

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. penelitian mengenai minat menggunakan internet banking telah terlebih dahulu diteliti oleh Fitriana Ana (2015) dengan variabel bebas terdiri atas persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas dan sikap penggunaan internet banking. Penelitian ini menggunakan metode sampel *purposive sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwasannya secara parsial ketiga faktor *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived credibility* terbukti mempengaruhi minat nasabah bank BCA (Bank Central Asia) untuk menggunakan layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah memiliki kesamaan dalam menganalisis menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model*, sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian, waktu penelitian dan tidak adanya variabel kepercayaan.

2. penelitian mengenai minat menggunakan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Maharani Sri (2007). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel. Yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri atas persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas dan sikap penggunaan internet banking. Sedangkan variabel dependennya adalah sikap penggunaan. Penelitian ini menggunakan metode sampel *purposive sampling* dengan metode pengumpulan data

survey menggunakan lembar kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil temuan penelitian tersebut ialah variabel manfaat internet banking, kemudahan menggunakan internet banking dan kredibilitas internet banking berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah mempunyai kesamaan dalam menganalisis minat seorang nasabah menggunakan layanan internet banking, yaitu menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model*, sedangkan perbedaannya adalah alat analisis yang berbeda dan juga tidak adanya variabel kepercayaan.

3. Penelitian mengenai minat nasabah menggunakan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Hayati Mislal Nasution (2015), variabel dalam penelitian tersebut terdiri dari variabel independen yang terdiri atas kemudahan, kemanfaatan, keamanan, kenyamanan efisiensi dan praktis, sedangkan variabel dependen terdiri atas minat nasabah menggunakan internet banking. Penelitian tersebut menggunakan metode sampel *simple random sampling* dengan metode pengumpulan data wawancara, studi kepustakaan dan menggunakan lembar kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi internet banking. Sedangkan perbedaannya terletak pada alat analisis yang digunakan, waktu penelitian, tempat penelitian dan tidak adanya variabel kepercayaan.

4. Penelitian mengenai minat nasabah menggunakan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Batista Maria dan Pratiwi Raisa (2017) dengan variabel independen yang terdiri atas

kemudahan, kegunaan, kepercayaan, sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku, sedangkan variabel dependen adalah minat. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel secara non probabilitas dan metode yang digunakan adalah convenience sampling. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel sikap dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Variabel kegunaan, kepercayaan, norma subyektif dan contoh perilaku tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian memiliki kesamaan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dan waktu penelitian serta tidak adanya variabel keamanan.

5. Penelitian mengenai minat nasabah menggunakan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Nur Hafid Yudha (2015) dengan variabel independen yang terdiri atas variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko dan kemampuan individu menggunakan komputer, sedangkan variabel dependennya adalah penerimaan *internet banking adoption*. Penelitian ini menggunakan metode sampel *purposive sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuisisioner. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 125 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan *internet banking adoption*.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah memiliki kesamaan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap penggunaan layanan

internet banking. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian, jumlah responden yang akan diteliti serta tidak adanya variabel keamanan dan variabel kepercayaan.

6. Penelitian mengenai minat menggunakan layanan internet banking telah terlebih dahulu diteliti oleh Muftafida Higya Aryani (2015) dengan variabel bebas kegunaan, kepercayaan, resiko, kemudahan dan keamanan. Penelitian ini menggunakan metode sampel convenience dengan metode pengumpulan data survey menggunakan kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 60 responden. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kegunaan, kepercayaan dan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking. Sedangkan variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah sama-sama meneliti variabel kegunaan, kemudahan penggunaan dan variabel keamanan terhadap minat menggunakan internet banking, sedangkan perbedaannya adalah pada subyek, lokasi penelitian, waktu penelitian, jumlah responden yang diteliti dan tidak adanya variabel resiko.

7. Penelitian mengenai minat menggunakan layanan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Lovita Rizky Kusuma Putri (2013) dengan variabel independen yang terdiri dari kemudahan, kegunaan dan keamanan, sedangkan untuk variabel dependennya adalah minat menggunakan layanan internet banking. Penelitian ini menggunakan metode sampel *non probability sampling* dengan pengumpulan data survey kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 210 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah

variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti variabel kemudahan, kegunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan internet banking, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sample yang diteliti dan tidak adanya variabel kepercayaan.

8. Penelitian mengenai minat menggunakan layanan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Dilla Oktavia Puspitasari (2016) dengan variabel independen yang terdiri dari kemudahan penggunaan, Kepercayaan, manfaat, kecemasan berkomputer dan kualitas pelayanan. Sedangkan untuk variabel dependennya adalah minat menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan metode simple *observasi* dengan pengumpulan data survey kuisisioner. Jumlah sample yang digunakan sebanyak 120 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, manfaat, kecemasan berkomputer dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mengadopsi layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti variabel kemudahan, kepercayaan, manfaat, terhadap minat menggunakan layanan internet banking. Sedangkan perbedaan terletak pada subjek, lokasi penelitian, dan tidak ada variabel keamanan.

9. Penelitian mengenai minat menggunakan internet banking terlebih dahulu diteliti oleh Febrian Maulana Yusuf (2017) dengan variabel dependennya yang terdiri dari persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi kepercayaan. Sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan internet banking. penelitian ini menggunakan

metode sampel *non probability sampling* dengan menggunakan pengumpulan data survey menggunakan lembar kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah kemudahan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan internet banking, sedangkan variabel kenyamanan dan variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah sama-sama meneliti variabel kemudahan dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan internet banking. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek, lokasi penelitian dan tidak adanya variabel kegunaan dan variabel keamanan.

10. Penelitian mengenai minat menggunakan layanan internet banking telah terlebih dahulu diteliti oleh Gilang Rizky Amijaya (2010) dengan variabel independen yang terdiri dari persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko dan fitur layanan. Sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan metode sampel *purposive sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko dan fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan internet banking.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel kemudahan terhadap minat menggunakan layanan internet banking. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek, lokasi penelitian, alat analisis data dan tidak adanya variabel kemudahan, keamanan dan kepercayaan.

B. KERANGKA TEORI

1. Pengertian Minat

Minat merupakan sebuah gejala psikologis yang menunjuk pada konsentrasi ketertarikan kepada sebuah objek karena ada perasaan bahagia (Tidjan, 2010). Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa minat dapat dipengaruhi oleh perasaan-perasaan senang dalam menggunakan sebuah objek. Sedangkan minat menurut KBBI adalah ketertarikan atau kecocokan hati terhadap sesuatu maupun sebuah keinginan terhadap suatu objek (KBBI). Minat dapat terapkan melalui cara mengarahkan sebuah potensi rasio ke tanggapan seseorang kepada bidang-bidang tertentu. Tanggapan tersebut dapat berupa reaksi internal maupun reaksi eksternal. Minat dapat muncul ketika seseorang mempunyai bentuk pilihan maupun pandangan atas sesuatu hal atau sebuah obyek yang bisa ditangkap oleh indera manusia ataupun yang muncul dari berbagai pikiran individu (Najib, 2004).

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya minat adalah ketertarikan individu pada sebuah hal yang sifatnya konsisten agar lebih mengingat dan juga memperhatikan secara berulang-ulang yang ditandai dengan lahirnya rasa senang untuk menghasilkan sebuah kepuasan tersendiri dalam mencapai kepuasan atas penggunaan sebuah teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaat.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa,

termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut (Swasta DH.B dan Handoko. T, 2000).

Perilaku konsumen bisa diartikan sebagai kumpulan kegiatan seseorang yang secara langsung turun langsung atau terlibat guna mendapatkan dan juga menggunakan barang ataupun jasa. Dan juga termasuk didalamnya terdapat proses pengambilan sebuah keputusan dan proses menentukan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Proses perilaku ini yang nantinya akan menentukan tindakan dalam mengambil keputusan untuk membeli barang ataupun jasa tersebut. Proses inilah yang akan individu gunakan untuk melakukan penyelesaian masalah dalam kegiatan individu tersebut dalam membeli barang ataupun jasa guna memenuhi suatu keinginan dan kebutuhannya.

3. Penggunaan Teknologi Informasi dalam dunia Perbankan

Dalam dunia perbankan, hampir semua instansi perbankan baik nasional maupun swasta sudah menggunakan teknologi dalam melakukan berbagai aktivitas operasionalnya. Hal ini dilakukan semata-mata untuk dapat meningkatkan tingkat keberhasilan efisiensi waktu dan tenaga, daya saing dan juga keuntungan dari bank itu sendiri. Sebuah perusahaan besar yang menjual jasa ataupun barang jika tertinggal dalam teknologi maka dapat dipastikan perusahaan atau organisasi tersebut tidak akan bertahan hidup dan meraih keberhasilan dengan maksimal.

Teknologi informasi dalam perbankan dapat digunakan untuk membantu melebarkan jangkauan guna memperoleh bentuk-bentuk dan aliran kerja yang baru. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan sengit mengharuskan instansi perbankan dapat menerima dan menggunakan teknologi untuk kesuksesan perusahaannya (Kennet. Laundon & Jane P, 2005). Pada saat ini teknologi informasi menawarkan sesuatu yang dibutuhkan oleh instansi perbankan yaitu kekuatan analisis yang berguna untuk melakukan dan mengelola bisnis. Teknologi informasi tidak hanya membawa pengaruh yang baik untuk kepentingan perbankan, namun juga dapat menjadi bumerang untuk perbankan tersebut jika dalam penggunaan teknologi masih kalah dengan para pesaingnya., hal ini memaksa instansi perbankan khususnya perbankan syariah untuk dapat mengadopsi teknologi yang lebih canggih agar dapat bersaing dipasar global. Dengan adanya teknologi nformasi yang semakin maju membuat perbankan syariah dapat menciptakan layanan-layanan baru yang dapat memudahkan setiap nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi perbankan menggunakan teknologi tersebut. Contoh teknologi tersebut adalah dengan lahirnya layanan internet banking yang dapat membantu menjawab setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

4. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang dapat membantu menjabarkan penerimaan seseorang atau individu atas penggunaan sistem teknologi informasi. *Technology Acceptance Model (TAM)* lahir dan diperkenalkan oleh Davis F.D ditahun 1989. Teori ini adalah salah satu model yang paling sering diadopsi didalam sebuah penelitian tentang penerimaan teknologi informasi. Hal ini

disebabkan karena pendekatan menggunakan *Technology Acceptance Model* dianggap lebih sederhana dan juga mudah untuk diaplikasikan. Konsep pendekatan teori ini didesain untuk dapat memahami persepsi pengguna dalam kegiatan adopsi suatu sistem teknologi informasi (Titis, 2008). Davis meyakini bahwa keputusan individu untuk menggunakan teknologi informasi di pengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*). Persepsi kemudahan dapat didefinisikan sebagai suatu indikator dimana jika seorang individu percaya jika teknologi tersebut dapat di gunakan dan dipahami dengan mudah. Sedangkan persepsi kemanfaatan atau kegunaan dapat didefinisikan sebagai suatu indikator dimana penggunaan sebuah teknologi informasi di yakini dapat menghasilkan manfaat dan berguna bagi individu yang menggunakannya.

Kedua faktor yang telah disebutkan diatas diyakini oleh davis merupakan variabel penting yang dapat menentukan individu dalam penerimaan teknologi informasi. Davis juga menyatakan bahwasannya persepsi manfaat secara signifikan dapat berhubungan dengan para pengguna teknologi pada saat ini dan juga mampu memprediksi penggunaan yang akan datang selanjutnya (Shinta, 2009).

Technology acceptance model (TAM) adalah salah satu model evaluasi kesuksesan dari pengguna sistem teknologi informasi dilihat dari penggunaan sistem yang akan memberikan gambaran bahwa faktor *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use* memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi (Arif, 2008).

5. Kegunaan

Persepsi kegunaan dapat didefinisikan bahwasannya probabilitas subjektif menggunakan teknologi akan mampu memperbaiki cara pengguna agar saat menyelesaikan pekerjaannya dapat dilakukan dengan baik (Jahangir dan begum, 2008), sedangkan Kusumaningrum (2015) mendefinisikan kegunaan atau persepsi kebermanfaatan sebagai tingkatan dimana seseorang yakin jika menggunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwasannya persepsi kebermanfaatan Teknologi Informasi adalah suatu sikap dan perilaku yang berhubungan dengan proses dalam pengambilan keputusan. Jika individu percaya jika sistem teknologi informasi dapat berguna dan mempunyai manfaat maka seseorang cenderung akan menggunakannya.

Pada konteks penelitian ini, kegunaan atau kebermanfaatan dalam *Internet Banking* dapat diartikan bahwa dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan nasabah seberapa besar manfaat yang nantinya dapat diperoleh. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *Internet Banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *Internet Banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan *Internet Banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *Internet Banking* dapat meningkatkan kinerja produktifitas dan efektifitas kinerja serta *Internet Banking* bermanfaat bagi nasabah.

6. Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dapat di artikan sebagai tingkatan sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi informasi akan mempermudah pekerjaannya. Jika seorang individu percaya bahwasannya dengan menggunakan suatu teknologi dapat membantu mempermudah

pekerjaannya maka besar kemungkinan individu tersebut akan mau menggunakan teknologi tersebut. Hal ini berlaku kebalikannya, jika seorang individu menganggap bahwa teknologi tidak dapat mempermudah atau membantu pekerjaannya, maka besar kemungkinan individu tersebut akan enggan untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan (Jogiyanto, 2017). Davis menggunakan 6 buah item untuk membentuk konstruk kemudahan, keenam item tersebut adalah sebagai berikut:

a. Mudah dipelajari

Sebuah sistem pada dasarnya dibuat untuk mudah dipelajari, sehingga pengguna akan merasa dimudahkan dalam pengoperasiannya. Sebuah sistem dapat dikatakan baik jika dalam pengoperasiannya mudah untuk dipelajari. Jika sistem tersebut dirasa sulit untuk dipelajari, maka pemakai sistem tersebut tentu saja akan berfikir dua kali untuk mau menggunakannya. Kemudahan dalam pemakaian suatu teknologi salah satunya dapat ditentukan dari tingkat kemudahan untuk mempelajari teknologi tersebut.

b. Dapat dikontrol

Sebuah sistem teknologi dapat dikatakan mudah jika dalam pengoperasiannya dapat dikendalikan sesuai dengan apa yang pengguna inginkan, jika dalam pengoperasiannya mudah dikontrol maka pengguna dapat dengan mudah menemukan apa yang benar-benar mereka inginkan.

c. Jelas dan dapat dipahami

Sistem yang mudah mengharuskan sistem tersebut harus dapat menyuguhkan kejelasan dalam tatap muka (*interface*) sehingga menu-menu yang terdapat dalam sistem tersebut dapat memberikan kemudahan interaksi pengguna dengan sistem tersebut.

d. Fleksibel

Sistem yang fleksibel akan sangat memudahkan penggunaannya. Pengguna akan lebih menggunakan sistem yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dirinya maupun kebutuhan tempat dia bekerja.

e. Mudah mahir

Sistem yang menghadirkan menu-menu yang mudah untuk dioperasikan akan membuat seseorang yang menggunakan sistem teknologi tersebut menjadi lebih cepat untuk mahir dan menguasai sistem tersebut. Apabila seseorang sudah mahir dalam menggunakan sistem teknologi tersebut dengan waktu yang cepat, seseorang tersebut akan menganggap bahwa sistem yang sedang digunakannya itu mudah untuk dioperasikan.

f. Mudah digunakan

Pada dasarnya sistem akan dianggap mudah untuk dioperasikan jika saja dalam kegiatan pengoperasiannya tidak memerlukan usaha yang keras. Jika untuk penggunaannya saja harus memerlukan usaha yang keras, maka sistem dianggap tidak mudah untuk dapat digunakan. Para pengguna sistem teknologi akan menganggap bahwa pemanfaatan teknologi tersebut mudah jika teknologi dapat memenuhi kriteria tersebut.

7. Keamanan

Keamanan atau privasi adalah salah satu dari banyak faktor yang dianggap penting yang nantinya dapat mendorong minat seorang nasabah dalam menggunakan internet banking. Keamanan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan yang dapat melindungi informasi didalam layanan internet banking dari berbagai ancaman maupun penyalahgunaan data rekening nasabah (Mahardika dan Basuki, 2011). Keamanan dalam layanan internet banking diharapkan dapat mencegah kejahatan seperti penipuan ataupun mendeteksi adanya kejahatan lain disebuah sistem yang berbasis teknologi informasi, dimana informasi itu sendiri tidak mempunyai arti fisik (Budhi Rahardjo, 2005).

Dalam konteks internet banking itu sendiri, berbagai ancaman kejahatan yang dapat merugikan pihak pengguna adalah serangan atau penyusupan yang dilakukan melalui jaringan transaksi dan juga transmisi data menuju akses yang tidak sah ke rekening nasabah yang dilakukan dengan cara otentikasi palsu (Yoon dan Ocenna, 2014). Dalam kasus ini sistem teknologi yang digunakan harus benar-benar memastikan bahwasannya data dari para nasabah dapat terjamin kerahasiannya dan tidak diakses oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab, sehingga mengakibatkan kerugian pada nasabah yang menggunakan layanan internet banking tersebut (Irmadhani dan Nugrogo, 2012).

8. Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sebagai penilaian atas hubungan individu dengan individu yang lain dan selanjutnya melakukan berbagai macam transaksi dengan

sesuai harapan pemberi kepercayaan di dalam lingkungan yang penuh dengan spekulasi atau ketidakpastian (Ba dan Pavlou, 2002). Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah sebuah bank, pihak penyedia layanan diharuskan mampu memberi kepuasan pelanggan, hal ini dilakukan untuk bertahan dalam era sistem teknologi informasi yang semakin maju. Seringnya terjadi tindak kejahatan internet seperti pembobolan akun nasabah dan lain-lain membuat faktor kepercayaan menjadi faktor yang sangat krusial dalam menentukan minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking yang disediakan oleh pihak perbankan.

Konsep kepercayaan ini dapat diartikan bahwasannya nasabah memberikan kepercayaan kepada pihak bank agar bisa diandalkan dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan yang dimiliki oleh para nasabah. Sebuah kepercayaan dari nasabah akan lahir ketika nasabah yakin jika dengan menggunakan layanan internet banking dari perbankan yang dipilihnya akan dapat menjamin kerahasiaan data selanjutnya kemampuan melakukan transaksi perbankan dan lain-lain dengan baik tanpa merugikan pihak nasabah. Kepercayaan dari nasabah disini meliputi kepercayaan pada penyelenggara transaksi perbankan berbasis elektronik dan juga kepercayaan nasabah terhadap mekanisme operasional dari transaksi itu sendiri.

C. Pengembangan Hipotesis

a. **Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet**

Banking

Kusumaningrum (2015) mendefinisikan kegunaan atau persepsi kebermanfaatannya sebagai tingkatan dimana seseorang yakin jika menggunakan sebuah

teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwasannya persepsi kebermanfaatan Teknologi Informasi adalah suatu sikap dan perilaku yang berhubungan dengan proses dalam pengambilan keputusan. Jika individu percaya jika sistem teknologi informasi dapat berguna dan mempunyai manfaat maka seseorang cenderung akan menggunakannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsari didapatkan hasil bahwa faktor persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan internet banking dikota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat atau kegunaan yang bisa didapatkan jika menggunakan layanan internet banking, maka nasabah akan berminat untuk menggunakan layanan internet banking.

Berdasarkan uraian hubungan antara persepsi kegunaan dengan minat nasabah menggunakan internet banking di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 :persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika

seseorang percaya bahwa sistem informasi sulit digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Menurut penelitian Faramita Dwitama persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.

c. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Keamanan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan yang dapat melindungi informasi didalam layanan internet banking dari berbagai ancaman maupun penyalahgunaan data rekening nasabah (Mahardika dan Basuki, 2011). Keamanan dalam layanan internet banking diharapkan dapat mencegah kejahatan seperti penipuan ataupun mendeteksi adanya kejahatan lain disebuah sistem yang berbasis teknologi informasi, dimana informasi itu sendiri tidak mempunyai arti fisik (Budhi Rahardjo, 2005).

Berdasarkan hasil penelitian Mislah Hayati Nasution dan Sutisna keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan jika suatu layanan yang diberikan kepada nasabah terjamin keamanannya, maka nasabah akan menggunakannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 :keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking

d. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian hubungan antara individu dengan individu yang lain yang nantinya akan melakukan berbagai macam transaksi dengan sesuai harapan pemberi kepercayaan di dalam lingkungan yang penuh dengan spekulasi atau ketidakpastian (Ba dan Pavlou, 2002).

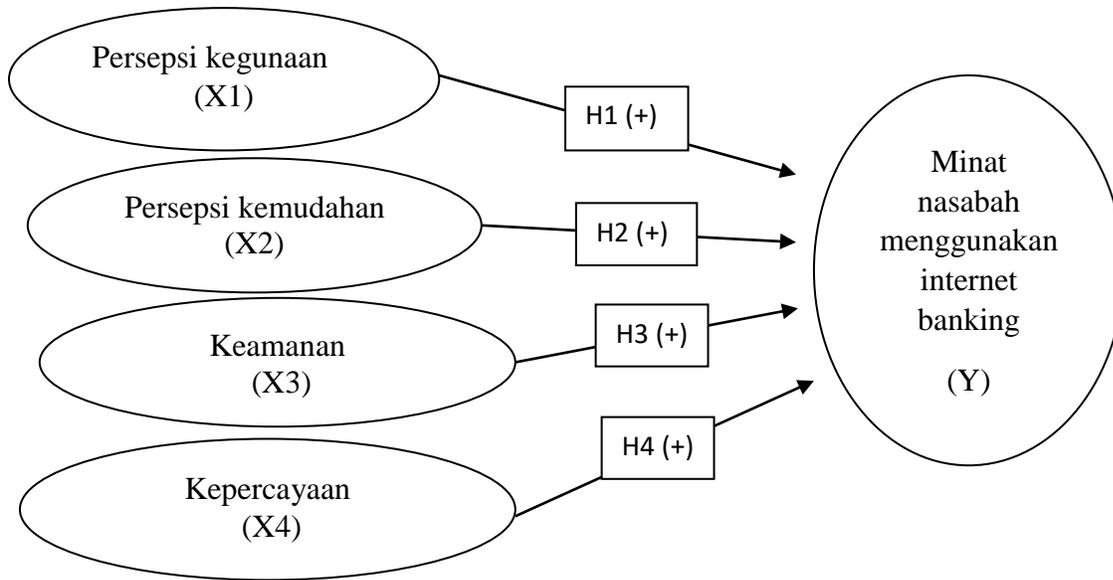
Berdasarkan penelitian Hafid Nur Yudha kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan atau kepercayaan terhadap sebuah sistem akan dapat membuat nasabah menjadi berminat untuk menggunakan layanan internet banking tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking

A. Model Penelitian

Berdasarkan penurunan hipotesis variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking yang telah diuraikan di atas maka dapat dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking
Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)