

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

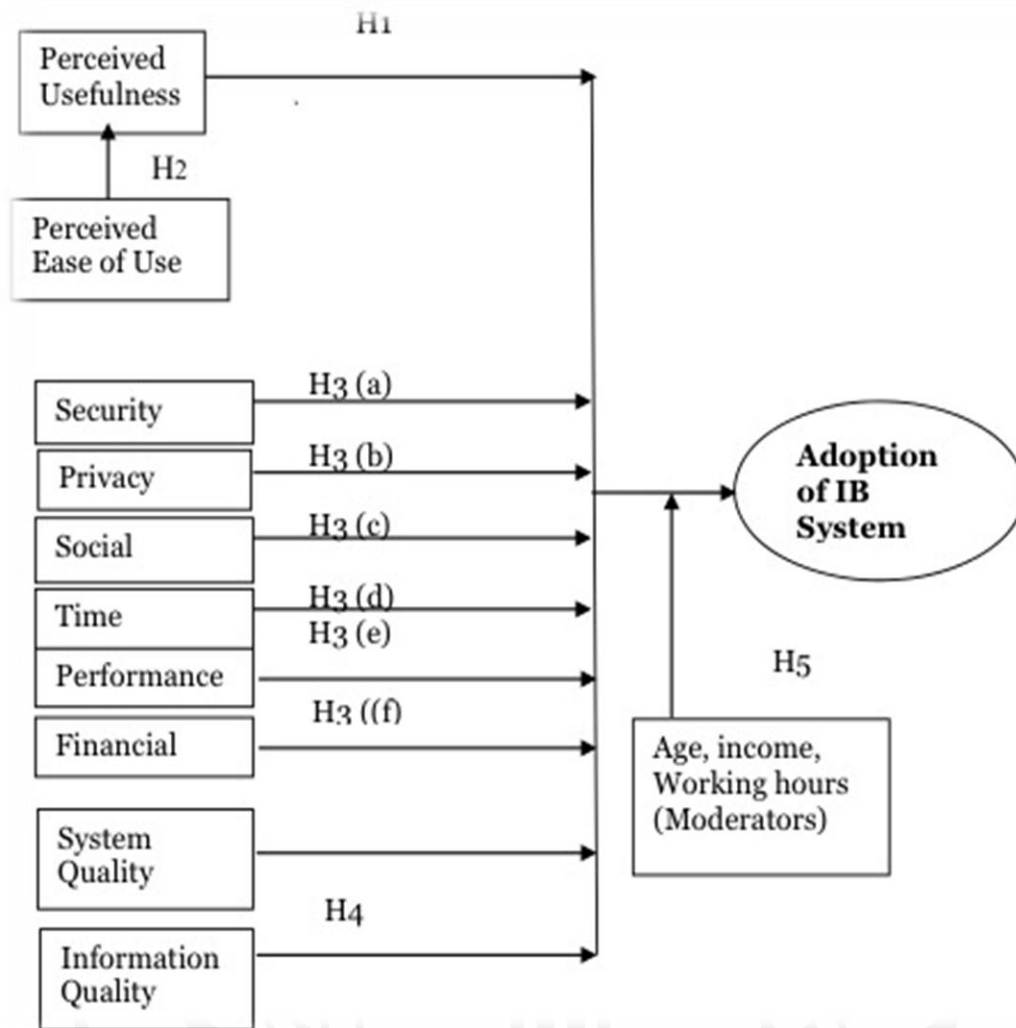
2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu, antara lain :

2.1.1 Jayasiri, N. K. ,Gunawaradana K. D. ,Dharmadasa P. (2015)

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model diperpanjang untuk memprediksi adopsi pelanggan internet banking berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM). Unit pengambilan sampel dalam survei ini adalah dengan menggunakan kuesioner online dirancang dan dikirim ke pengguna internet banking di tiga bank komersial lokal yang dipilih di Sri Lanka. Sebanyak 600 kuesioner online yang dikirim oleh tiga bank komersial yang dipilih untuk pengguna internet banking mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi internet banking secara positif dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, keamanan, dirasakan segi social, dan kualitas system dirasakan dan variabel yang ditemukan menjadi factor yang paling berpengaruh menjelaskan adopsi layanan internet banking.

Selain itu, analisis mengungkapkan bahwa ada dampak moderator pada hubungan antara variable independen dan variabel dependen melalui usia, tingkat pendapatan responden dan jam kerja. Adapun kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Jayasiri, N. K., Gunawaradana K. D., Dharmadasa P. (2015)

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Jayasiri, N. K., Gunawaradana K. D., Dharmadasa P. (2015)

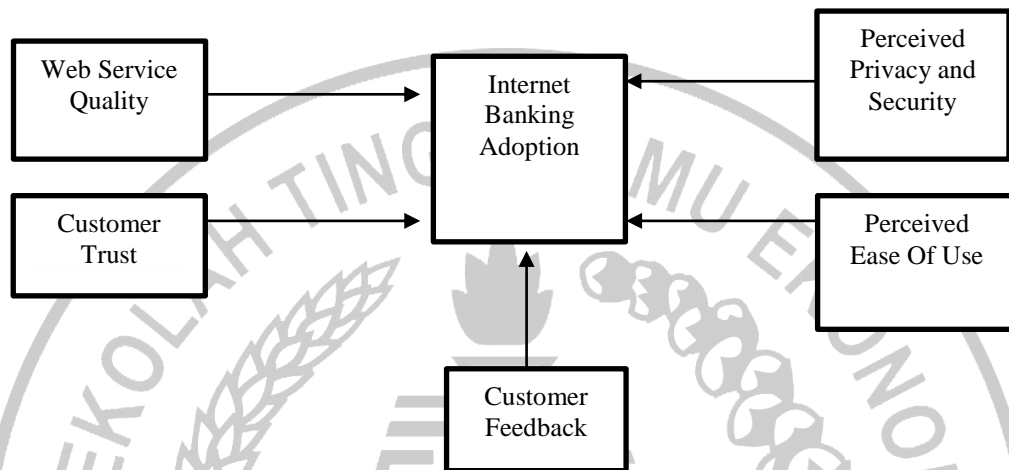
Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah kesamaan dalam salah satu variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan, keamanan dan manfaat yang dirasakan yang akan dilakukan. Metode pengumpulan data yaitu kuisioner, dan teknik pengumpulan data menggunakan judgemental and purposive. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah beberapa variabel bebas yang tidak di gunakan pada penelitian yang akan dilakukan seperti sosial, waktu, performa, keuangan, kualitas sistem, system informasi.

2.1.2 Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)

Penelitian bertujuan untuk menyelidiki adopsi Internet Banking oleh nasabah bank komersial Yordania, hambatan menahan pertumbuhan dan solusi untuk jadi saya rintangan utama bahwa wajah ini inovatif teknologi. Faktor digunakan untuk menentukan dimensi penelitian item sedangkan regresi sederhana dipekerjakan untuk menentukan relative yang pengaruh privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, customer kepercayaan dan umpan balik pelanggan di Internet banking Adopsi. Semua variabel independen memiliki dampak signifikan pada adopsi internet banking sementara yang terbaik predictor adopsi dicatat untuk kualitas website diikuti oleh kepercayaan pelanggan. Namun, tingkat adopsi rendah dan dilacak terutama oleh pelanggan dari tingkat pendidikan yang tinggi dan kemampuan yang tinggi dalam menggunakan aplikasi computer dan internet pengalaman.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa niat individu untuk mengadopsi internet banking secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh privasi yang

Dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kustomer kepercayaan, dan umpan balik pelanggan. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



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

Gambar 2.2

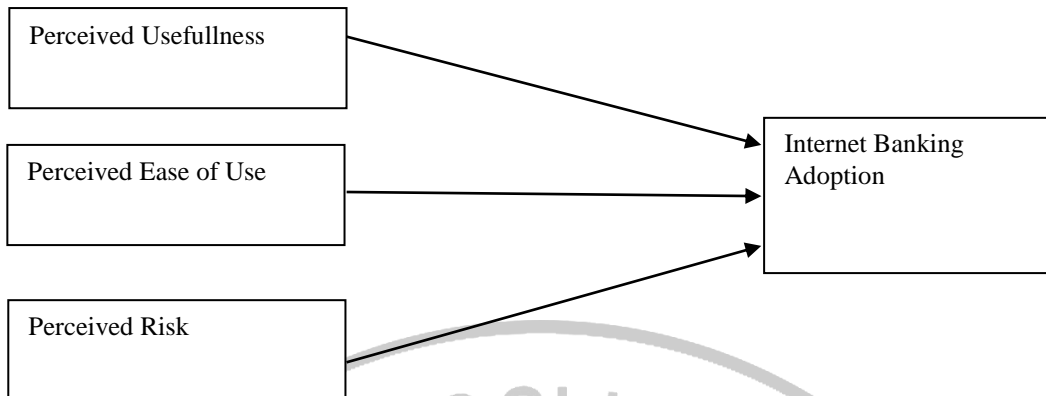
Kerangka Pemikiran Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah kesamaan dalam beberapa variabel bebas yaitu kepercayaan nasabah, kesamaan lainnya adalah metode pengumpulan data yang digunakan yaitu survey. Perbedaannya terletak pada variabel bebas kemudahan penggunaan, servis kualitas broser, keamanan, umpan balik customer. Teknik pengumpulan data yang menggunakan probabilitas berkelompok dengan teknik analisis data *partial least squares* (PLS) regression.

2.1.3 Andretha S. E. Langelo (2013)

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap adopsi internet banking terutama kepada pelanggan yaitu dosen fakultas ekonomi dan bisnis. Metode pengumpulan data ini mengambil dari data pembagian kuesioner dengan ukuran sampel sekitar 40 dosen yang dipilih menggunakan metode sampling incidental dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Variabel penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda untuk mengelola datanya. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan dan resiko yang dirasakan berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking. Artinya bank harus memperbaiki kinerja layanan internet banking agar memberi manfaat yang berarti bagi pengguna dan memperbaiki keamanan transaksi melalui layanan internet banking untuk meningkatkan adopsi layanan internet perbankan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang adalah variabel yang digunakan pada penelitian ini digunakan seluruhnya pada penelitian yang akan datang. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: *Andretha S. E. Langelo (2013)*

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran *Andretha S. E. Langelo*

Tabel 2.4
PERBANDINGAN PENELITIAN SAAT INI DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Jayasiri NK, Gunawaradana KD, Dharmadasa P(2015)	Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016)	<i>Andretha S. E. Langelo(2013)</i>	Bella Kusuma Anggraeni(2017)
Judul Penelitian	Penerapan Perbankan Internet di Sri Lanka: Ekstensi ke Atas Model Penerimaan Teknologi	Penentu Adopsi Internet Banking antara Pelanggan Bank Umum: Sebuah Empiris Study di Yordania Perbankan Sektor	Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan keamanan terhadap pengguna Internet Banking Universitas Sam Ratulangi	Pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan Internet Banking BCA di Surabaya
Variabel bebas	Kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan, social, waktu, performa, keuangan, kualitas system, system informasi	Kepercayaan pelanggan, kualitas broser, kemudahan penggunaan, keamanan, umpan balik	Kemudahan penggunaan, keamanan dan manfaat yang dirasakan	Kemudahan penggunaan, keamanan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan nasabah

Variabel Terikat	Pengguna Internet Banking	Pengguna Internet Banking	Pengguna Internet Banking	Pengguna Internet Banking
Teknik Sampling	<i>Judgemental and purposive</i>	<i>Structural equation modeling and subgroup correlation analysis</i>	<i>Judgemental and purposive</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Jumlah Responden	600	116	100	100
Objek Penelitian	BCA Internet Banking	BCA Internet Banking	BCA Internet Banking	BCA Internet Banking
Lokasi	Malaysia	Jordanian	Jakarta, Indonesia	Surabaya, Indonesia
Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi internet banking secara positif dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, keamanan, dirasakan segi social, dan kualitas system dirasakan dan variabel yang ditemukan menjadi factor yang paling berpengaruh menjelaskan adopsi layanan internet banking.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa niat individu untuk mengadopsi internet banking secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kustomer kepercayaan, dan umpan balik pelanggan.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan dan resiko yang dirasakan berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap adopsi internet banking.

Sumber: Jayasiri, N. K. ,Gunawaradana K. D. ,Dharmadasa P. (2015), Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016), Andretha S. E. Angelo(2016), Agbemabiese George Cudjoe,Patrick Amfo Anim, dan Joseph Gerald Nii Tetteh Nyanyofio(2015).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Internet Banking

Bank Central Asia menjelaskan dalam websitenya *Internet Banking* merupakan aplikasi internet yang dapat diakses melalui *smartphone* sehingga dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan di manapun dan kapanpun. Aplikasi yang terdapat dalam BCA Mobile terdiri dari *m-banking* BCA, *Internet Banking* BCA, *Call* BCA dan *Info* BCA. *Internet banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, baik menggunakan jaringan *internet (internet banking mobile)* maupun dalam bentuk SMS atau pesan singkat sebagai sarana transaksi. Aplikasi ini aman digunakan karena dilengkapi dengan PIN pada *Internet Banking* BCA serta *mToken* pada *Internet Banking* BCA sebagai autentikasi

Menurut Bank Indonesia, saluran *Internet banking* pada dasarnya merupakan evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan juga pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya juga dapat dilakukan, namun tergantung pada akses dan batasan yang dapat diberikan bank. Aplikasi ini sudah dianggap praktis untuk memenuhi kebutuhan bertansaksi nasabah namun dalam prakteknya agak merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi apabila menggunakan SMS, kecuali pada bank-bank yang melakukan kerjasama dengan

operator seluler, menyediakan akses *banking* menu – Sim Tool Kit (STK) pada *simcardnya*.

Menurut Agbemabiese George Cudjoe, Patrick Amfo Anim, Joseph Gerald Nii Tetteh Nyanyofio (2015) *Internet banking* dapat didefinisikan sebagai fasilitas yang menyediakan layanan perbankan seperti informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan dan untuk mengetahui riwayat transaksi melalui ponsel pengguna.

2.2.2 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan terus menggunakannya. Sehingga kemudahan penggunaan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat untuk mempermudah bukan mempersulit pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan sistem tersebut tentu akan lebih mudah jika dibandingkan dengan orang yang bekerja secara manual. Kemudahan penggunaan juga merupakan keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem teknologi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem teknologi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Definisi diatas, dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan teknologi terhadap daya guna teknologi saling berkaitan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut karena nasabah beranggapan bahwa sistem mudah dipahami, simpel, dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, jika

layanan internet banking ini cenderung rumit, tidak mudah dipelajari, tidak simpel dan susah dalam pengoperasiannya, maka layanan internet banking tidak akan menimbulkan rasa minat bagi para nasabah untuk menggunakannya.

Jika para nasabah beranggapan bahwa penggunaan layanan sebuah sistem tidak membutuhkan banyak usaha maka internet banking akan sering digunakan. Kemudahan penggunaan disebut yang pelanggan sejauh mengakui internet banking sebagai mudah dimengerti dan menggunakan (Davis *et al*, 1989). Definisi ini menunjukkan bahwa dalam kasus pelanggan kurang pengalaman atau menemukan perbankan elektronik antar bank Iran dipengaruhi oleh penerimaan inovasi, pengembangan internet, dan layanan internet yang cepat, metode untuk digunakan, pengetahuan informasi, dan desain. Oleh karena itu, hipotesis berikut ini diusulkan Penerapan Internet banking sangat dipengaruhi oleh pelanggan persepsi kemudahan penggunaan.

Pendapat lain dari Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana kepercayaan individu dalam menggunakan sistem atau inovasi tertentu. Hal ini diyakini bahwa nasabah akan mengadopsi suatu inovasi atau sistem tertentu jika mudah untuk dipelajari atau digunakan. Sebuah sistem atau inovasi yang dianggap sulit untuk digunakan akan mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi sistem dan inovasi tersebut.

2.2.3 Keamanan

Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting dalam sebuah sistem teknologi. Namun akan menjadi masalah besar yang dialami bank jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:17) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online. Keamanan sistem adalah keamanan yang memfokuskan pada informasi disediakan layanan internet banking akurat, informasi pribadi nasabah terjaga kerahasiannya, setiap transaksi yang dilakukan selalu aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan layanan. Menurut Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Definisi dari keamanan dalam penelitian ini yaitu keamanan yang memfokuskan pada bagaimana jaringan pada system teknologi, keamanan data nasabah, jaringan dan isinya serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut dalam memenuhi fungsi komunikasi data.

Merujuk pada hasil penelitian Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) privasi dan keamanan memainkan peran penting dalam pertumbuhan kepercayaan di internet Banking karena saat pelanggan melakukan

informasi keuangan dan mengetahui bahwa pemrosesan informasinya akan sangat aman, mereka merasa nyaman dan nyaman.

2.2.4 Manfaat yang dirasakan

Menurut Jogiyanto (2007;114) Pemanfaatan yang dirasakan atau *Perceived usefulness* adalah sejauh mana individu dapat percaya bahwa menggunakan sistem akan dapat meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dari pengertian diatas maka dapat diketahui bahwa manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan individu tentang proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu sistem. Apabila seseorang percaya bahwa system teknologi akan berguna bagi dirinya maka orang tersebut akan menggunakannya, sedangkan sebaliknya apabila produk tersebut tidak berguna bagi dirinya maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut Davis *et al.* dalam Hapsara (2015) mendefinisikan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana individu yakin bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

Definisi dari manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini yaitu mengenai pendapat responden tentang tingkat kepuasan responden terhadap keuntungan yang didapatkan setelah memanfaatkan *internet banking*.

Merujuk pada hasil penelitian Mohammed Gamal Aboelmaged dan tarek R Gebba (2013) diketahui bahwa manfaat yang dirasakan oleh nasabah akan dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap adopsi mobile banking pada nasabah perbankan di Dubai, UAE.

2.2.5 Kepercayaan Nasabah

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, dimana bank harus memberikan rasa aman terhadap nasabahnya. Menurut Yousafzai *et al* (2012) factor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas. Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*), dalam hal ini kemampuan pihak bank dalam menyediakan dan melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain sehingga nasabah merasa puas dan aman saat melakukan transaksi.
2. Kebaikan hati (*benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan dari pihak bank dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.
3. Integritas (*integrity*), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan pihak bank memberikan info kepada nasabah sesuai fakta.

Kepercayaan (*trust*) sebagai suatu harapan dari pihak-pihak yang berhubungan (*participant*) akan keahlian, keandalan, keteladanan dan kejujuran dari mitranya. Menurut Kotler (2012:28) mengemukakan betapa pentingnya trust (kepercayaan) bagi perdagangan karena hubungan yang terjadi telah dicirikan oleh adanya kepercayaan yang tinggi sehingga pihak-pihak yang berkepentingan akan berkeinginan untuk melaksanakan komitmen mereka demi hubungan kerja sama yang sukses membutuhkan kepercayaan, saling menghormati dan menghargai, komunikasi yang baik serta kerelaan untuk berbagi mitranya.

Merujuk dari hasil penelitian Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa

Al-Zu'bi(2016) kepercayaan pelanggan terhadap system mengacu pada antusiasme pelanggan agar rentan terhadap layanan ini, kepercayaan pelanggan akan meningkat jika mereka merasa memiliki kontrol perbankan mereka yang tinggi.

2.2.6 Adopsi

Proses adopsi adalah proses yang dilewati individu dari pertama kali mendengar mengenai suatu inovasi sampai adopsi terakhir dan menjadi sebuah keputusan oleh seorang untuk menggunakan produk secara teratur (Kotler, 2014:178). Tahap-tahap dalam proses adopsi dengan mengikuti tahapan AIETA yaitu: kesadaran, menaruh minat, penilaian, percobaan dan penerimaan adapun karakteristik produk pada proses adopsi yaitu sebuah produk baru yang mempengaruhi tingkat adopsi. Sebuah produk yang mudah diterima oleh masyarakat jika produk tersebut memiliki keunggulan yang relative dari produk sebelumnya (Tatik Suryani, 2013:232)

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) yaitu keyakinan nasabah BCA Surabaya menggunakan *Internet Banking* BCA tidak membutuhkan atau melibatkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Kemudahan Penggunaan ini merupakan suatu keyakinan nasabah *Internet Banking* BCA Surabaya tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa *Internet Banking* BCA mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin bahwa

sistem tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak akan menggunakannya.

2.3.2 Pengaruh Keamanan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan BCA untuk meningkatkan mutu layanan *Internet Banking* BCA nya karena data nasabah dan transaksi yang dilakukan nasabah bersifat sangat rahasia. Menurut Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) diketahui bahwa keamanan dan privasi merupakan dua dimensi penting yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan *Internet Banking*. Keamanan merupakan penentu penting bagi perbankan, keamanan mengacu pada kepercayaan apakah dapat terjaga dengan baik atau tidak, keamanan yang dirasakan oleh nasabah BCA Surabaya dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap adopsi *Internet Banking* BCA Surabaya.

2.3.3 Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap adopsi Internet Banking BCA Surabaya

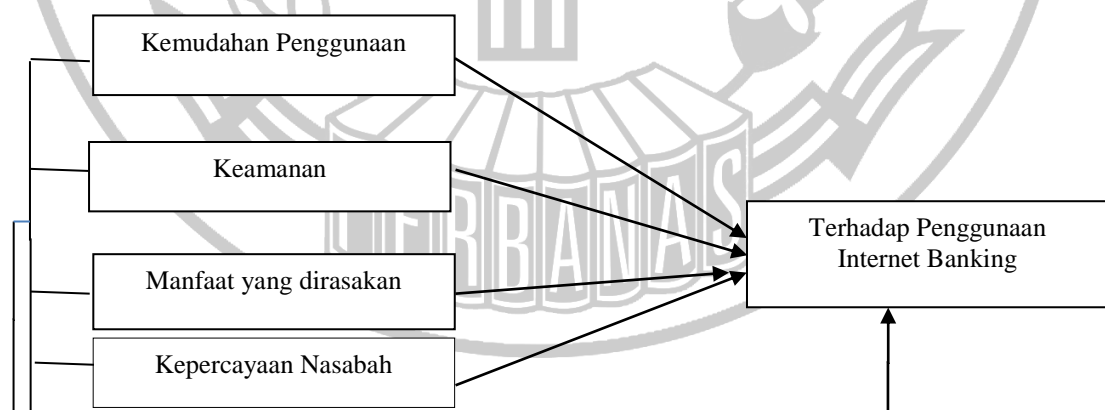
Manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan nasabah BCA Surabaya tentang proses pengambilan keputusan untuk menggunakan *Internet Banking* BCA. Apabila nasabah percaya bahwa *Internet Banking* BCA akan berguna bagi dirinya maka nasabah akan menggunakannya, sedangkan sebaliknya apabila *Internet Banking* BCA tersebut tidak berguna bagi dirinya maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007;114) Pemanfaatan yang dirasakan atau *Perceived usefulness* adalah sejauh mana nasabah BCA Surabaya

percaya bahwa menggunakan *Internet Banking* BCA akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Adopsi Internet Banking BCA di Surabaya

Kepercayaan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh BCA Surabaya untuk meningkatkan nasabah *Internet Banking* BCA Surabaya. Menurut Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) Kepercayaan nasabah terhadap *Internet banking* BCA Surabaya mengacu kepada antusiasme pelanggan agar rentan terhadap layanan ini. Kontrol berperilaku transaksi perbankan akan meningkat jika para nasabah merasa memiliki kontrol perbankan yang tinggi dalam melakukan transaksi. Kualitas layanan yang baik *Internet Banking* BCA Surabaya yaitu kualitas layanan dapat dipercaya dalam bertransaksi perbankan.

Kerangka pemikiran ini didasarkan pada perpaduan model oleh beberapa peneliti sebelumnya. Adapun deskripsi kerangka pemikiran selengkapnya disajikan pada gambar berikut ini



Sumber : Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016), Jayasiri NK, Gunawaradana KD, Dharmadasa P(2015), Agbemabiese George Cudjoe, Patrick Amfo Anim, dan Joseph Gerald Nii Tetteh Nyanyofio(2015).

Gambar 2.4

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

- H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi Internet Banking pada Bank BCA Surabaya.
- H2: Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi internet banking pada Bank BCA Surabaya.
- H3: Manfaat yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi Internet Banking pada Bank BCA Surabaya.
- H4: Kepercayaan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi Internet Banking pada Bank BCA Surabaya.
- H5: Kemudahan penggunaan, keamanan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan nasabah secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap adopsi Internet Banking pada Bank BCA Surabaya.