

TESIS

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN
KENYAMANAN TERHADAP MINAT PERILAKU NASABAH DAN
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI UNIT PT.BANK
RAKYAT INDONESIA TBK CABANG MAKASSAR AHMAD YANI**

***THE INFLUENCE OF USEFUL, EASE, TRUST, AND CONVENIENCE
INTEREST IN CUSTOMER BEHAVIOR AND DECISION USING INTERNET
BANKING IN THE UNIT OF PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK. BRANCH
AHMAD YANI MAKASSAR***

A.Tenri Nur Fatimah

A012182029



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

TESIS

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN
KENYAMANAN TERHADAP MINAT PERILAKU NASABAH DAN KEPUTUSAN
MENGUNAKAN INTERNET BANKING DI UNIT PT.BANK RAKYAT INDONESIA
TBK CABANG MAKASSAR AHMAD YANI**

A.Tenri Nur Fatimah

A012182029



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

TESIS

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT PERILAKU NASABAH DAN
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN INTERNET *BANKING* DI UNIT
PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK. CABANG MAKASSAR AHMAD YANI**

disusun dan diajukan oleh :

**A. TENRI NUR FATIMAH
A012182029**

telah dipertahankan dalam sidang ujian tesis
Pada tanggal 27 Agustus 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Komisi Penasehat

Ketua



Prof. Dra. Hj. Dian A. S. Parawansa, M.Si., Ph.D.

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E., M.Si., CIPM.

Anggota



Dekan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si., CIPM.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : A. Tenri Nur Fatimah

Nim : A012182029

Program studi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis/disertasi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis/disertasi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Makassar, 04 September 2020

Yang Menyatakan,



A. Tenri Nur Fatimah

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M) pada Program Pendidikan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Ibu Prof.Dra.Hj.Dian A.S Parawansa, M.Si.,Ph.D dan Bapak Dr.Abd. Razak Munir, SE.,MSi.,M.Mktg sebagai pembimbing utama dan kedua atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang telah dilakukan.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada kedua orang tua, saudara(i) dan semua pihak atas bantuan, nasihat, dan motivasi yang diberikan selama penelitian tesis ini. Semoga semua pihak mendapat kebaikan dari-NYA atas bantuan yang diberikan hingga tesis ini terselesaikan dengan baik.

Penelitian ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempumakan tesis ini serta semoga bermanfaat.

Makassar, 01 September 2020

Peneliti,

A.Tenri Nur Fatimah

ABSTRAK

A.Tenri Nur Fatimah. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Perilaku Nasabah dan Keputusan Menggunakan Internet Banking di Unit Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Makassar Ahmad Yani (dibimbing oleh Hj Dian A.S Parawansa, dan Abd.Razak Munir,)

Dunia perbankan adalah bisnis yang sangat mempengaruhi basis perekonomian, dengan kondisi meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, dunia bisnis, termasuk sektor perbankan juga memanfaatkan media internet dalam melakukan kegiatan bisnis. Penelitian yang akan dilakukan saat ini berfokus pada penggunaan Internet Banking pada nasabah BRI Unit_Unit Cabang Makassar Ahmad Yani. Proses penyebaran kuesioner memerlukan waktu selama satu bulan. Metode pengumpulan data menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden lebih banyak perempuan yaitu 192 responden (52,3%) dibandingkan perempuan 175 responden (47,7%), yang berumur 21-30 tahun sebanyak 145 responden (39,5%), dengan pekerjaan paling banyak Wiraswasta/pedagang 237 responden (64,6%).

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (eksegenus) adalah kegunaan (X1), Kemudahan (X2), kepercayaan (X3) dan Kenyamanan (X4) sedangkan variabel terikat (endogenus) yang diteliti yaitu minat menggunakan (Y1) dan keputusan menggunakan (Y2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kegunaan terhadap minat menggunakan internet banking. Semakin tinggi persepsi kegunaan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan Internet banking karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan Internet banking tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan dalam bertransaksi bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan internet banking. Diharapkan untuk selalu memperbaharui sistem Internet banking yang digunakan, baik dari segi jenis transaksi maupun tampilan sistem dan melakukan inovasi fasilitas-fasilitas baru, agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan Internet banking.

Kata Kunci : Internet Banking, Nasabah, transaksi

ABSTRACT

A.TenriNur Fatimah.The Influence Of Useful, Ease, Trust, And Convenience Interest In Customer Behavior And Decision Using Internet Banking In The Unit Of Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Branch Ahmad Yani Makassar. (supervised Hj Dian A.S Parawansa danDr.Abd.RazakMunir)

The banking world is a business that greatly influences the economic base, with the condition of increasing internet users from year to year, the business world, including the banking sector, also utilizes internet media in conducting business activities. The research that will be conducted at this time focuses on the use of Internet Banking for BRI Unit _Unit Makassar AhamdYanicustomers. The process of distributing questionnaires takes one month. The method of data collection uses the method of data collection through the distribution of questionnaires to respondents. The results showed that more respondents were 192 respondents (52.3%) compared to 175 respondents (47.7%), aged 21-30 years as many as 145 respondents (39.5%), with the most jobs being Entrepreneurs/traders 237 respondents (64.6%).

In this study the independent variables (exogenous) are usability (X1), Ease (X2), trust (X3), and Convenience (X4) while the dependent variable (endogenous) studied is interest in using (Y1) and decided to use (Y2). The results of the study indicate that there is an influence of usability on interest in using internet banking. The higher the perception of the usefulness of customers, the higher the interest in using Internet banking because customers believe that the use of Internet banking can have a positive influence and can improve business transactions. The results of the study indicate that there is no effect of ease on interest in using internet banking. It is expected to always update the internet banking system used, both in terms of the type of transaction and the appearance of the system and innovate new facilities so that it can provide direct benefits, reduce the level of difficulty and complexity of transactions and simplify the operation of the system so that customers can more easily transact using Internet banking.

Keywords: Internet Banking, Customers, transactions

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

Bab I Pendahuluan	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 RuangLingkupPenelitian	10
1.6 SistematikaPenulisan.....	10
Bab II Tinjauan Pustaka.....	11
2.1 Teori dan Konsep	11
2.2 Tinjauan Empiris	25
Bab III Kerangka Konseptual dan Hipotesis	29
3.1 Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	29
3.2 Hipotesis	33
Bab IV Metode Penelitian	34
4.1 Rancangan Penelitian	34
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
4.3 Populasi dan Sampel	35
4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
4.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
4.4 Teknik Analisis Data	44
Bab V Hasil Penelitian	50

	9
5.1 Uji Kualitas Kuesioner	50
5.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
Bab VI Pembahasan.....	69
BabVII Kesimpulan	79
7.1 Kesimpulan	79
7.2 Saran	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Penelitian Terdahulu	27
2.2. Indikator Penelitian.....	42
5.1. Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan.....	50
5.2. Uji Validitas Variabel Perspesi Kemudahan.....	51
5.3. Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan	51
5.4. Uji Validitas Variabel Persepsi Kenyamanan	51
5.5. Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	52
5.6. Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	52
5.7. Karakteristik Responden Penelitian	53
5.8. Angka Indeks Persepsi Kegunaan.....	54
5.9. Angka Indeks Persepsi Kemudahan.....	55
5.10. Angka Indeks Persepsi Kepercayaan	56
5.11. Angka Indeks Persepsi Kenyamanan	57
5.12. Angka Indeks Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	58
5.13. Angka Indeks Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	59
5.14. Uji F (Anova) Minat Menggunakan <i>Internet banking</i>	59
5.15. Koefisien Determinasi.....	60
5.16. Persamaan Regresi.....	61
5.17. Uji F (Anova) Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	62
5.12. Faktor Determinan Keputusan Menggunakan <i>Internet banking</i>	63
5.19. Persamaan Regresi.....	63
5.20. Hasil Analisis Jalur	67
5.21. Nilai Koefisien	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
3.1.	Kerangka Konsep Penelitian	32
5.1.	Analisis Jalur	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan adalah bisnis yang sangat mempengaruhi basis perekonomian di Negara kita, perbankan merupakan suatu industri jasa yang dominan dalam program perekonomian Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan juga berfungsi sebagai lembaga perantara yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam rangka kegiatan perekonomian yang bersifat produktif serta memperoleh laba agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Dunia bisnis sangat cepat berubah, perkembangan teknologi yang semakin berkembang memberikan dampak yang menyentuh segala aspek. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Hal ini menjadi tantangan perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan pasar yang cepat dan semakin dinamis. Bank-bank yang mengkonsentrasikan mengenai meningkatkan saldo simpanan tabungan, dan menyalurkan dalam bentuk kredit dianggap sebagai resep kuno. Suatu kewajiban apabila bank dituntut untuk lebih kreatif dan inovasi dalam mengembangkan produk atau program maupun perubahan secara teknik dan operasional yang lebih bisa diterima di era digital sekarang. Perkembangan teknologi kini menjadi pengaruh yang banyak terhadap perubahan perilaku konsumen, dari perilaku nasabah yang bertransaksi secara konvensional bergeser menjadi perilaku yang bertransaksi secara digital.

Persaingan bisnis di era ini sangat ketat karena kemajuan perekonomian yang mendorong pertumbuhan bisnis. Perkembangan teknologi yang mana saat ini sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi bisnis, yang mana bisnis di era sekarang sudah didominasi dengan era digital. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah. Maka dari itu, perbankan berlomba-lomba meluncurkan aplikasi mereka agar meningkatkan kualitas layanan mereka yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah itu sendiri.

Konsep teknologi finansial adalah konsep yang memadukan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dengan bidang keuangan pada lembaga perbankan, sehingga bisa memfasilitasi proses transaksi keuangan antar nasabah yang lebih praktis, aman dan modern. Teknologi finansial kini menawarkan proses pembayaran, transfer, layanan pinjaman online, dan lainnya. Dengan adanya pemanfaatan teknologi ini lembaga perbankan diharapkan bisa meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya.

Dengan kondisi meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, dunia bisnis, termasuk sektor perbankan juga memanfaatkan media internet dalam melakukan kegiatan bisnis. Dalam sektor perbankan, contoh produk atau layanan yang menggunakan media internet adalah internet banking. Pada internet banking perangkat yang digunakan adalah komputer, laptop, tablet, atau smartpone. Internet banking memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan seperti melihat riwayat transaksi, mengecek saldo tabungan, melakukan transfer dana, pembayaran tagihan kartu kredit, dan sebagainya tanpa dibatasi ruang dan waktu karena dapat dilakukan dimanapundan

kapanpun. Selain nasabah adanya *internet banking* tentunya juga memberikan manfaat bagi bank itu sendiri seperti, meningkatkan kualitas pelayanan, mengurangi biaya operasional bank, menarik nasabah baru, menciptakan image global banking, serta memperluas jangkauan layanan (Andreas, 2017)

Implementasi pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat besar, dan telah mengubah perilaku masyarakat hampir pada semua aspek kehidupan, seperti jual beli secara online (*e-commerce*), interaksi sosial secara digital melalui media sosial, buku elektronik seperti *E-book*, koran elektronik, belajar online, transportasi publik (taksi dan ojek), layanan pendukung pariwisata seperti tiket, hotel dan bahkan konsumsi, serta *financial technology*. Suatu inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi hadir dalam bidang perekonomian dunia saat ini sangat penting untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian terkini di Indonesia adalah teknologi finansial atau *Financial Technology (Fintech)* dalam lembaga perbankan. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre (NDRC)*, teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial

Mendukung pernyataan tersebut, menurut survei yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa, meningkat dibanding tahun 2017, data dari APJII sebanyak 143,26 juta jiwa. Jadi sebanyak 64,8% penduduk Indonesia adalah pengguna internet.

Berdasarkan hasil survei tersebut bahwa terjadi peningkatan pengguna internet setiap tahunnya, namun tingkat penggunaan manfaat teknologi finansial untuk akses ke lembaga perbankan masih relatif rendah. Menurut survei yang dilakukan oleh *Sharing Vision* pada 6 bank besar di Indonesia, bahwa jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012.

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat lembaga perbankan harus mampu menyesuaikan diri, tidak terkecuali salah satu Bank terbesar Indonesia yakni BRI. Hal serupa yang dilakukan oleh BRI salah satu Unitnya adalah Butung yang terus berbenah memperkuat layanan dengan *branchless banking*, melayani nasabah dengan teknologi tanpa harus ke kantor, memperkenalkan aplikasi terbaru dari BRI yakni BRIMO, serta upgrading fitur-fitur layanan sesuai kebutuhan

Perubahan era digital saat ini yang semakin meningkat diharapkan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dikhususkan bagi BRI yang bisa memanfaatkan unit-unit kecilnya yang tersebar di berbagai daerah untuk memperkenalkan aplikasi internet banking yang bisa dimanfaatkan secara menyeluruh. Penawaran layanan perbankan melalui mobile banking sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan mobile banking dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan mobile banking serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Menurut data yang dilansir dari playstore, BNI *Mobile Banking* sudah di download sebanyak lebih dari 5.000.000 *downloaders*, sama halnya dengan Mandiri Online Banking juga sebanyak lebih dari 5.000.000 *downloaders*, bahkan BCA mobile sudah didownload sebanyak 10.000.000 *downloaders*. Akan tetapi aplikasi terbaru dari BRI yaitu BRIMO hanya sebanyak 1.000.000 *downloaders*. Ini membuktikan bahwa aplikasi dari BRIMO masih kurang diminati nasabahnya.

Bahkan nasabah dari BRI Unit Butung yang terdata di sistem WBS Bri , nasabah sebanyak 4.500 hanya sebesar 10% pengguna sekitar 450 nasabah.

Dalam laporan tahunan yang dikeluarkan APJII, bank BCA menjadi yang paling sering digunakan dalam transaksi internet banking, kedua disusul bank Mandiri ketiga dan keempat ditempati oleh bank BNI dan BRI. Data terbaru yang dikutip pada situ *sharingvision.com* bahwa berdasarkan data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia, pada tahun 2014 total jumlah pengguna internet banking mencapai 10 juta pengguna.

Seperti yang telah dilakukan penelitian terdahulu dari Indria Stevani tahun 2016 dengan judul Analisis Faktor – Faktor Kunci Penggunaan Internet Banking adalah berdasarkan hasil analisis dan pembahasana, tiga faktor penggunaan internet banking adalah kualitas sistem internet banking, tampilan informasi mudah dimengerti dan memberikan informasi yang berharga. Dan selanjutnya penelitian terdahulu oleh Muftafida Higya Tahun 2105 dengan judul Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model* dengan hasil penelitian yaitu variabel kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan internet banking, tetapi variabel kemudahn dan keamana tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking. Maka dari itu peneliti bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh minat nasabah BRI dan keputusan nasabah BRI untuk menggunakan internet banking.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa dan memperdalam pengetahuan tentang persepsi-persepsi yang mempengaruhi pengguna dalam penerimaan Internet banking, dengan menggunakan model yang relevan, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang terdiri dari persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan untuk mengukur persepsi-persepsi yang mempengaruhi nasabah perbankan terhadap penerimaan internet banking di BRI Unit Pasar Butung, penelitian ini juga

menambahkan persepsi yang mendukung dan relevan selain model TAM. Yaitu : persepsi kepercayaan (*Trust*). Persepsi-persepsi ini merupakan bagian dari keyakinan akan mempengaruhi bagian dari keyakinan yang akan mempengaruhi sikap nasabah untuk terus menggunakan layanan internet banking.

Teori yang mendasari penelitian terhadap minat penggunaan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Persepsian dan Minat merupakan bagian variabel dari teori TAM dan TPB. Variabel-variabel tersebut dipilih karena merupakan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Pemaparan fenomena di atas menimbulkan

ketertarikan untuk melakukan penelitian terkait Minat bertransaksi menggunakan Internet Banking. Penelitian akan dilakukan menggunakan model TAM dan TPB. Peneliti akan mencoba untuk melihat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yang juga mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan Internet Banking. Penelitian yang akan dilakukan saat ini berfokus pada penggunaan Internet Banking pada nasabah BRI Unit Butung yang mana jumlah nasabah adalah 4.500, dan jumlah nasabah tersebut bertambah setiap bulannya namun belum semua nasabah yang memanfaatkan fasilitas Internet Banking yang ditawarkan dari BRI.

Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan di atas, dapat diketahui bahwa Minat nasabah untuk bertransaksi menggunakan Internet Banking masalah rendah. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan manfaat dan kemudahan kepada penggunanya. Maka untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi terbaru yang diluncurkan pada akhir tahun 2018 dari BRI. Yang mana khususnya akan di teliti di semua unit – unit di bawah Bri Makassar Ahmad Yani yaitu Bri Butung, Bri Marga Mas, Bri Pasar Cidu, Bri Pannampu, Bri Ujung Tanah, Bri Pongtiku dan Bri Pasar Terong maka judul penelitian ini adalah **Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Minat Perilaku Nasabah dan Keputusan Menggunakan Internet Banking di Unit PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Makassar Ahmad Yani**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan adalah :

1. Apakah faktor persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah?
2. Apakah faktor persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah?
3. Apakah faktor persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah?
4. Apakah faktor persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah?
5. Apakah faktor persepsi kegunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking?
6. Apakah faktor persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking?
7. Apakah faktor persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking?
8. Apakah faktor persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking?
9. Apakah terdapat pengaruh minat menggunakan internet banking terhadap keputusan menggunakan internet banking?

1.3 Tujuan Penelitian

Didasari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan pengaruh faktor persepsi kegunaan terhadap minat dalam menggunakan internet banking pada nasabah perbankan.
2. Menjelaskan pengaruh faktor persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan internet banking pada nasabah perbankan.
3. Menjelaskan pengaruh faktor persepsi kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan internet banking pada nasabah perbankan.
4. Menjelaskan pengaruh faktor persepsi kenyamanan terhadap minat

nasabah dalam menggunakan internet banking

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat diharapkan karena adanya penelitian ini adalah sebagaiberikut:

1.4.1 KegunaanTeriotis

1. Untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai pembahasan yang diteliti serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat mengaplikasikan gambaran yang lebih jelas mengenai kesesuaian fakta di lapangan dengan teori yang telah dipelajari di bangkukuliah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dalam khasanah ilmumanajemen.

1.4.2 KegunaanPraktis

1. Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak perbankan khususnya Unit-Unit Bri Makassar Ahmad Yani dalam meningkatkan kualitas layanan dengan untuk sering memasarkan lebih intens aplikasi internet bankingnya. Agar bisa mencapatkan *fee basedincomenya*.
2. hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak BRI Unit-Unit Makassar Ahmad Yani untuk menerapkan strategi keunggulan yang tepat agar dapatunggul.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah maka penulisan ini membatasi ruang lingkup pembahasan yang mencakup pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, kenyamanan terhadap minat perilaku nasabah menggunakan internet banking di Makassar khususnya nasabah bank BRI unit Pasar Butung dengan menguji pengaruh variabel-variabeltersebut

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan masalah dalam penelitian ini, penulis mebagi ke dalam beberapa bab yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BABII TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat tentang landasan pemikiran teoritik yang meliputi tinjauan pustaka, konsep serta tinjauan empiris.

BABIII KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab III berisi tentang kerangka pemikiran dan hipotesis

BABIV METODE PENELITIAN

Pada bab IV ini berisi uraian tentang metode penelitian yang mencakup rancangan penelitian, situs dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampe, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variable penelitian dan definisi opsional, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BABV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab kelima ini merupakan gambaran umum obyek penelitian serta hasil penelitian dan permasalahan yang terdiri dari deskripsi hasil penelitian dan analisis pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

BABVI PENUTUP

Bab terakhir adalah bab ke VI merupakan bab penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran yang dianggap penting dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Definisi Jasa Perbankan

Karena fungsi dasarnya sebagai intermediares (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang dananya berlebihan (*surplus unit*), bank juga melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan.

Dalam ilmu ekonomi, jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Menurut Djaslim Saladin (2004:134) pengertian dari jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikansesuatu.

Sedangkan perbankan menurut UU No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan membeikan jada bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Berdasarkan SK menteri Keuangan RI Nomor 792 tahun 1990 bank merupakan suatu badan yang kegiatannya di bidang keuangan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.

Dari penjelasan yang telah diuraikan bisa disimpulkan perbankan sebagai mediasi kemudahan layanan keuangan. Mulai dari simpanan atau tabungan, layanan pinjaman, transfer dan lain-lainnya

2.1.2 Jenis-jenis Jasa Dalam Perbankan

Jasa-jasa perbankan antara lain:

1. Kliring

Kliring merupakan sarana atau cara perhitungan hutang-piutang dalam bentuk surat-surat berharga atau surat dagang dari suatu bank peserta yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia atau pihak lain yang ditunjuk. Kliring didefinisikan juga sebagai pertukaran warkat atau data keuangan elektronik antarbank baik atas nama bank maupun nasabah yang hasil perhitungannya diselesaikan pada waktu tertentu. Penyelenggaraan kliring lokal manual terdiri dari dua tahap yaitu Kliring Penyerahan (Kliring 1) dan Kliring Pengembalian (Kliring 2) yang merupakan satu kesatuan siklus kliring. Peserta wajib mengikuti kedua kegiatan tersebut sampai kliring dinyatakan selesai. Tujuan dilaksanakan kliring oleh Bank Indonesia antara lain:

- a. Untuk memajukan dan memperlancar lalu lintas pembayarangiral
- b. Agar perhitungan penyelesaian utang piutang dapat dilakukan dengan lebih mudah, aman dan efisien.

Proses penyelesaian warkat-warkat kliring di lembaga kliring (dilihat dari sisi bank)

- a. Kliring Keluar, membawa warkat kliring ke lembaga kliring (Nota debet/kredit keluar)

- b. Kliring Masuk, menerima warkat kliring dari lembaga kliringa (Nota debet/kredit masuk) 3) Pengembalian Kliring, pengembalian warkat yang tidak memenuhi syarat yang telah ditentukan

2. Transfer

Transfer adalah kiriman uang yang diterima bank termasuk hasil inkaso yang ditagih melalui bank tersebut yang akan diteruskan kepada bank lain untuk dibayarkan kepada nasabah (transfer).

a. Jasa Perbankan yang BerbasisTeknologi

Jasa Perbankan yang Berbasis Teknologi yang ada hingga saat ini diantaranya adalah:

1) Internet banking

Menurut Bank Indonesia, Internet Banking merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan Internet. Jenis kegiatan Internet Banking dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu Informational Internet Banking, Communicative Internet Banking, dan Transactional Internet Banking.

2) MobileBanking

Mobile banking adalah suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM Card dan saat ini menggunakan media SMS (Short message services). Keuntungan bagi nasabah, selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan juga melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponselnasabah. Dalam penggunaan *mobile banking* digunakan hanya

menggunakan pin yang memang lebih mudah diingat oleh pengguna/nasabah.

3) UangElektronik

Uang elektronik (atau uang digital) adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital. *Electronic Funds Transfer* (EFT) adalah sebuah contoh uang elektronik. Uang elektronik merupakan bidang yang menarik dalam kriptografi, penggunaan uang digital sampai sekarang masih dalam skala-kecil.

4) Anjungan TunaiMandiri

ATM (*automated teller machine*) di Indonesia juga kadang merupakan singkatan bagi anjungan tunai mandiri yang merupakan sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh petugas bank. Mesin ATM memudahkan nasabah dalam transaksi keuangan yang dikehendakinya, hingga tidak perlu mengantri di bank. Perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa seperti :

- a) Adanya transaksi berupa Transfer uang via mobile maupun viateller.
- b) Adanya ATM (*Auto Teller Machine*) pengambilan uang secara cash secara 24jam.
- c) Penggunaan Database di bank –bank

d) Sinkronisasi data-data pada Kantor Cabang dengan Kantor Pusat Bank

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM antara lain:

- a) Penarikan Tunai, Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
- b) Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit)
- c) Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

Keuntungan yang diberikan dengan adanya ATM antara lain:

- a) Lokasi ATM tersebut tersebar di berbagai tempat-tempat strategis
- b) Pengoperasiannya mudah
- c) Melayani 24 jam termasuk hari libur
- d) Menjamin keamanan dan privacy
- e) Memungkinkan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari

2.2 Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet banking*

2.2.1 Minat Bertransaksi

Minat perilaku menurut Jogiyanto (2007:116) adalah keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidaklah selalu sama, seiring berjalannya dari waktu ke waktu minat seseorang dapat berubah. Seseorang biasanya berperilaku dengan cara yang sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, dan secara eksplisit dan implisit juga mempertimbangkan implikasi dari tindakan yang dilakukannya (Jogiyanto, 2007:117).

Ketika seseorang menyadari implikasi dari tindakannya menimbulkan hal yang positif bagi mereka maka orang itu akan mempertahankan minatnya. Minat merupakan kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan (Slameto, 2003:57). Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya di masa yang akan datang. Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Minat dalam menjalankan fungsinya berkaitan erat dengan pikiran dan perasaan seseorang. Minat merupakan fungsi dari dua penentu dasar diantaranya (Jogiyanto, 2007:31):

1. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi.

Penentu ini adalah sikap terhadap evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

2. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Penentu ini berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Penelitian ini termasuk golongan faktor emosional, karena penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Dalam penelitian ini kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan Minat Bertransaksi, sedangkan objek penelitian ini berfokus pada Internet Banking. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan transaksi sebagai persetujuan jual beli dalam perdagangan antara pihak pembeli dan penjual. Dalam persetujuan jual beli yang

dilakukan terdapat pertukaran barang dan jasa antara kedua belah pihak. Selain itu secara umum transaksi dapat didefinisikan sebagai kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan sedikitnya dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha atau pinjam meminjam (Zulkifli, 2001:289).

Transaksi ekonomi yang terjadi merupakan transaksi atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketentuan hukum. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat Bertransaksi adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk melakukan kegiatan ekonomi berupa pertukaran barang dan jasa dalam proses jual beli.

Apabila pertukaran tersebut memberikan manfaat positif, maka transaksi tersebut akan diminati. Jika seseorang merasa senang dan berminat melakukan transaksi, orang itu akan terus melakukan transaksi di masa yang akan datang.

2.2.2 Internet banking

Internet Banking dasarnya adalah gabungan dua istilah dasar yakni Internet dan Banking . Interconnected Network (Internet) yaitu sebuah sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap computer secara global di seluruh penjuru dunia. Internet banking merupakan layanan terbaru perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan layanan terbaru perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui internet dengan menggunakan handphone/computer. Internet banking adalah salah satu layanan dari e-banking. Layanan e-banking merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya. Tujuan adanya layanan internet banking adalah sebagai sarana penyediaan multi

channel serta untuk penghematan biaya operasional bank dan peningkatan kenyamanan dan kemudahan nasabah. Layanan internet banking memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan dengan memanfaatkan media jaringan komputer global yaitu internet tanpa adanya kontak manusia seperti yang dapat ditemukan dalam layanan perbankan tradisional (Jayawardhena, 2004).

E-banking yang juga dikenal dengan istilah internet banking ini adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang 7722. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan internet banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, laptop/ note book, PDA, dan sebagainya.

Aplikasi teknologi informasi dalam internet banking akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam internet banking, maka internet banking tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya. Adapun persyaratan bisnis dari internet banking

antara lain: a). aplikasi mudah digunakan; b). layanan dapat dijangkau dari mana saja; c). murah; d). dapat dipercaya; dan e). dapat diandalkan (reliable).

2.2.3 Minat Bertransaksi Menggunakan Internet banking

Minat bertransaksi merupakan kecenderungan tertarik pada sesuatu yang tetap untuk melakukan kegiatan ekonomi baik berupa pertukaran barang atau jasa dalam proses transaksi. Apabila pertukaran tersebut disepakati, maka transaksi tersebut akan diminati. Apabila seseorang berminat melakukan transaksi, maka akan dilakukan secara berulang.

Transaksi yang dilakukan akan melibatkan proses pembayaran. Salah satu layanan perbankan yang ditawarkan adalah aplikasi Internet Banking untuk proses pembayarannya. Internet Banking yang ditawarkan adalah aplikasi yang digunakan melalui handphone, nasabah tidak perlu lagi mengantri di bank untuk melakukan transaksi perbankan. Internet banking memberikan berbagai kemudahan untuk menyelesaikan transaksi bisnis.

Salah satu teori tentang menggunakan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh untuk menjelaskan penerimaan terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory Of Planned Behaviour (TPB)*

2.2.3.1 *Technology Acceptance Model(TAM)*

Pikkarainen et al (2004) mendefinisikan *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah model yang menjelaskan sebagian besar varians (sekitar 40%) dalam minat dan perilaku penggunaan sistem informasi. Pernyataan Pikkarainen diperkuat oleh penelitian Eriksoonetal (2005) yang mengadaptasi TAM

untuk mempelajari sikap penerimaan Internet banking di Estonia. Menurut Jogiyanto (2007), model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) adalah suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pengguna.

Model penerimaan teknologi atau yang sering disebut dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) biasanya digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap penggunaan teknologi baru. Model yang dikenalkan oleh Davis (1989) ini merupakan model yang paling banyak dipergunakan dalam penelitian sistem informasi, karena menghasilkan validitas yang baik. TAM merupakan adaptasi dari teori yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yaitu Theory of Reasoned Action (TRA) yang merupakan teori tindakan yang berlandaskan dengan satu asumsi bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimony atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et al, 1989). *Technology Acceptance Model* (TAM) berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi dengan kepercayaan (belief), sikap (attitude), minat (intention), dan hubungan perilaku pengguna (user behavior relationship) sebagai faktor penjelasnya. Menurut model ini, minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologitersebut.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan TAM yang dimodifikasi dengan trust dan kenyamanan. Dalam TAM ini, peneliti dapat mengetahui keyakinan akan manfaat sistem informasi dan kemudahan bagi

penggunanya serta perilaku dari pengguna sistem informasi tersebut. Dari kesederhanaan TAM yang mampu menjelaskan hubungan sebab akibat model inilah, peneliti melakukan penelitian dengan mengembangkan TAM. Dimana penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *internet banking*.

TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral intention*). Pemakaian teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi (niat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudahdigunakan.

Beberapa kelebihan TAM sebagai berikut : TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat yang menjawab kegagalan penerapan sistem TI karena tidak adanya minat para pengguna untuk menggunakannya; TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat; TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan sebagian besar hasilnya mendukung bahwa TAM merupakan model yang baik; dan TAM merupakan model parsimoni yaitu model sederhana dan valid. Meskipun demikian, model TAM juga memiliki beberapa kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut : TAM hanya memberikan informasi atau hasil yang sangat umum tentang minat dan perilaku pengguna dalam menerima TI, TAM tidak memiliki kontrol perilaku, penelitian TAM umumnya hanya menggunakan sebuah sistem TI, TAM kurang dapat menjelaskan sepenuhnya hubungan antar variabel di dalam model, dan TAM tidak mempertimbangkan perbedaan kultur.

2.2.3.2 *Theory of Planned Behaviour*(TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) atau yang disebut dengan teori perilaku perencanaan adalah pengembangan dari *Theory of Reason Action* (TRA). Ajzen (1985) menyebutkan beberapa variabel dalam model *Theory of Planned Behaviour* (TPB), adalah sikap (*attitudes towards behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persiapan (*perceived behavioral control*).

East (1997) mengatakan sikap adalah “*what we feel about a concept which may be a brand, a category, a person, an ideology or any other entity about which we can think and to which we can attach feeling*”. Oleh karena itu sikap dapat menyatakan apa yang kita sukai dan apa yang kita tidak sukai. Sedangkan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) adalah “*evaluation of performing a particular behavior involving the attitude object*” (Blackwell, 2001). Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi dari sebagian perilaku yang ditunjukkan terhadap suatu obyek. Norma subyektif (*subjective norm*) adalah persepsi terhadap adanya tekanan atau pengaruh social untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Menurut Ramayah dan Harun (2005) norma subjektif (*subjective norm*) diukur dengan indikator keyakinan peran keluarga dalam memulai usaha, keyakinan dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting, keyakinan dukungan teman dalam usaha. *Perceived Behavioral Control* (PBC) adalah “*this factor refresh to the perceived ease or difficulty performing the behavior and it assume to reflect past experience as well as anticipates impediment and obstacles*” (Ajzen, 1988), faktor ini menjelaskan persepsi individu tentang bagaimana individu melakukan tingkah laku dan diasumsikan merupakan refleksi dari pengalaman yang telah terjadi sebelumnya beserta hambatan-hambatan yangdiantisipasi.

Menurut Ajzen (2008), terdapat 2 hal penting yang terkait dengan teori planned behavior. Yang pertama adalah asumsi jika PBC memiliki implikasi-implikasi motivasional terhadap intensi. Seseorang yang yakin jika dirinya tidak memiliki sumber-sumber maupun tidak memiliki kesempatan untuk memunculkan tingkah laku, lebih cenderung tidak akan memiliki intensi yang kuat untuk memunculkan tingkah laku tersebut meskipun ia memiliki *attitude toward behavior* (sikap terhadap tingkah laku) yang positif dan percaya bahwa orang-orang yang penting dan berarti bagi dirinya (*significant others*) akan setuju ia memunculkan tingkah laku tersebut. Dengan demikian menunjukkan adanya hubungan antara PBC dan intensi tanpa perantara sikap dan norma subyektif.

Menurut Khairani (2011) terdapat 3 hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Dalam beberapa situasi terdapat variabel kerugian dan kegunaan dari suatu produk dapat memprediksi keinginan dari pemakai. Sebagai contoh, kemudahan dalam memperoleh produk, boleh jadi suatu faktor penting bagi pemakai menentukan penggunaan produk tersebut. Mengidentifikasi kepercayaan ini menjadi bagian dari metodologi riset yang baku untuk TPB. Sedangkan pada TAM hal tersebut bukanlah hal yang penting dari model.
2. TPB lebih sulit untuk diterapkan pada konteks pemakai yang berbeda dibanding TAM (TAM memperhitungkan konstruk dengan cara yang sama untuk setiap situasi). Di sisi lain, TPB memerlukan suatu studi untuk mengidentifikasi hasil relevan, kelompok acuan, dan variabel kendali di dalam tiap-tiap konteks yang digunakan. Hal ini menjadi kompleks jika pemakai berbeda menggolongkan hasil yang berbeda dari pemakaian sistem yang sama. Sebagai contoh, para siswayang

menggunakan suatu pelajaran sistem teknologi dapat memaksimalkan nilai ujian (prestasi), sedangkan guru dapat akan menggunakan sistem untuk membuat lebih efisien waktu mengajar. Instrumen TPB bisa dikhususkan untuk masing-masing kelompok.

3. Materi TPB memerlukan suatu alternatif perilaku eksplisit jika ingin memperoleh hasil yang sama. Sebagai contoh, jika bertanya pada seseorang mengenai penggunaan suatu program untuk memperhitungkan anggaran penjualan supaya menghemat waktu dan ketepatan akurasi penghitungan dibandingkan menggunakan kalkulator; pertanyaan dengan basis perbandingan yang diajukan harus jelas dan tegas agar perilaku alternatif dapat teridentifikasi. Para pemakai potensial boleh jadi diminta untuk bereaksi terhadap hal yang berikut; penggunaan suatu program sebagai ganti suatu kalkulator akan menghemat waktu dalam mengerjakan anggaran penjualan. Jika menggunakan TAM akan berbeda karena tidak memerlukan identifikasi suatu perilaku spesifik untuk perbandingan.

Kerugian dari pendekatan TPB, bahwa titik acuan ini tidak berlaku bagi semua individu. Sebagai contoh, menanyakan kepada orang-orang mengenai penggunaan kalkulator tersebut, mengenai mana yang lebih cepat dan lebih baik. Sebagian orang mungkin akan menggunakan suatu sistem bantu pengambilan keputusan (*Decision Support System/DSS*) khusus sebagai pengganti kalkulator, sehingga pertanyaan tidak membuat suatu perbandingan.

Avriyanto dan Suryani (2002) mengatakan terdapat beberapa dimensi nilai yang penting untuk dipertimbangkan dalam memanfaatkan internet banking, yaitu :

a. Produk/jasa

Mencakup fungsionalitas produk atau jasa, harga, mutu dan waktu.

b. Citra (image) dan reputasi

Dimensi citra dan reputasi menggambarkan faktor-faktor yang tidak berwujud yang membuat pelanggan tertarik pada suatu barang/jasa.

c. Hubungan pelanggan (customer relationship)

Dimensi hubungan pelanggan mencakup penyampaian produk jasa kepada pelanggan yang meliputi dimensi waktu tanggap dan penyerahan, serta bagaimana perasaan pelanggan setelah memberi produk/jasa dari perusahaan yang bersangkutan.

Dengan seseorang memandang nilai atau kegunaan yang didapat dari suatu produk (persepsi atas nilai), maka akan timbul sikap yang dibentuk oleh orang tersebut (sikap terhadap perilaku) dan akhirnya sikap tersebut mengarahkan dirinya dalam membentuk niat untuk menampilkan perilaku yang konsekuensinya paling disukai (Lydia, 2005).

2.2 Tinjauan Empiris

Dalam kajian ini akan diulas tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki isi atau relevansi dengan penelitian yang akan diteliti, agar menjadi acuan dan sebagai pembandingan untuk mencari perbedaan-perbedaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data. Berikut penelitian sejenis yang dilakukan sebelumnya adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Temuan
Amijaya (2010)	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Resiko, dan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi teknologi, kemudahan, dan resiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan internet banking
Harlan (2014)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta	Hasil dari penelitian adalah bahwa variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan E-Banking.
Dewi (2016)	Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, dan resiko berpengaruh positif terhadap niat menggunakan mobile commerce
Tri Adhi Kurniawan (2014)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Jasa Rekening Bersama (REKBER) pada Forum Jual Beli Kaskus	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebermanfaatan, kualitas informasi dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan jasa rekening bersama pada forum jual belikaskus
Maya Angela Silvia (2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat nasabah Menggunakan	Hasil penelitiannya adalah dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa dari

Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Temuan
	Internet Banking Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Ahmad Yani	keempat variabel, variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel kenyamanan berpengaruh positif sedangkan variabel persepsi daya guna dan variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah
Febrian Maulana (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Internet Banking Pada Nasabah Bri Syariah Yogyakarta	<p>Tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah BRI Syariah Yogyakarta, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak terpengaruh terhadap minat nasabah.</p> <p>Terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan internet banking.</p> <p>Dan juga terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.</p>