

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

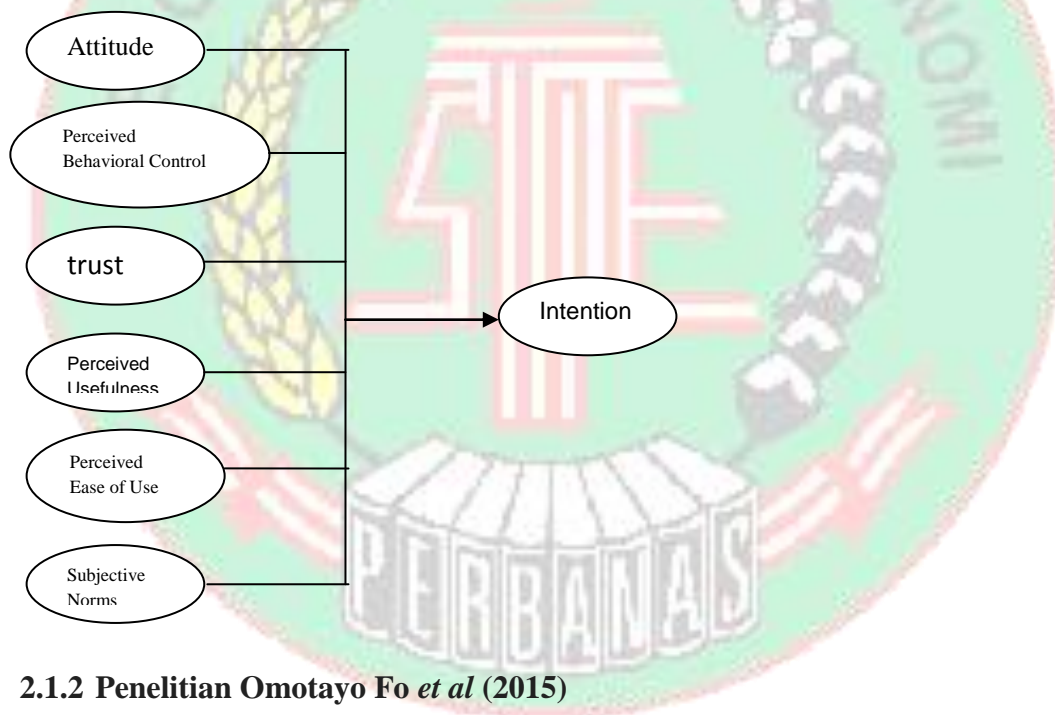
Pada sub bab ini, dijelaskan tentang penelitian – penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Secara garis besar tentang topic penelitian, permasalahan yang diangkat, metode penelitian dan kesimpulan penelitian terdahulu, serta persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penelitian saat ini.

##### 2.1.1 Penelitian Ali Sankari *et all* (2015)

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan utama pada penelitian ini adalah penelitian Ali Sankari, Khalil Ghazzawi, Safwan El Danawi, Sam E Nemar Badih Arnaout (2015) yang berjudul : *FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF INTERNET BANKING IN LEBANON*. Masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah faktor faktor yang mempengaruhi adopsi internet perbankan libanon. Metode yang digunakan dengan menggunakan beberapa variabel yang diambil dari tiga model yang berbeda, Technology Acceptance Model (TAM), Teori Rencana Perilaku (TPB), dan Teori Beralasan Action (TRA). Variabel niat, sikap, persepsi kontrol perilaku, kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif. Sampel yang diambil didalam penelitian ini sebesar 522 responden. Teknik pengambilan sample yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan *multistage sampling*. Kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini adalah sikap persepsi control perilaku, kepercayaan, persepsi

kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif dapat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Persamaan dengan penelitian yang akan saya uji adalah persamaan variable kemudahan, kepercayaan. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini dengan penelitian yang sekarang tidak menggunakan tiga model TAM, TPB, TRA dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran penelitian Sankari *et al* adalah sebagai berikut :

Gambar 1.2  
Kerangka Pemikiran Hettiarachchi (2014)



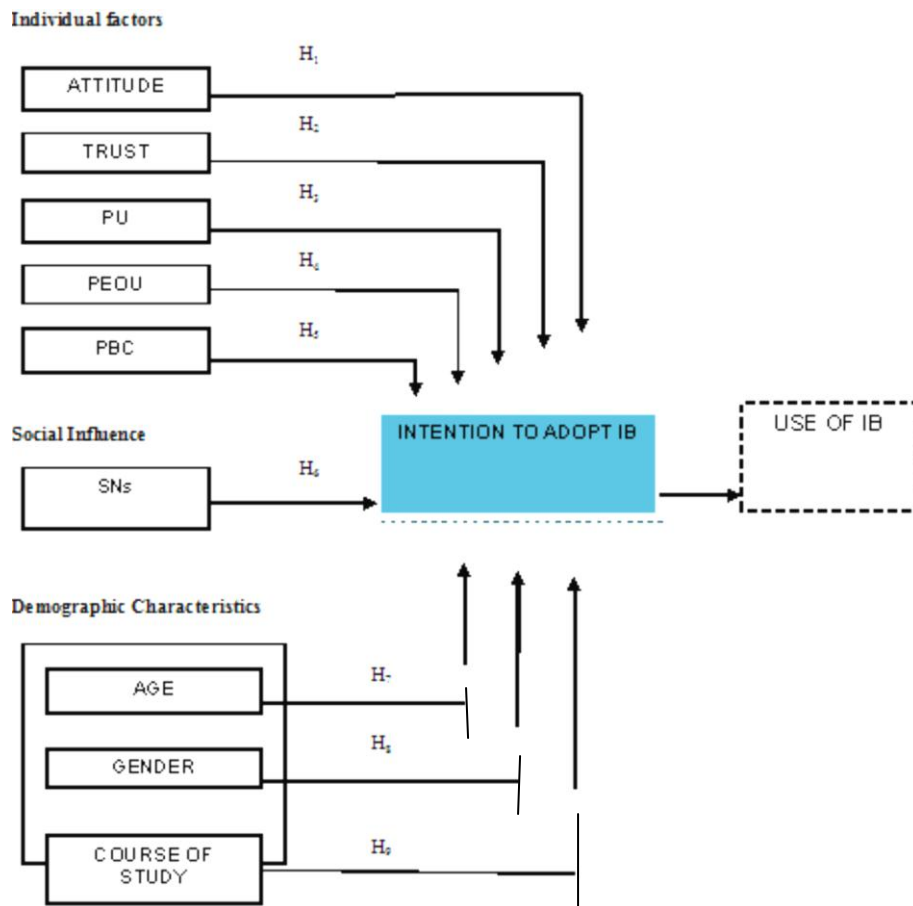
### 2.1.2 Penelitian Omotayo Fo *et al* (2015)

Penelitian terdahulu kedua yang menjadi rujukan pembantu dalam penelitian ini adalah penelitian Omotayo Fo, Adebayo Ak (2015), topik pada penelitian ini adalah : *FACTORS INFLUENCING INTENTION TO ADOPT INTERNET BANKING BY POSTGRADUATE STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF*

*IBADAN, NIGERIA*. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner karena biaya lebih murah dan cara yang efektif untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dalam periode yang singkat. Kuesioner juga telah digunakan dalam penelitian serupa sebelumnya. Kuesioner yang diadopsi dari penelitian sebelumnya. Zolait dimodifikasi untuk tujuan penelitian ini. Para responden diminta untuk menunjukkan pendapat mereka pada skala Likert (1-5) dengan respon mulai dari "Sangat Tidak Setuju" untuk "Sangat Setuju". 522 eksemplar kuesioner yang diberikan pada fakultas, jurusan dan asrama lembaga dengan bantuan dua asisten penelitian. 440 eksemplar diambil dan 382 eksemplar dianggap berguna untuk analisis data. Hal ini memberikan tingkat tanggapan 73,2%. Validitas. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah faktor demografi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking* tetapi faktor individu seperti faktor kemudahan, faktor kepercayaan, manfaat, faktor perilaku mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah persamaan variable dan juga persamaan dalam pengambilan sample. Persamaan variable dari penelitian ini adalah faktor kepercayaan, faktor kemudahan, faktor manfaat. Berikut adalah kerangka pemikiran penelitian yang dilakukan oleh Omotayo Fo *et al* (2015) :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran Omotayo Fo *et al* (2015)



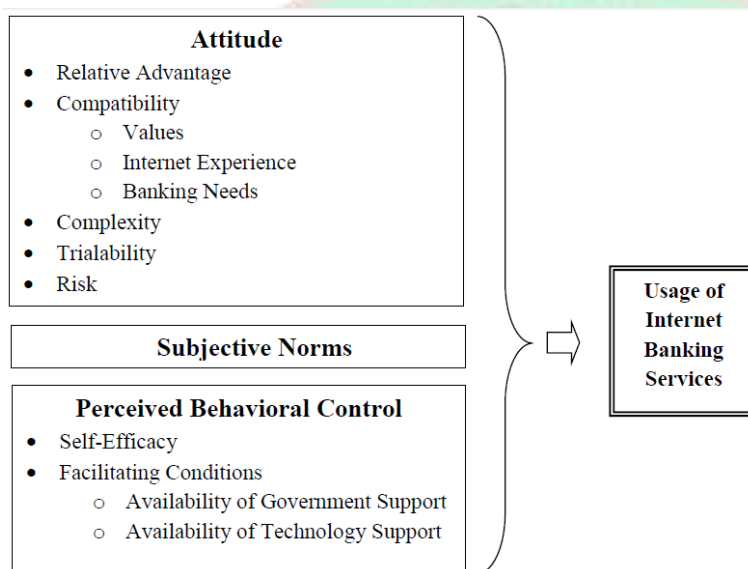
Sumber : Omotayo Fo, Adebayo Ak (2015)

### 2.1.3 Penelitian Hettiarachchi (2014)

Penelitian terdahulu ketiga yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah penelitian Hettiarachchi (2014) topik penelitian ini adalah : *FACTORS AFFECTING TO CUSTOMER ADOPTION OF INTERNET BANKING* atau faktor faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan *Internet Banking* di Sri Lanka. Penelitian ini mengambil sample 108 orang penduduk Colombo dan juga Gampaha dikumpulkanya secara acak. Penelitian ini menggunakan E-mail sebagai media untuk pengambilan sample dari 180 E-mail yang dikirim 108 orang yang dikirim kembali. Kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor kepercayaan, faktor

manfaat, faktor ketrampilan internet mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Persamaan penelitian ini adalah persamaan variable yang sama faktor kepercayaan dan juga faktor manfaat di angkat dalam penelitian yang akan dilakukan.

Gambar 1.2  
Kerangka Pemikiran Hettiarachchi (2014)



Sumber : Hettiarachchi (2014)

### 2.1.5 Perbandingan Penelitian Sekarang dan Terdahulu

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari kepercayaan, kemudahan dan manfaat dimana variabel terikat adalah niat nasabah. Hipotesa penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ali Sankari, Khalil Ghazzawi, Safwan El Danawi, Sam E Nemar Badih Arnaut (2015) yang berjudul : *FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF INTERNET BANKING IN LEBANON*. Masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah faktor faktor yang

mempengaruhi adopsi internet perbankan libanon. Omotayo Fo, Adebayo Ak (2015), topik pada penelitian ini adalah : *FACTORS INFLUENCING INTENTION TO ADOPT INTERNET BANKING BY POSTGRADUATE STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF IBADAN, NIGERIA*. Penelitian terdahulu ketiga yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah penelitian Hettiarachchi (2014) topik penelitian ini adalah : *FACTORS AFFECTING TO CUSTOMER ADOPTION OF INTERNET BANKING* atau faktor faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan *Internet Banking* di Sri Lanka.

Tabel 1.3  
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Keterangan	Ali Sankari, Khalil Ghazzawi, Safwan El Danawi, Sam El Nemar Badih Arnaout5 (2015)	Omotayo Fo <i>et al</i> (2015)	Hettiarachchi (2014)	Argani Satrio Dharmawan (2016)
Judul	<i>Factors Affecting The Adoption Of Internet Banking In Lebanon</i>	<i>Factors Influencing Intention to Adopt Internet Banking by Postgraduate Students of the University of Ibadan, Nigeria</i>	<i>Factors affecting to customer adoption of internet banking</i>	Pengaruh Faktor Kepercayaan, Faktor Kemudahan, Dan Faktor Manfaat Terhadap Niat Nasabah Internet Banking Bri
Variabel Bebas	niat, sikap, persepsi kontrol perilaku, kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif	faktor kemudahan, faktor kepercayaan, manfaat, faktor perilaku mempunyai pengaruh signifikan	Faktor kepercayaan, manfaat, ketrampilan internet berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna.	Kepercayaan, kemudahan, manfaat

Variabel Terikat	Niat penggunaan	Niat penggunaan	Niat penggunaan	Niat Penggunaan
Lokasi	Lebanon	Nigeria	Sri Langka	Surabaya, Indonesia
Populasi	Masyarakat lebanon	Siswa universitas ibadan	Masyarakat Sri Langka	Nasabah Bank BRI
Metode Pengambilan Data	Kuisisioner	kuisisioner	kuisisioner	kuisisioner
Teknik analisis data	Uji Reliabilitas	Uji Reliabilitas	Uji Reliabilitas	Uji Reliabilitas
Hasil	Berpengaruh positif	Berpengaruh positif	Berpengaruh positif	Berpengaruh positif
Jumlah Sample	210	522	180	120

Sumber : Ali Sangkarni *et all* (2015), Omotayo Fo, Hettiarachchi (2014)

## 2.2 Landasan Teori

Pada sub bab ini, diuraikan teori- teori yang mendasari dan mendukung penelitian.

### 2.2.1 Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan oleh McKnight DH,Chervany NL (2002) dalam Omotayo FO dan Adebayo AK (2015:8) Kepercayaan sebagai keyakinan pelanggan terhadap kualitas dan layanan yang ditawarkan oleh sebuah organisasi.

Kepercayaan di ungkapkan oleh (Soekidjo, 2010 : 14) adalah komponen kognitif dari faktor sosio-spikologis. Kepercayaan disini tidak ada hubungannya dengan hal hal gaib, tetapi hanyalah keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah.

Didefinisikan lagi oleh (Soekidjo, 2010 : 30) kepercayaan adalah keyakinan,

pendapat atau pemikiran seseorang terhadap objek. kepercayaan adalah sikap dimana seseorang meyakini tentang suatu objek tersebut berdampak nyata saat digunakan. Adapun indikator *trust* diungkapkan Fita & vidya (2015:5), adalah sebagai berikut:

1. Jaminan produk yang sesuai dengan deskripsi.
2. Kejujuran bank .
3. Tingkat kepercayaan.
4. Jaminan keamanan.
5. Kepercayaan informasi

### **2.2.2 Kemudahan**

Menurut Davis FD, Bagozzi RP, Warshaw PR (1989) dalam Omotayo FO dan Adebayo AK (2015:10) menjelaskan bahwa kemudahan adalah tingkat di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Menurut Ndubisi NO, Guriting O (2006) dalam Omotayo FO dan Adebayo AK (2015:10) seberapa jelas dan interaksi yang mudah dimengerti dengan sistem ini, memudahkan sistem masuk lakukan apa yang dibutuhkan, usaha mental yang dibutuhkan untuk berinteraksi dengan sistem, dan mudah penggunaan sistem

Kemudahan penggunaan diungkapkan oleh (Jogiyanto, 2007 : 115) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi terbebas dalam suatu usaha. Didefinisikan lagi oleh (Jogiyanto, 2013 : 81) *perceived ease of use* adalah seberapa besar seseorang individual percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik atau mentalnya.



(Sabrina & Martin, 2015 : 4) menjelaskan beberapa indikator kemudahan meliputi:

1. Mudah untuk belajar.
2. Dapat dikontrol.
3. Interaksi yang jelas dan dapat dimengerti.
4. Fleksibel untuk berinteraksi dengan.
5. Mudah untuk menjadi terampil.
6. Mudah digunakan.

### **2.2.3 Manfaat**

Manfaat adalah suatu nilai yang didapat saat apa yang digunakan atau dikerjakan itu berjalan dengan baik. Adamson dan Shine (2003) dalam Pangih Rizki Dwi Istiarni dan Paulus Basuki Hadiprajitno (2014:2) mendefinisikan manfaat atau kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut. Menurut Thompson (2004) dalam Fitri Indra Wati (2015:3) manfaat teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi tersebut dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kegunaan tersebut dilakukan berdasarkan penggunaan dan keragaman aplikasi yang

dijalankan dalam sistem informasi. Thompson juga menyebutkan bahwa para individu dalam perusahaan akan menggunakan teknologi informasi jika mereka telah mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Pendapat responden bahwa *internet banking* yang digunakan mempunyai nilai yang bermanfaat yang akan meningkatkan kinerja.

Menurut (Fita & Vidya 2008 : 5) kemanfaatan dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Adapun indikator pengukur manfaat diungkapkan oleh (Fita & Vidya 2015:5) indikatornya meliputi :

1. Kecepatan bertransaksi.
2. Jasa layanan 24 jam.
3. Mendukung aktivitas.
4. Pengalaman transaksi yang menyenangkan.
5. Dukungan dalam menggunakan.
6. *Internet banking*.

#### **2.2.4 Niat**

Niat atau keinginan diungkapkan oleh (Soekidjo, 2013:162) niat atau keinginan adalah nafsu yang mempunyai arah tertentu dan yang kongkret. Niat juga diungkapkan oleh (Omotayo fo, 2015 : 11 ) niat didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku ditentukan. (Jogiyanto, 2007 :

29) juga menambahkan bahwa niat adalah keinginan untuk melakukan perilaku.

Indikator niat di ungkapkan oleh (Fitri 2015 : 5) :

1. Nasabah tau adanya internet banking.
2. Nasabah semakin tertarik dengan *internet banking*.
3. Nasabah merasa *internet banking* sesuai dengan kebutuhan.
4. Pengadopsian terhadap *internet banking*.

### **2.2.5 Hubungan Antara Kepercayaan Dan Niat Nasabah**

Penelitian yang dilakukan oleh Ali Sankari *et al* (2015), bahwa faktor kepercayaan dapat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Oleh karena itu faktor kepercayaan sangat dibutuhkan untuk menggunakan *internet banking*. Sehingga nasabah akan menggunakan *internet banking* didasari rasa kepercayaan terhadap fasilitas yang di berikan oleh lembaga tersebut dalam hal ini adalah bank BRI.

### **2.2.6 Hubungan antara kemudahan dan niat nasabah**

Penelitian yang dilakukan oleh Omotayo Fo (2015) berjudul *Factors Influencing Intention to Adopt Internet Banking by Postgraduate Students of the University of Ibadan, Nigeria* bahwa didalam penelitiannya juga menyampaikan bahwa persepsi kemudahan juga berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Sankarni *et al* (2015) yang berjudul *factors affecting the adoption of internet banking in lebanon*. juga

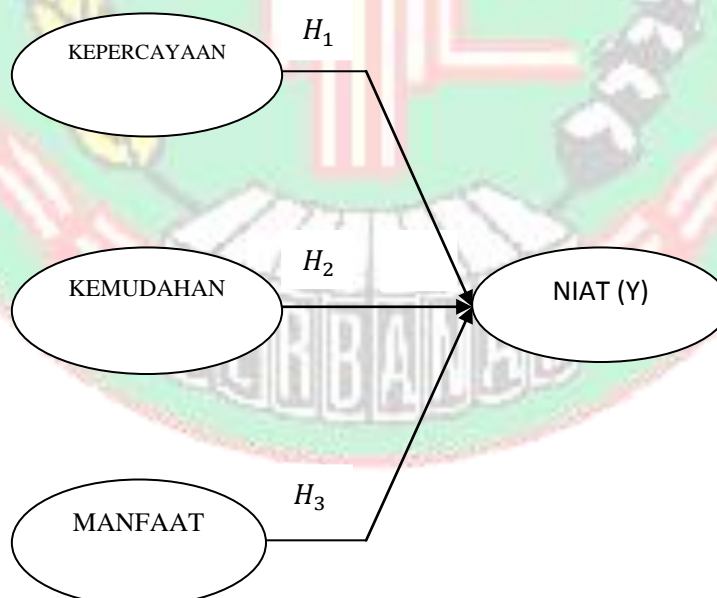
mengungkapkan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat nasabah *Internet Banking*.

### 2.2.7 Hubungan antara manfaat dan niat nasabah

Penelitian yang di lakukan oleh Omotayo Fo (2015) berjudul *Factors Influencing Intention to Adopt Internet Banking by Postgraduate Students of the University of Ibadan Nigeria* didalam tulisannya juga menyampaikan bahwa persepsi manfaat juga berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Internet Banking*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hettiarachchi (2014) yang berjudul *factors affecting to customer adoption of internet banking* mengungkapkan bahwa faktor manfaat juga berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah *Internet Banking*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut.



Tabel 1.3

### KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dapat di peroleh dari kerangka pemikiran adalah sebagai berikut :

$H_1$  : Kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank BRI Surabaya.

$H_2$  : Kemudahan mempunyai faktor yang positif signifikan terhadap niat nasabah dalam penggunaan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya.

$H_3$  : Manfaat *internet banking* dapat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *internet banking* pada nasabah Bank BRI di Surabaya.

