

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Bagian ini akan menjelaskan beberapa penelitian terdahulu yang didapatkan dari berbagai sumber sebagai pedoman dalam meneliti harapan terhadap kinerja terhadap penggunaan *internet banking* dengan Mediasi niat menggunakan *internet banking* pada Pengguna *Internet Banking*. Peneliti menggunakan tiga sumber artikel jurnal. pertama adalah jurnal penelitian dari Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2014), kemudian artikel dari Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo (2015) dan yang terakhir adalah artikel penelitian dari R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani (2013).

1.1.1 Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic 2013

Penelitian yang satu ini, peneliti mendapatkan jurnal penelitian dari International Journal of Information Management yang berjudul *Understanding the Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application* yang ditulis oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic yang dibuat pada tahun 2013 yang akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian saat ini dan akan dijelaskan secara singkat mengenai penelitiannya seperti berikut :

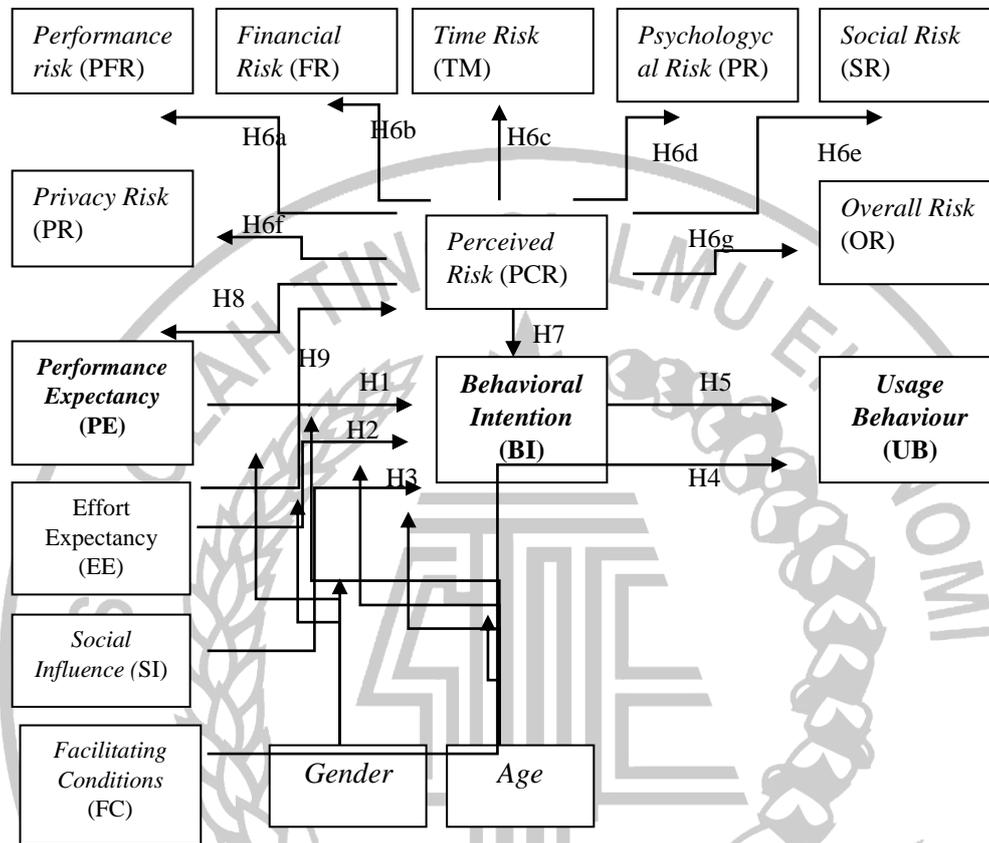
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efek UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yaitu model yang

memadukan teori penerimaan dan penggunaan teknologi dan juga risiko yang di rasakan di dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan dalam menggunakan *internet banking*. Penelitian yang dilakukan di Portugal ini menggunakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner lewat email. Sebanyak 726 mahasiswa dan mantan mahasiswa dari universitas di Portugal dihubungi melalui e-mail pada bulan Mei 2012. Di dapatkan 173 tanggapan yang divalidasi. Sebuah e-mail kedua kemudian dikirim ke orang-orang yang tidak menanggapi setelah dua minggu, dan akhirnya setelah proses pemurnian, total 249 kasus yang valid dianalisis. Jadi jumlah responden yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 249 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Random Sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi dan menggunakan teknik analisis yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) yaitu adalah teknik statistik untuk pengujian dan memperkirakan hubungan kausal menggunakan kombinasi data statistik dan juga asumsi kausal kualitatif. Hasil yang di dapatkan dalam penelitian ini adalah dimana model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dan resiko yang di rasakan secara signifikan mempengaruhi niat menggunakan.

Persamaan antara penelitian sekarang dengan peneliti Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic. Persamaan peneliti Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic dengan peneliti sekarang adalah sama-sama meneliti tentang *internet banking*. Perbedaan peneliti Carolina Martins, Tiago Oliveira,

Ales Popovic dengan penelitian yang sekarang adalah lokasi penelitian yang dilakukan di Portugal sedangkan penelitian yang sekarang berlokasi di Surabaya.



Sumber : *Understanding the Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application* oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2013)

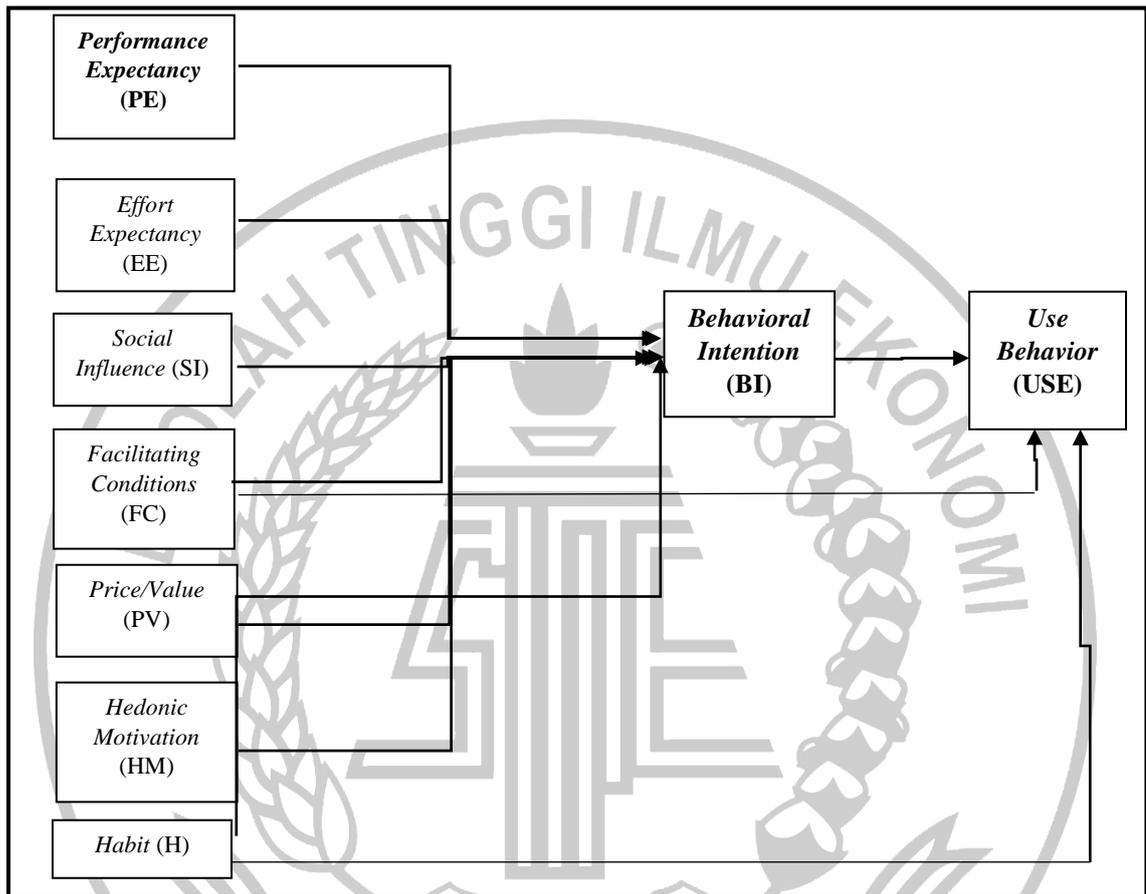
Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN CAROLINA MARTINS, TIAGO OLIVEIRA, ALES POPOVIC 2013

1.1.2 Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo 2015

Penelitian yang satu ini, peneliti mendapatkan jurnal dari www.arraydev.com

berjudul *Elderly and Internet Banking: an Application of UTAUT2* oleh Jorge

Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo tahun 2015 sebagai acuan dalam penelitian saat ini yang dijelaskan seperti berikut :



Sumber : *Elderly and Internet Banking: an Application of UTAUT2* oleh Jorge Arenas Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo 2015

Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN JORGE ARENAS-GAITAN, BEGONA PERAL-PERAL, MARIA ANGELAS RAMON-JERONIMO 2015

Kerangka pemikiran yang ada di atas yang dibuat Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo 2015 berjudul *Elderly and Internet Banking: an Application of UTAUT2*, peneliti mempelajari pengaruh

harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi, harga, motivasi hedon, dan kebiasaan. Berdasarkan jenis kelamin dan mediasi niat menggunakan terhadap Penggunaan *Internet Banking*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal dimana tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel terkait antara Variabel independen yang harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi, harga, motivasi hedon dan kebiasaan berdasarkan jenis kelamin dan mediasi kebiasaan dan variabel dependen Penggunaan *Internet Banking*. Penelitian ini dilakukan di Universitas di selatan Spanyol selama November dan Desember tahun 2012 menggunakan mahasiswa berusia diatas 55 tahun yang terdaftar dalam 'kelas pengalaman'. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 536 kuisioner yang diselesaikan oleh mahasiswa. Setelah menghapus kasus yang tidak lengkap dan outlier, 474 tanggapan berlaku diperoleh (88,4% tingkat respons). Jumlah survei yang valid adalah 474; 62,5% adalah perempuan. Rata-rata usia adalah 63,6. Kebanyakan dari mereka memiliki studi sekunder - 54,2% - dan studi universitas - 36,1% - dan kebanyakan dari mereka menganggap bahwa mereka berada di kelas menengah socioeconomical - 80,2%. skala yang diusulkan oleh Venkatesh et al. (2012) telah disesuaikan untuk mengukur UTAUT2 yang konstruksi untuk *internet banking*. Untuk PV, peneliti menggunakan skala yang digunakan oleh Patsiotis et al. (2012). Alat statistik yang digunakan adalah alat statistik *The Partial Least Squares* (PLS) model pendekatan jalan ke *Structural Equation Modeling* (SEM) diaplikasikan untuk menguji pertanyaan penelitian. Pilihan PLS adalah dibenarkan oleh dua aspek: Pertama, dibandingkan dengan

analisis struktur kovarians, PLS dapat mengakomodasi timbangan baik reflektif dan formatif dengan mudah. Kedua, PLS tidak memerlukan asumsi distribusi sebelumnya dan ukuran sampel yang relatif kecil dapat diterima.

Kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini menunjukkan Untuk menilai sifat pengukuran konstruk, peneliti melakukan faktor konfirmatori analisis (CFA) dengan menggunakan PLS. Berdasarkan hasil CFA, peneliti menganalisis validitas konvergen, validitas diskriminan, dan keandalan semua skala multi-item, mengikuti pedoman dari literatur sebelumnya (misalnya, Fornell dan Larcker 1981).

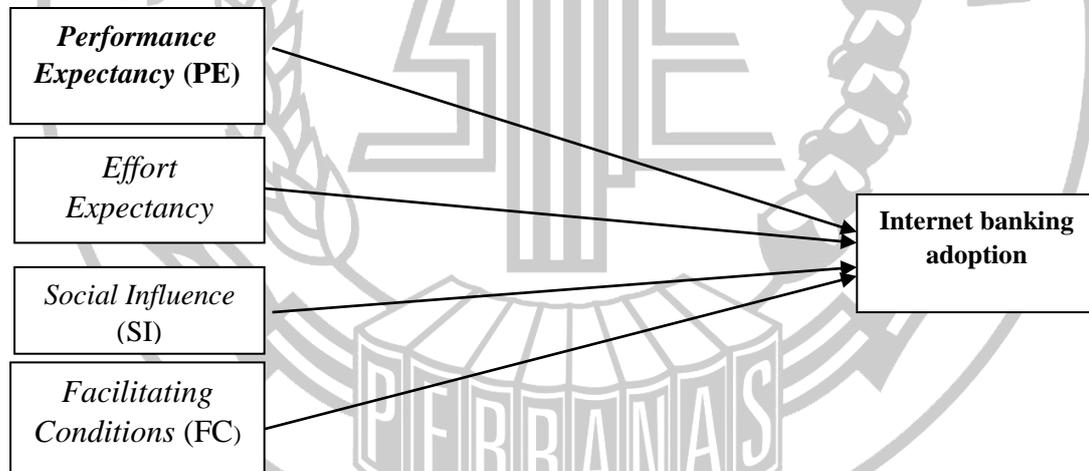
Terdapat persamaan antara penelitian sekarang dengan peneliti Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo. Persamaan dalam penelitian Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel mediasi niat menggunakan *internet banking*. Perbedaan penelitian Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo dengan penelitian sekarang adalah penelitian ini dilakukan di Spanyol sedangkan penelitian yang sekarang dilakukan di Surabaya.

2.1.3 R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani 2013

R.Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani melakukan penelitian pada tahun 2013 dengan judul “Analisis Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Menggunakan Model UTAUT”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat pengguna Sistem Informasi Akademis (SIak) di Sekolah Teknik Tinggi Musi dan STIE Musi di Palembang. Variabel yang di pergunakan sebagai determinan

mempengaruhi niat pengguna adalah harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi.

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang di peroleh dengan cara menyebarkan kuisisioner. Sebanyak 300 kuisisioner di sebarkan secara acak kepada mahasiswa STT Musi dan STIE Musi. Perhitungan jumlah sample menggunakan pendekatan Yamane dengan margin of error 5%. Analisis yang di pergunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Dari hasil analisis di dapatkan bahwa harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, secara signifikan mempengaruhi niat perilaku, sedangkan kondisi yang mempengaruhi tidak mempengaruhi secara signifikan. Berikut ini adalah kerangka pemikiran dari R.Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani.



Sumber : R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani (2013)

Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN R.KRITOFORUS JAWA BENDI
DAN SRI ANDAYANI 2013

Terdapat persamaan antara penelitian sekarang dengan peneliti R.Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani. Persamaan yang ada dalam

penelitian yang dilakukan oleh R.Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama meneliti variabel harapan terhadap kinerja. Sedangkan perbedaan yang ada dalam penelitian R.Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani dengan penelitian saat ini adalah penelitian terdahulu tidak menggunakan mediasi sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan mediasi niat menggunakan *internet banking*.

Peneliti akan menjelaskan tidak hanya persamaan antara peneliti dengan *Understanding the Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application* yang ditulis oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic, *Elderly and Internet Banking: an Application of UTAUT2* oleh Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo dan .Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani berjudul Analisis Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Menggunakan Model UTAUT. Peneliti akan menjelaskan juga perbedaan yang dijelaskan dalam Tabel 2.1 sebagai berikut,

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PERBEDAAN DAN PERSAMAAN PENELITIAN

Keterangan	Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2013)	Jorge Arenas Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo (2015)	R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani (2013)	Penelitian saat ini
Variable terikat	Penggunaan <i>internet banking</i>	Adopsi <i>internet banking</i>	Penggunaan <i>internet banking</i>	Penggunaan <i>internet banking</i>
Variable bebas	harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi	harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi, harga, motivasi hedon, dan kebiasaan	harapan terhadap kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mempengaruhi,	harapan terhadap kinerja
Variabel terikat	Niat Menggunakan	Niat Menggunakan		niat menggunakan <i>internet banking</i>
Variabel moderasi	Jenis kelamin umur	Jenis kelamin		
Teknik Pengambilan Sampel	<i>Random sampling</i>	<i>Random sampling</i>	<i>Random sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuisisioner	Kuesioner
Teknik Analisis Data	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Regresi Linier	Regresi Linier	PLS (<i>Partial Least Square</i>)
Objek penelitian	mahasiswa dan mantan mahasiswa dari universitas di Portugal	mahasiswa yang terdaftar dalam 'kelas pengalaman'	mahasiswa STT Musi dan STIE Musi	Pengguna <i>internet banking</i> BNI Surabaya
Lokasi	Portugal	Spanyol	STT Musi dan STIE Musi	Surabaya
Hasil	UTAUT dan resiko yang di rasakan signifikan mempengaruhi niat perilaku. Dan harapan usaha pada niat menggunakan menjadi positif dimoderasi oleh usia dan jenis kelamin,	Ada perbedaan pengaruh niat perilaku antar pria dan wanita. Sedangkan konstruk yang paling tinggi pengaruhnya terhadap niat pengguna adalah harapan usaha	Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh social signifikan mempengaruhi niat perilaku, sedangkan kondisi yang mendukung tidak mempengaruhi	Harapan terhadap Kinerja dan Niat Menggunakan <i>internet banking</i> berpengaruh signifikan dalam Penggunaan <i>internet banking</i> BNI Surabaya

Sumber : Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2013), Jorge Arenas Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo (2015), R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani (2013)

1.2 Landasan Teori

2.2.1 *Internet Banking*

Kegiatan perbankan di era yang modern seperti saat ini adalah aktivitas yang menggunakan dan membutuhkan sistem informasi. Menurut (Rose & Hudgins 2010: 701) *Internet Banking* adalah menawarkan informasi dan layanan yang akan dipilih melalui World Wide Web oleh bank dan perusahaan keuangan-jasa lainnya.

Karen Furst (2013) menjelaskan *Internet banking* ialah penggunaan internet sebagai delivery channel remote untuk layanan perbankan, yaitu termasuk layanan tradisional, seperti membuka rekening deposito ataupun mentransfer dana antara akun berbeda, serta layanan perbankan baru, seperti penggambaran tagihan elektronik dan pembayaran, yang memungkinkan pelanggan untuk menerima dan membayarkan bukit atas situs web bank.

Chou dan Chou (2012) mendefinisikan *internet banking* sebagai pengiriman otomatis produk dan layanan perbankan tradisional dan baru secara langsung kepada pelanggan melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *Internet banking* juga mencakup sistem yang memungkinkan pelanggan lembaga keuangan, individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, ataupun mendapatkan informasi tentang produk dan layanan keuangan melalui Internet. Pelanggan mengakses layanan *e-banking* menggunakan perangkat elektronik yang cerdas, seperti komputer pribadi, *personal digital assistant*, mesin teller otomatis (ATM), Kios, atau telepon *Tone Touch*.

Bank Indonesia menyebutkan bahwa *Internet banking* dapat berupa *Informal Internet Banking*, *Communicative Internet Banking* dan juga *Transactional Internet Banking*.

1. *Informational Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah berbentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
2. *Communicative Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah berbentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan Bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
3. *Transactional Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan juga melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).

Bank yang menyelenggarakan *internet banking* wajib menerapkan manajemen risiko pada aktivitas *internet banking* secara efektif, meliputi :

1. Pengawasan aktif Dewan Komisaris dan Direksi
2. System pengamanan (*security control*)
3. Manajemen risiko, khususnya risiko hukum dan risiko reputasi

2.2.2 Harapan terhadap Kinerja

Nasabah pasti memiliki harapan dalam menggunakan *internet banking*. Salah satunya adalah harapan kinerja. Harapan Kinerja menurut Venkatesh et al (2003) dalam Handayani (2007) didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang

individu menyakini bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem untuk pemakainya yang berkaitan dengan *perceived usefulness*, motivasi ekstrinsik, kesesuaian kerja serta keuntungan relatif. *Perceived usefulness* mempunyai hubungan lebih kuat dan konsisten dengan SI. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain sebagai berikut ini.

a. Efektivitas dan Efisiensi.

Efektivitas dan efisiensi adalah bila suatu tujuan tertentu akhirnya bisa dicapai, maka boleh mengatakan bahwa kegiatan tersebut efektif tetapi apabila akibat-akibat yang tidak dicari kegiatan mempunyai nilai yang penting dari hasil yang dicapai sehingga mengakibatkan ketidak puasan walaupun efektif dinamakan tidak efisien. Sebaliknya bila akibat yang dicari-cari tidak penting atau remeh maka kegiatan tersebut efisien.

b. Otoritas (wewenang)

Arti otoritas adalah sifat dari suatu komunikasi atau perintah dalam suatu organisasi formal yang dimiliki (diterima) oleh seorang anggota organisasi kepada anggota yang lain untuk melakukan suatu kegiatan kerja sesuai dengan kontribusinya (sumbangan tenaganya). Perintah tersebut menyatakan apa yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan dalam organisasi tersebut.

c. Disiplin

Disiplin Kegiatan karyawan yang bersangkutan dalam menghormati perjanjian kerja dengan organisasi di mana dia kerja.

d. Inisiatif

Inisiatif yaitu berkaitan dengan daya dan kreativitas dalam bentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi. Jadi, inisiatif adalah daya dorong kemajuan yang bertujuan untuk mempengaruhi kinerja organisasi.

Prawirosentono (2013) menjelaskan dalam web www.cokroaminoto.wordpress.com bahwa kinerja seorang pegawai akan baik, jika pegawai mempunyai keahlian yang tinggi, kesediaan untuk bekerja, adanya imbalan/upah yang layak dan mempunyai harapan masa depan. Setelah mengetahui pengertian kinerja perusahaan, maka dapat diketahui manfaat dari penilaian kinerja, yaitu sebagai berikut ini.

- a. Memberikan gambaran kinerja suatu bagian di dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan.
- b. Dapat digunakan untuk mengukur suatu prestasi yang telah dicapai oleh suatu organisasi dalam periode tertentu yang mencerminkan hasil pelaksanaan kegiatan.
- c. Memberikan petunjuk dalam pembuatan keputusan untuk mengevaluasi kinerja manajemen dari divisi di bawahnya.
- d. Dapat digunakan sebagai dasar untuk penentuan kebijaksanaan penanaman modal agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas perusahaan.

2.2.3 Niat Menggunakan *internet banking*

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. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012: 166) 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.

Manajer pemasar yang baik, tidak hanya berfokus pada bagaimana caranya agar produknya laku. Tetapi juga harus memahami mengapa konsumen memilih produk yang di tawarkannya. Manajer pemasar yang baik akan berusaha untuk memahami perilaku konsumennya, khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan produknya. Dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang selanjutnya menentukan respon konsumen. Pertama adalah konsumen itu sendiri. Ada dua unsur konsumen itu sendiri yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yaitu adalah pikiran konsumen yang meliputi kebutuhan ataupun motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik konsumen yang meliputi demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan

yang terdiri atas nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial, *face to face group* dan situasi lain yang akan menentukan.

Konsumen dapat di kelompokkan menjadi konsumen akhir (*individual*) menurut tujuan pembeliannya ataupun menggunakan suatu produk atau jasa, terdiri dari individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk di konsumsi. Sedangkan kelompok yang lain adalah kelompok organisasional yang terdiri dari organisasi, pedagang, pemakai industri dan lembaga non-profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau kesejahteraan anggotanya.

Keputusan pembelian barang atau jasa seringkali melibatkan dua pihak atau lebih. Umumnya ada lima peranan meliputi :

- a. Pemrakarsa (*Initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyarankan ide untuk membeli ataupun menggunakan suatu barang atau jasa.
- b. Pembawa pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang memiliki nasihat ataupun pandangan yang mempengaruhi keputusan pembelian
- c. Pengambil keputusan (*decider*), adalah orang yang menentukan keputusan pembelian
- d. Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang akan melakukan pembelian barang ataupun jasa
- e. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi dan menggunakan barang ataupun jasa yang di beli

Proses pengenalan kebutuhan oleh konsumen ini di ikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan membeli ataupun

menggunakan, dan evaluasi setelah membeli. Tatik Suryani (2008: 17) dalam bukunya berikut ini adalah penjelasannya

1. Mengenali kebutuhan. Pada tahap ini konsumen merasakan bahwa ada hal yang di rasakan kurang dan menuntut untuk di penuhi. Kesadaran perlunya memenuhi kebutuhan ini terjadi karena ada rangsangan dari dalam maupun luar.
2. Mencari informasi. Apa yang terbaik yang harus di lakukan agar memenuhi kebutuhan tersebut, pertanyaan ini akan muncul dalam benak konsumen. Agar dirinya dapat memenuhi kebutuhan dengan cara terbaik, maka konsumen akan berusaha untuk mencari informasi. Pencarian informasi ini akan berbeda tingkatannya tergantung pada persepsi konsumen atas risiko produk yang akan di belinya. Konsumen umumnya mencari informasi dari berbagai sumber. Tidak hanya dari sumber resmi yang di keluarkan oleh perusahaan seperti iklan ataupun dari pemasar melalui tenaga penjual, tapi juga melalui informasi dari pihak lain seperti seperti orang yang sudah berpengalaman tentang produk ataupun jasa yang akan di beli untuk benar-benar mendapatkan informasi yang obyektif. Media juga menjadi salah satu sumber informasi bagi konsumen. Konsumen juga akan mencari informasi dari teman, keluarga, dan juga tetangga.
3. Mengevaluasi alternatif. Informasi yang di peroleh dari berbagai sumber akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat termasuk kepercayaan merk dan juga biaya atau risiko yang akan di peroleh jika

membeli suatu produk atau jasa tersebut. Berbagai risiko seperti risiko waktu, tenaga, biaya, risiko psikologis, sosial akan di pertimbangkan oleh konsumen.

4. Mengambil keputusan. Selain mengevaluasi dengan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan. Terdapat dua faktor yang akan mempengaruhi keputusan membeli dan juga tujuan pembelian yaitu sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak dapat di prediksi ataupun tidak terduga. Pengaruh dari sikap orang lain tergantung pada intensitas sikap negatifnya terhadap alternatif pilihan konsumen yang akan membeli dan derajat motivasi dari konsumen yang akan membeli untuk mengikuti orang lain. Sedangkan keadaan tidak terduga adalah faktor situasional yang menyebabkan konsumen mengubah tujuan pembelian maupun keputusan pembelian. Seperti kondisi keuangan yang tiba-tiba kurang baik. Semua proses tadi tidak terlepas dari faktor psikologis yang ada pada konsumen dan pengalaman konsume atas produk atau jasa yang akan di beli.
5. Evaluasi paska pembelian. Setelah membeli, konsumen akan mengevaluasi atas keputusan dan tindakannya dalam membeli. Jika konsumen menilai kinerja produk atau layanan yang di rasakan sama atau melebihi atas apa yang di harapkan, maka konsumen akan puas dan sebaliknya jika kinerja produk atau jasa yang di terima kurang dari yang di harapkan maka konsumen akan tidak puas. Kepuasan dan ketidak puasannya yang dialami konsumen akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, maka dia akan memperlihatkan sikap dan perilaku positif terhadap produk atau jasa yang di belinya. Dia kemungkinan akan membeli lagi atau akan tetap menggunakan

layanan atas jasa yang di belinya. Konsumen tersebut akan loyal, atau bahkan tidak akan segan-segan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang di belinya. Sebaliknya jika konsumen kecewa, maka dia cenderung akan bersikap negatif. Seperti menghentikan untuk pembelian berikutnya ataupun berhenti untuk menggunakan. Dan akan menceritakan hal-hal yang tidak menyenangkan mengenai produk ataupun jasa yang di belinya kepada konsumen lain. Akibatnya hal ini akan berdampak buruk bagi promosi yang di lakukan oleh perusahaan.

2.2.4 Penggunaan *internet banking*

Skinner berpendapat, seperti yang dikutip oleh Notoatmodjo (2003), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut dengan teori “S-O-R” atau Stimulus – Organisme – Respon.

Bentuk perilaku dilihat dari sudut pandang respon terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Perilaku tertutup, Perilaku tertutup ialah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung ataupun tertutup. Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran, dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.

2. Perilaku terbuka, Perilaku terbuka ialah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata ataupun terbuka. Respon terhadap terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (*practice*). Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) memiliki banyak arti yaitu persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa jika menggunakan system teknologi informasi tidak akan membutuhkan ataupun merepotkan usaha yang besar pada saat digunakan atau *free of effort*.

Proses pembentukan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Persepsi, ialah sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya.
2. Motivasi, Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak agar mencapai suatu tujuan tertentu, hasil dari pada dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku
3. Emosi, Perilaku juga dapat timbul dikarenakan emosi, Aspek psikologis yang mempengaruhi emosi berhubungan erat dengan keadaan jasmani, sedangkan keadaan jasmani merupakan hasil keturunan, Manusia dalam mencapai kedewasaan semua aspek yang berhubungan dengan keturunan dan emosi akan berkembang sesuai dengan hukum perkembangan, karena itu perilaku yang timbul karena emosi merupakan perilaku bawaan.
4. Belajar, Belajar diartikan sebagai suatu pembentukan perilaku dihasilkan dari praktek-praktek dalam lingkungan kehidupan.

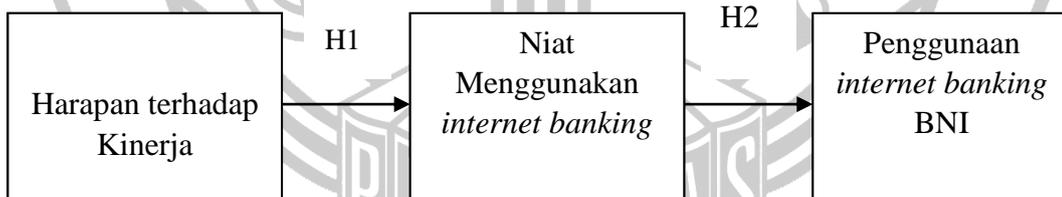
2.2.5 Pengaruh Harapan terhadap Kinerja terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking*

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira dan Ales Popovic (2014) menyatakan hubungan yang terjadi antara harapan terhadap kinerja dengan niat menggunakan *internet banking* merupakan faktor yang membuat harapan kerja yang lebih baik agar hubungan yang timbul bisa positif terhadap niat menggunakan *internet banking*.

Harapan terhadap kinerja juga memiliki hubungan timbal balik dengan niat menggunakan jika kinerja dari bank tersebut baik seperti layanan, kesopanan, ketepatan bank dalam melayani nasabah maka harapan terhadap kinerja dapat berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *internet banking*.

2.3 Kerangka Penelitian

Peneliti membuat kerangka penelitian berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan, seperti berikut :



Gambar 2.4
KERANGKA PENELITIAN

Sumber : Carolina Martins, Tiago Oliveira, Ales Popovic (2013), Jorge Arenas Gaitan, Begona Peral-Peral, Maria Angelas Ramon-Jeronimo (2015), R. Kristoforus Jawa Bendi dan Sri Andayani (2013)

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dapat dirumuskan Berdasarkan kerangka karangan yang telah ditentukan, adalah sebagai berikut:

H1 : Harapan terhadap kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* pada pengguna *internet banking* BNI.

H2 : Niat menggunakan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *internet banking* BNI.

