

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan Penelitian tentang Pengaruh Persepsi Keamanan, Kegunaan Dan Kemudahan Nasabah Terhadap Adopsi *Internet Banking* Di Bank BRI Surabaya, perlu juga melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu terkait yang pernah dilakukan sebelumnya. Dengan tujuan untuk mendapatkan referensi tentang yang sesuai dengan penelitian yang diinginkan.

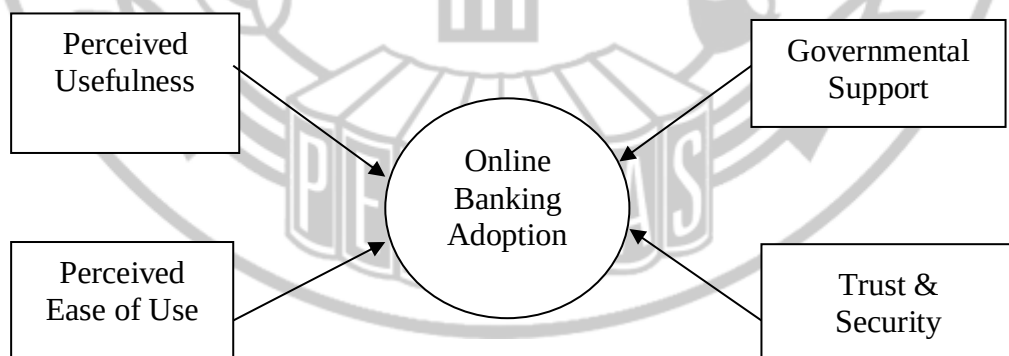
Terdapat dua penelitian terdahulu tentang penggunaan terhadap adopsi *Internet Banking* yang dijadikan rujukan dalam penelitian yang akan dilakukan. Adapun tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu untuk mempermudah penulisan metodologi penelitian ini, penulis mencatumkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan kajian. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh :

2.1.1 Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan yang berjudul *Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan online di Ghana. Penelitian ini juga didasarkan pada TAM (Technology Acceptance Model), yang telah digunakan secara ekspansif dalam penelitian serupa, dilakukan pendekatan deskriptif cross-sectionnal mixed-

metodologi. Untuk menggeneralisasi temuan, peneliti menggunakan pendekatan studi multi kasus untuk bisa membantu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan online. Data dianalisis dengan menggunakan regresi berganda pada SPSS untuk menghasilkan hasil ANOVA. Implikasi bagi manajer Bank adalah mereka harus berkonsentrasi pada promosi dan kemajuan pembayaran yang tak ternilai harganya yang di peroleh dari Manfaat yang dimaksud dan tidak dimaksud dalam transaksi yang digunakan terhadap adopsi *Internet Banking*. Dapat dilakukan juga seperti biaya transaksi yang lebih rendah, ataupun tinggi antara lain yang di realisasikan dari penggunaan online *banking* terkait dengan kegunaan yang dirasakan oleh nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* di Ghana, dengan menggunakan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah (1) kegunaan yang dirasakan (2) dirasakan kemudahan penggunaan (3) dukungan pemerintah (4) kepercayaan dan keamanan, (5) dan variabel Y adopsi Perbankan Online. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 130 kuesioner yang di bagikan kepada responden di dua ibu kota besar pakistan, 70% responden merupakan responden laki-laki dan 30% responden perempuan. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari peneliti menunjukkan bahwa kontruksi ahli TAM, Kegunaan perceived (PU), Perceived Ease of Use (PEOU) serta peluasan dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan sangat penting bagi intensifikasi pelanggan untuk menerapkan perbankan online. layanan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh dalam penerimaan *adopsi Internet Banking*.

Persamaan dari penelitian yang di lakukan Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013). Dengan penelitian sekarang yaitu menggunakan variabel yang sama yaitu keamanan, kegunaan, dan kemudahan, teknik analisis data yang juga sama yaitu sama-sama menggunakan Purposive Sampling. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian sekarang Di Negara Indonesia sedangkan Penelitian terdahulu dilakukan di Dhana. Penelitian dari jurnal pertama ini menggunakan teknik analisis data Regresi dan analisis Korelasi. Dengan menggunakan adopsi *Internet Banking* dapat membantu dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi, hal ini memberikan nasabah wawasan dan informasi ke nasabah tentang adopsi penggunaan *Internet Banking* baik secara online banking, e'banking online. Begitu banyak manfaat, kegunaan, kemudaan dan keamanan yang didapatkan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* baik secara online dan secara langsung ke bank.



Sumber : Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

GAMBAR 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN ED-ZILLA DANIEL PERKINS DAN
JONATHAN ANNAN

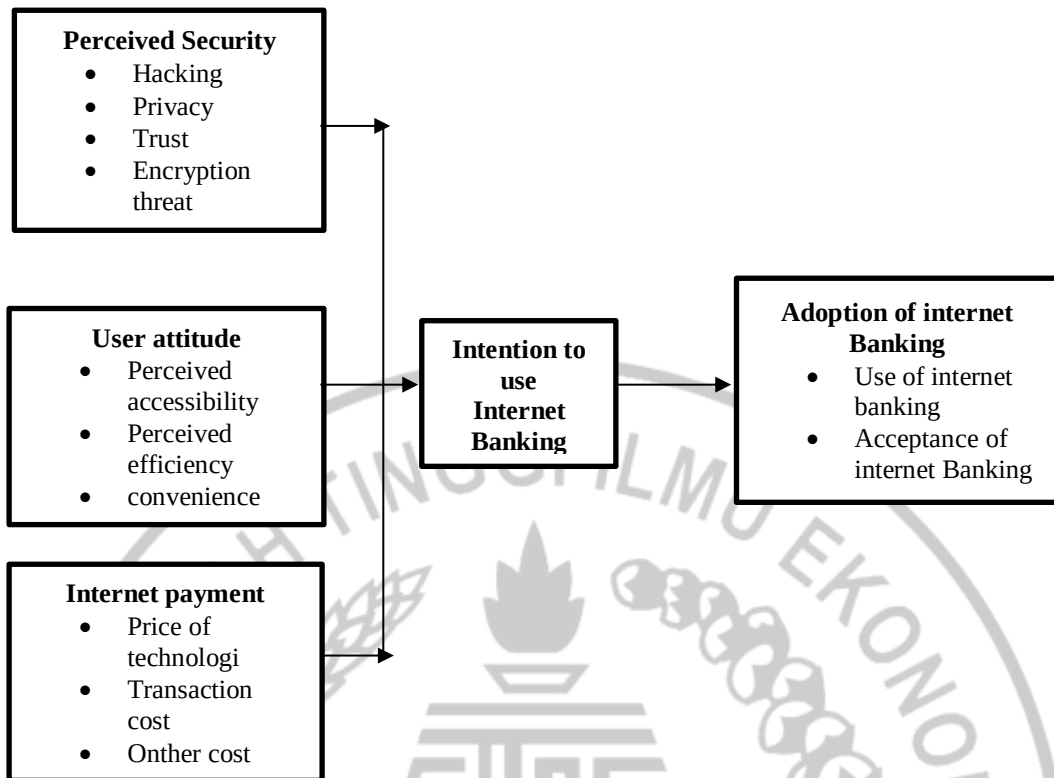
2.1.2 Njambi Warui (2014)

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Njambi Warui dengan judul *Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking In Kenya: A Case Of Imperial Bank*. Dalam penelitian ini, model kuantitatif penggunaan *Internet Banking* dikembangkan yang menggabungkan tiga dimensi-dimensi, yaitu (1) keamanan yang dirasakan oleh nasabah, (2) sikap pengguna untuk mengakses, efisiensi dan kenyamanan, (3) pembayaran internet yang meliputi harga teknologi, biaya transaksi, dan biaya lainnya. Pada Penelitian ini peneliti menggunakan 491 kuesioner yang di bagikan kepada responden. Dari hasil yang diperoleh dari peneliti tersebut bahwa Persepsi kenyamanan, informasi, manfaat dan kerahasiaan berpengaruh signifikan terhadap *Internet Banking use*

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Njambi Warui dengan penelitian sekarang yaitu :

1. pada penelitian sekarang juga meneliti tentang pengaruh untuk nasabah menggunakan layanan e-banking atau *Internet Banking*.
2. Pengukuran variabel menggunakan skala likert dan metode pengumpulan data sama menggunakan kuesioner.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yaitu penelitian sekarang di Indonesia sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di Kenya. Penelitian dari jurnal ini menggunakan teknik analisis data Regresi dan analisis Korelasi. memudahkan dan membantu nasabah dalam bertransaksi dalam menggunakan *Internet Banking*.



Sumber : Jurnal Njambi Warui 2014

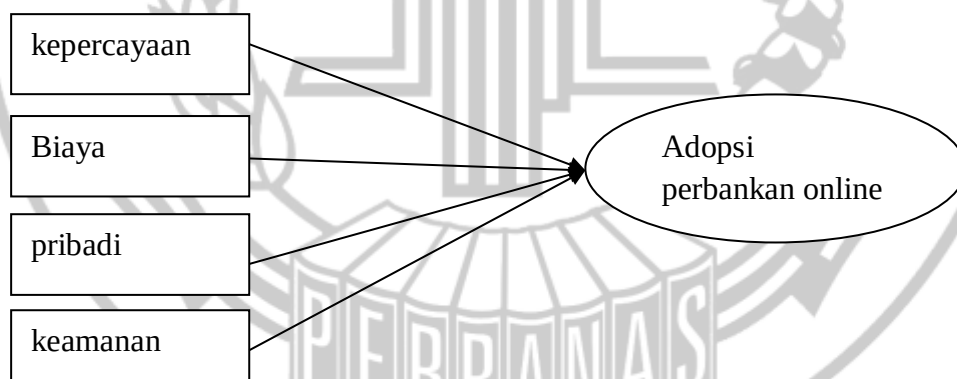
GAMBAR 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN NJAMBI WARUI (2014)

2.1.3 Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Nathan (2013)

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013) dengan judul *Critical Success Factors for the Adoption of e-Banking in Malaysia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sebuah faktor penentu keberhasilan penerapan electronic banking dalam konteks Malaysia. Dimensi seperti kepercayaan, biaya, keamanan dan privasi di periksa. Dalam penelitian ini hasilnya menunjukkan untuk kualitas dan dari sebuah survai yang melibatkan 268 responden di malaysia menunjukkan kepercayaan pengguna masalah privasi memiliki pengaruh tertinggi terhadap adopsi perbankan elektronik di malaysia. Temuan penelitian ini akan membantu

sektor perbankan untuk lebih memahami segmen pasar perbankan online mereka, persepsi dan perilaku mereka terkait dengan penggunaan layanan perbankan online. Kepercayaan, biaya, pribadi dan keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *Internet Banking* perbankan online. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 268 kuesioner.

Persamaan dalam penelitian yang di lakukan Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013) dengan penelitian sekarang yaitu menggunakan variabel yang sama yaitu dirasakan keamanan, kepercayaan, biaya, pribadi kemudahan terhadap adopsi perbankan online penggunaan teknik analisis data yang juga sama yaitu *purposive sampling*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian sekarang di Surabaya, Indonesia sedangkan terdahulu dilakukan di Malaysia.



Sumber : Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan 2013

GAMBAR 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN MARYAM SOHRABI, JULIE YEW MEI YEE
AND ROBERT JEYAKUMAR NATAN (2013)

Terdapat juga persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang telah dibuat dalam tabel 2.1, sebagai berikut :

Tabel 2.1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN
PENELITIAN SEKARANG

Penulis	Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)	Njambi Warui (2014)	Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013)	Rista Catur Wulandari (2017)
Judul Penelitian	<i>Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers</i>	<i>Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking In Kenya: A Case Of Imperial Bank</i>	<i>Critical Success Factors for the Adoption of e-Banking in Malaysia</i>	Pengaruh persepsi keamanan, kegunaan, dan kemudahan nasabah Terhadap adopsi <i>Internet Banking</i>
Objek	Bank Managers	Imperial Bank	Bank Malaysia	Bank Rakyat Indonesia
Variabel bebas	kegunaan yang dirasakan, dirasakan kemudahan kegunaan, dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan, dan variabel Y adopsi Perbankan Online.	Persepsi Keamanan, Sikap Pengguna, Pembayaran Internet	kepercayaan, biaya, keamanan dan privasi di periksa	Persepsi Keamanan, kegunaan dan kemudahan
Variabel terikat	Adopsi	Adopsi	Adopsi	Adopsi
Sampel	130	491	268	105
Teknik sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling
Pengukuran	Skala Likert 5	Skala Likert 5	Skala Likert 5	Skala Likert 5
Lokasi	Ghana	Kenya	Malaysia	Indonesia

Penelitian				
Metode dan Alat Penelitian	menggunakan analisis regresi dan korelasi dan kuesioner	Population, sample design, sampling frame, dan techinques, sample size dan Kuesioner	Menggunakan analisis regresi dan korelasi dan kuesioner	Menggunakan analisis regresi, analisis korelasi, Kuesioner
Kesimpulan Penelitian	layanan adopsi <i>Internet Banking</i> di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan <i>Internet Banking</i> , adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi <i>Internet Banking</i> .	Persepsi kewanaman dan pemanfaatan layanan <i>Internet Banking</i> , lingkungan dan pemanfaatan <i>Internet Banking</i> dan pengaturan pembayaran internet dan layanan penggunaan <i>Internet Banking</i>	Kepercayaan, biaya, pribadi dan keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi <i>Internet Banking</i> perbankan online	Keamanan berpengaruh positif tidak signifikan sedangkan kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif signifikan.

Sumber : Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013), Njambi Warui (2014), Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013)

2.2 Landasan Teori

Pada bagian landasan teori akan membahas tentang teori-teori yang ada dalam penelitian ini sebagai acuan peneliti dalam penulisan dengan menggunakan buku maupun kajian pustaka. Uraian dari teori hendaknya dijelaskan secara sistematis yang disusun mulai dari teori yang bersifat umum menuju teori yang khusus dapat mengantar peneliti untuk menyusun kerangka

pemikiran. Teori yang akan digunakan bukan sekedar pendapat, tetapi teori yang benar-benar telah teruji kebenarannya. Pada penelitian ini teori yang melatar belakangi dan mendasari adalah sebagai berikut :

2.2.1 Adopsi *Internet Banking*

Adopsi merupakan suatu kesadaran dari diri seseorang sendiri dimana terdapat ketertarikan terhadap sesuatu di luar diri, yang berarti bahwa adopsi harus dilihat sebagai kesadaran diri sendiri. Mengambil keputusan tidak mungkin timbul dengan sendirinya perlu adanya dorongan atau pengenalan sesuatu di luar dari yang di ketahui individu sehingga individu mendapatkan kesadaran diri untuk mengambil keputusan yang ada di luar diri. Rasa minat merupakan suatu penyebab terjadinya kegiatan dan hasil yang nantinya akan di peroleh oleh individu. Minat terhadap sebuah objek dapat timbul apabila objek tersebut sesuai tujuan dan harapan yang diinginkan sebuah individu. Objek ini kemudian menghasilkan hal yang diinginkan oleh individu sehingga objek tersebut akan menjadi hal yang penting bagi individu tersebut. Terdapat faktor eksternal dan internal untuk memberikan keputusan terhadap suatu objek, seperti perlunya pengenalan lebih dulu untuk mengetahui atau mengenal suatu objek sehingga akan timbul rasa pengambilan keputusan terhadap objek tersebut dan faktor internal yaitu rasa kesadaran diri dimana terdapat variabel yang akan mendorong rasa kesadaran diri tersebut.

Dari pengertian tentang *Internet Banking* dari beberapa sumber dapat disimpulkan layanan *Internet Banking* atau e-banking merupakan layanan perbankan yang dapat di akses nasabah dimana saja melalui media elektronik

yang telah didukung dengan jaringan internet yang dapat mempermudah nasabah melakukan transaksi kapan saja tanpa harus datang ke bank.

Adopsi *Internet Banking* ini salah satu yang dapat digunakan, mudah lakukan dengan online, dapat mempermudah transaksi, cepat dan lancar. *Internet Banking* juga menghasilkan banyak manfaat yang dapat kita pelajari dan memudahkan kita untuk menggunakan *Internet Banking*. Penggunaan *Internet Banking* dimaksudkan untuk memudahkan kedua belah pihak yaitu pihak bank dan nasabah dalam bertransaksi secara aman, nyaman dan mudah.

Indikator empirisnya meliputi :

- a. Kemungkinan mengadopsi, yaitu nasabah kemungkinan akan mengadopsi *Internet Banking*.
- b. Sangat mungkin mengadopsi, yaitu nasabah sangat mungkin mengadopsi *Internet Banking*.
- c. Ingin mengadopsi, yaitu nasabah ingin mengadopsi *Internet Banking*.
- d. Niat mengadopsi, yaitu nasabah niat mengadopsi *Internet Banking* dalam waktu dekat.

2.2.2 Keamanan

Keamanan adalah perhatian utama yang berkontribusi terhadap keinginan individu mengadopsi layanan online (Tiago dan R.A Pearson, 2014). Karena acara keamanan, mulai dari privasi pengungkapan kerugian finansial, dapat menyebabkan kerusakan tertentu pada individu yang berkeinginan untuk menerapkan layanan online pun berkurang. Dalam hal ini, peningkatan keamanan untuk layanan yang disediakan oleh layanan online Penyedia layanan akan sangat

membantu mengurangi ketidak pastian layanan, menurunnya risiko yang dirasakan dan bahkan meningkatkan kepercayaan serta tingkat adopsi. Persepsi keamanan dipandang sebagai pengaruh predictor yang sangat kuat oleh penggunaan *Internet Banking*. Menurut Lee (2009) dirasakan keamanan dalam konteks *Internet Banking* dan model kami didefenisikan sebagai kerugian yang dirasakan potensial karean penipuan atau hacker mengorbankan keamanan *Internet Banking*. Konsep keamanan yang dirasakan konsumen telah banyak ditangani dengan menggunakan perangkat IT dan telah terbukti mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbagai tingkat dan dalam konteks yang berbeda-beda (Kim et al 2010).

Keamanan juga merupakan tolak ukur bagi calon nasabah dalam memilih dan menggunakan sebuah produk. Jika tingkat keamanan sebuah produk tinggi, maka tinggi pula kepercayaan nasabah dalam penggunaan akan produk itu. Berdasarkan ulasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi keamanan terhadap penggunaan *Internet Banking*.

Keamanan dapat dinyatakan sebagai suatu perasaan yang memberikan rasa tenang kepada customer ketika memilih dan menggunakan sebuah barang dan jasa. Keamanan timbul dikarenakan ada kepercayaan terhadap suatu hal. Persepsi keamanan dipandang sebagai obyek penting dalam penggunaan *Internet Banking*, karena jika sebuah produk dianggap tidak aman ketika digunakan maka produk tersebut kemungkinan besar akan ditinggalkan oleh customer atau calon nasabah yang akan mengadopsi internet banking yang dapat digunakan secara online baik secara nyata.

Oleh karena itu, kategori yang paling penting dari *Internet Banking* cenderung risiko keamanan yang terkait dengan potensi kerugian karena kekurangan dalam penyalahgunaan dana melalui akses eksternal ilegal.

Keamanan adalah sebuah perasaan dimana nasabah merasa tenang dan nyaman ketika menggunakan produk yang telah kita tawarkan tanpa ada rasa khawatir.

Indikator Empirisnya meliputi :

- a. Keamanan e-banking, yaitu nasabah merasa penting menggunakan *Internet Banking*.
- b. Nama pengguna dan kata sandi, yaitu nama pengguna dan kata sandi nasabah yang tidak masuk akal.
- c. Tidak menyimpan, yaitu nasabah tidak menyimpan ID login dan kata sandi di komputer.
- d. Tidak meninggalkan, yaitu nasabah tidak meninggalkan komputer tanpa dijaga saat terhubung ke layanan e banking.
- e. Memiliki kemampuan, yaitu bank online memiliki kemampuan untuk mengoreksi transaksi yang keliru.
- f. Transaksi moneter, yaitu Transaksi moneter online lebih aman dari pada Ca di mone.
- g. Sangat aman, yaitu secara keseluruhan perbankan online sangat aman.

2.2.3 Kegunaan

Dibandingkan dengan perbankan offline tradisional, *Internet Banking* dipandang sebagai salah satu cara yang paling efektif untuk mengoperasikan transaksi-transaksi perbankan karena menawarkan banyak manfaat termasuk kecepatan

transaksi lebih cepat, lebih rendah atau tidak ada transaksi penanganan biaya, dan meningkatkan transparansi informasi (Lee 2009). Untuk kegunaan dimensi, kita diidentifikasi dirasakan kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEU) sebagai faktor penting yang mempengaruhi penggunaan *Internet Banking*.

Dalam kegunaan *Internet Banking* ini merupakan sebuah proses dalam melakukan transaksi perbankan yang dilakukan melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet Bank.

Kegunaan *Internet Banking* sendiri yaitu sebuah proses dalam melakukan transaksi perbankan dan memberikan layanan yang lebih cepat dan mudah kepada nasabahnya atau dengan kata lain untuk menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman dan murah selama 24 jam yang mana nasabah bisa mengakses dari mana saja dan kapan saja baik melalui telepon seluler maupun laptop atau komputer yang ada.

Kegunaan dari *Internet Banking* ini juga dimaksudkan untuk menciptakan kepuasan pelayanan kepada nasabah, dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada nasabah agar nasabah tidak berpindah ke produk pesaing.

Kegunaan ini adalah *benefit* yang diperoleh oleh nasabah ketika menggunakan produk yang telah ditawarkan kepada mereka. Sehingga dari kegunaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah untuk tetap menggunakan produk yang telah dipilih. Hal ini dapat membantu nasabah melakukan transaksi dengan aman, nyaman, dan cepat dalam transaksi secara

online baik melalui telpon seluler maupun laptop dan komputer. Adapun indikator Empirisnya meliputi :

- a. Menggunakan *Internet Banking*, yaitu nasabah menggunakan *Internet Banking* akan memungkinkan untuk menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.
- b. Mempermudah, yaitu menggunakan *Internet Banking* akan mempermudah nasabah untuk melaksanakan tugas.
- c. Mencari, yaitu nasabah akan mencari *Internet Banking* sesuai dengan kebutuhan.
- d. Kemudahan dalam komunikasi, yaitu *Internet Banking* membuat komunikasi dengan bank menjadi lebih mudah.
- e. Memiliki manfaat, yaitu secara keseluruhan nasabah percaya bahwa *Internet Banking* lebih bermanfaat dari pada cara perbankan tradisional.

2.2.4 Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan juga sebagai kepercayaan seseorang yang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Kemudahan termasuk dalam komponen yang dari *technology acceptance model* (TAM), Menurut davis (1989:320) “persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu akan bebas dari upaya” Kemudahan penggunaan adalah factor signifikan yang mempengaruhi penerimaan system informasi atau teknologi baru.

(Jogiyanto, 2007), menjelaskan bahwa Kemudahan penggunaan yang dirasa merupakan kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk

digunakan, maka individu tersebut akan menggunakannya. Namun jika sebaliknya, maka individu tersebut tidak akan menggunakannya. Menurut (Maharsi dan Mulyadi, 2007), nasabah akan lebih memilih menggunakan internet Banking untuk melakukan transaksi perbankan, jika mereka dapat dengan mudah menggunakan system internet banking.

Penelitian sebelumnya secara empiris menemukan Persepsi kemudahan penggunaan dirasakan sebagai Faktor penting dalam penggunaan *Internet Banking*. Penerimaan model teknologi (TAM), awalnya dikembangkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw, mencoba menjelaskan penggunaan teknologi dan teknologi penerimaan perilaku menggunakan dua faktor utama, PU dan PEU. Dari studi awal menyelidiki penerimaan teknologi word processor, TAM adalah mantan cenderung komputer pribadi, World Wide Web, teknologi telemedicine, *Internet Banking*.

Beberapa studi sebelumnya telah digunakan PU dan PEU dalam model mereka dan menyelidiki hubungan dengan penggunaan *Internet Banking*. Mereka menemukan bahwa kedua faktor ini adalah pengaruh signifikan pada penggunaan *Internet Banking*; khusus, baik PU dan PEU memiliki yang positif dan efek langsung pada penggunaan *Internet Banking*. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa sementara PU memiliki dampak positif pada penggunaan *Internet Banking*, PEU memiliki efek tidak langsung yang signifikan di *Internet Banking* adopsi melalui PU.

Kemudahan adalah perasaan dimana seseorang merasa bisa atau mudah menggunakan dan mengoperasikan sebuah produk tanpa mengalami kesulitan. Indikator empirisnya meliputi :

- a. Mudah digunakan, yaitu nasabah merasakan kemudahan menggunakan *Internet Banking*.
- b. Belajar menggunakan, yaitu nasabah merasa mudah saat belajar menggunakan *internet banking*.
- c. Mudah di mengerti, yaitu interaksi nasabah dengan *Internet Banking* jelas dan mudah di mengerti.
- d. Mudah di ingat, yaitu mudah bagi nasabah untuk mengingat bagaimana melakukan tugas dengan *Internet Banking*.
- e. Mudah didapatkan, yaitu sangat mudah untuk mendapatkan *Internet Banking* untuk melakukan apa yang nasabah inginkan.

2.2.5 Hubungan Antara Variabel

Dalam uraian ini akan menjelaskan pengaruh persepsi keamanan, kegunaan, dan kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* Bank BRI di Surabaya.

2.2.5.1 Hubungan Antara Persepsi Keamanan terhadap adopsi *Internet Banking*

Keamanan yang tinggi membuat nasabah dapat menggunakan adopsi *Internet Banking*. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keamanan dan kepercayaan di anggap sangat penting dalam hal pengaruhnya terhadap penerimaan perbankan online sesuai dengan Supping & Yizheng (2010:96). Keamanan tingkat adopsi *Internet Banking* mungkin bisa berada di antara dua transaksi ini. Di *Internet Banking*, jumlah informasi rahasia yang dibutuhkan tidak sebanyak di layanan

pembayaran tagihan. Di *Internet Banking* juga, memberikan informasi bank yaitu item opsional.

Adanya ketidak konsistenan dengan klaim keamanan internet ini yang menurut Hole et al (2006:97) Pelanggan tidak terganggu dengan bahaya pencurian identitas, phishing email scam karena kemudahan yang mereka nikmati menggunakan perbankan online, dan terus diakui. Bahwa pelanggan cenderung percaya bahwa *Internet Banking* aman, ketika bank mereka mengatakan bahwa mereka aman yang bertentangan dengan kebenaran tentang keamanan online. Dalam penelitian Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) mengatakan bahwa layanan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi *Internet Banking*.

Menurut Chan dan Lu (2004:21), ini telah menyebabkan banyak orang untuk melihat *Internet Banking* sebagai layanan yang dapat dilakukan secara online . Oleh karena itu dalam konteks penelitian ini, orang yang menganggap *Internet Banking* sebagai pembantu dalam melakukan transaksi secara nyaman dan mudah dilakukan, ketika persepsi keamanan yang dirasakan oleh nasabah lebih meningkat akan memiliki kecenderungan untuk menerima dan menggunakan platform yang di sediakan oleh bank.

2.2.5.2 Hubungan antara kegunaan terhadap adopsi *Internet Banking*

Kegunaan merupakan poin penting dalam memilih dan menggunakan sebuah produk. Karena dengan mengetahui kegunaan dari produk itu terlebih dahulu,

maka nasabah akan lebih cenderung untuk memakai produk *Internet Banking* tersebut dibandingkan produk lainnya. Semakin banyaknya kegunaan yang menguntungkan dari sebuah produk, maka semakin menjadi produk pilihan bagi nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*, sehingga nasabah berfikir kalau menggunakan *Internet Banking* merupakan poin yang sangat penting dalam sebuah produk yang lebih dari produk lainnya.

Dalam peneliti terdahulu Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) menjelaskan bahwa layanan kegunaan adopsi *Internet Banking* di Ghana dipengaruhi dengan seberapa informasi yang tersedia dan manfaat layanan *Internet Banking*, adapun keamanan dan kerahasiaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan adopsi *Internet Banking*. Kegunaan dengan jelas dapat dirasakan dan digunakan dalam proses online banking dalam bentuk *Internet Banking* atau online. Sehingga akan mencapai sebuah transaksi yang sangat mudah dalam menggunakan sebuah produk *Internet Banking*.

Dalam kegunaan yang dirasakan perbankan online ada dua tipe yang dirasakan dan di kategorikan sebagai imbalan yang di maksud dan tidak diinginkan (lee, 2008:96) Lee juga menjelaskan bahwa imbalan yang dimaksud adalah penghargaan langsung dan nyata yang di nikmati konsumen dengan menggunakan layanan perbankan online seperti biaya transaksi yang lebih rendah, tingkat suku bunga deposito yang tinggi, peluang untuk hadiah antara lain, Imbalan yang tidak disengaja di sisi lain adalah keuntungan yang dapat dirasakan dan sulit diukur seperti layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi perbankan di manapun yang dapat digunakan dengan mudah, aman dalam

bertransaksi oleh nasabah yang ada dimanapun atau didunia ini. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara kegunaan dan penggunaan adopsi *Internet Banking* BRI Surabaya.

2.2.5.3 Hubungan antara kemudahan terhadap adopsi *Internet Banking*

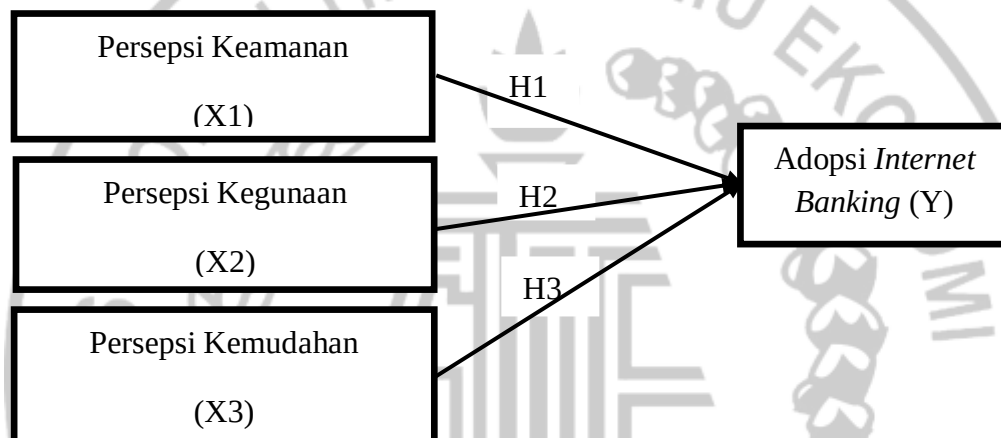
kemudahan dapat diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang dapat dengan mudah memahami suatu objek. Atas dasar definisi tersebut kemudahan penggunaan adopsi *Internet Banking* berarti seseorang dapat dengan mudah memahami transaksi *Internet Banking* melalui media *Internet Banking* (Igbaria Guimaraes dan Davis, 1995) dalam Raies Ahmad et.al 2013:71). Dikarenakan jika dalam bertransaksi nasabah mengalami kemudahan, maka nasabah tersebut akan tetap memilih dan menggunakan *Internet Banking* sebagai media untuk melakukan transaksi *Internet Banking*. Kemudahan penggunaan adalah faktor yang mempengaruhi penerimaan system informasi atau teknologi baru yang akan di munculkan pada *Internet Banking* atau sebuah media sosial.

Oleh karena itu kemudahan memberikan beberapa indikator terhadap adopsi *Internet Banking* yang akan digunakan oleh para nasabah ataupun calon nasabah yaitu meliputi mudah digunakan, belajar menggunakan, mudah dimengerti, mudah diingat dan mudah didapatkan. dalam bertransaksi *Internet Banking*. Hal Ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kemudahan terhadap penggunaan *Internet Banking*. Sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah dan membantu nasabah dalam memudahkan kegiatan perbankan secara online baik melalui telepon seluler, laptop, dan komputer. Dengan hal ini menunjukkan bahwa mengadopsi internet banking dapat dilakukan secara mudah,

aman dan nyaman oleh calon nasabah dalam melakukan bertransaksi secara online ataupun secara langsung ke ATM terdekat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk melihat Pengaruh persepsi keamanan, kegunaan, dan kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* Di Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya adapun rancangan penelitian yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Sumber : Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013), Njambi Warui (2014), Maryam Sohrabi, Julie Yew Mei Yee and Robert Jeyakumar Natan (2013)

Gambar 2.4
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan peumusan masalah serta kerangka pemikiran yang didukung dengan teori-teori yang relevan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *Internet Banking* Bank BRI Di Surabaya.

H₂ : Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *Internet Banking* Bank BRI Di Surabaya.

H₃ : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *Internet Banking* Bank BRI Di Surabaya.

H₄ : Persepsi keamanan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking Bank BRI Di Surabaya.

