to use the system in the next months.*)
3. Berniat melihat saldo rekening melalui *internet banking*. (*intend to consult the balance of account on the platform of internet banking*)
4. Berniat melakukan transfer melalui *internet banking*. (*intend to perform a transfer on the platform of internet banking*)

#### **2.2.4 Penggunaan internet banking**

Jogiyanto (2009:26) Prilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Prilaku adalah sikap yang telah dilakukan responden dalam pengguna Internet banking. Menurut Jogiyanto (2009:35) di dalam teory tindakan beralasan ingin menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan prilaku, sebagai berikut:

1. Perilaku diasumsikan ditentukan oleh minat.
2. Minat-minat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku dan norma-norma subyektif.
3. Mempertimbangkan sikap-sikap dan norma-nortma subyektif dalam bentuk kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi-ekspektasi normative dari orang yang direfrensi yang relevan.

Jogiyanto (2009:28) Proses yang terlibat dalam perilaku dijelaskan sebagai berikut:

1. Seseorang membentuk suatu keinginan atau minat untuk melakukan perilaku tertentu. Minat diasumsikan mampu menangkap factor-faktor motivasional yang mempunyai suatu dampak pada perilaku. Faktor-faktor ini adalah indikasi-indikasi tentang seberapa banyak usaha direncanakan supaya dapat melakukan perilakunya.
  2. Suatu usaha kemudian diperlukan untuk menterjemahkan suatu minat menjadi suatu tindakan. Diasumsikan bahwa perilaku kenyataannya adalah dibawah control kemauan, maka usaha yang dilakukan juga akan dihasilkan suatu tindakan yang dimau.
1. Setahun sekali (*once a year*)
  2. Enam bulan sekali (*once in six months*)
  3. Tiga bulan sekali (*once in three months*)
  4. Sebulan sekali (*once a month*)
  5. Seminggu sekali (*once a week*)
  6. 4-5 hari sekali (*once in 4-5 days*)
  7. 2-3 hari sekali (*once in 2-3 days*)
  3. Hampir setiap hari (*almost every day*)

### **2.2.5 Hubungan Pengaruh Sosial dengan Niat Menggunakan *Internet Banking***

Menurut Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Pengaruh sosial (SI) mencerminkan pengaruh faktor lingkungan . Pendapat

mereka akan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi layanan internet banking. SI mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan dipengaruhi oleh pendapat keluarga, saudara atau teman mereka. Pengaruh Sosial (SI) dapat didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasa bahwa orang penting lainnya (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Didalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *Internet Banking* Bank BNI.

#### **2.2.6 Hubungan Niat Menggunakan dengan Penggunaan *Internet Banking***

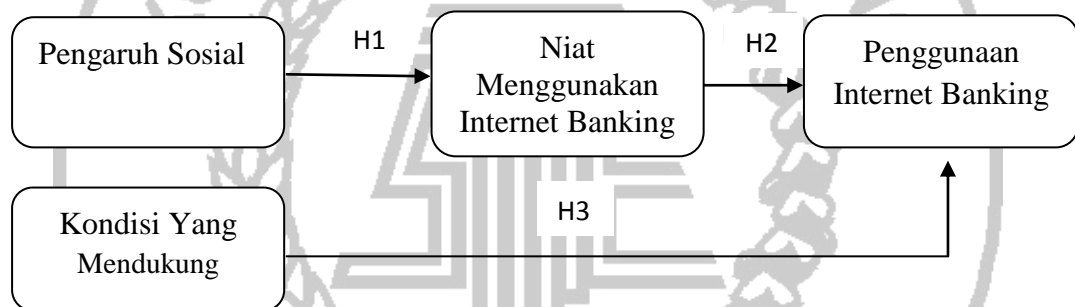
Menurut Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Untuk menjaga konsistensi dengan teori dasar untuk semua model niat, itu diharapkan niat menggunakan akan memiliki pengaruh positif yang signifikan. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa Niat menggunakan berpengaruh terhadap penggunaan *Internet Banking*.

#### **2.2.7 Hubungan Kondisi yang Mendukung dengan Penggunaan *Internet Banking***

Dalam penelitian Carolina Martins, Tiago Olivareira, dan Ales Popovic (2012) Kondisi yang mendukung (FC) mencerminkan efek organisasi dan teknis Infrastruktur untuk mendukung penggunaan perbankan Internet, seperti pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya pengguna. Hal ini mirip dengan persepsi kontrol perilaku. Menurut Khushbu Madan Rajan Yadav (2016) dalam penelitiannya menyebutkan Kondisi yang mendukung (FC) mencakup sumber daya dan lingkungan fisik yang diperlukan untuk adopsi dan penggunaan produk, layanan atau teknologi yang efektif. Kondisi yang mendukung (FC) mengacu

pada kepercayaan seseorang tentang memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi layanan apa pun. Kondisi yang mendukung (FC) telah dianggap oleh banyak peneliti sebelumnya sebagai faktor penting yang menentukan maksud penggunaan secara signifikan untuk teknologi serupa seperti internet, mobile commerce, mobile banking dan sejenisnya. Dalam penelitian Carolina (2016) menyatakan bahwa Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan internet banking.

### 2.3 Kerangka pemikiran



**Gambar 2.4**  
**Kerangka Pemikiran**

Sumber : Diolah

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Perumusan Hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan internet banking BNI di Surabaya.
- H2 Niat menggunakan internet banking berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking BNI di Surabaya.
- H3 Kondisi yang mendukung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking BNI di Surabaya.