BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi Teknologi Informasi

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Istilah persepsi sering dijumpai dalam sejumlah percakapan seseorang ketika orang tersebut sedang membicarakan hal-hal tertentu. Persepsi merupakan proses yang melibatkan pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi dari faktor-faktor lingkungan, bentuk, orang, serta stimulus lainnya. Melalui proses presepsi inilah individu berusaha memahami stimulus yang mereka amati.²⁴

Menurut Thoha dalam Rahman persepsi pada dasarnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu di dalam memahami sebuah informasi tentang lingkungan baik lewat penglihatan, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Bimo Walgito dalam Rahman mengungkapkan bahwa, persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan kegiatan yang terintegrasi dalam diri individu. Sedangkan Menurut Selanno dalam Rahman persepsi merupakan

 $^{^{24}}$ John M. Ivancevich, dkk, $Perilaku\ dan\ Manajemen\ Organisasi,$ (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm.133

suatu proses pemberian makna terhadap suatu objek pada suatu lingkungan. Setiap orang tentunya memiliki persepsi yang berbeda, hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan kemampuan alat indera untuk menangkap stimulus atau objeknya.²⁵

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan sebuah informasi untuk membentuk sebuah gambaran atau objek yang sedang diamati.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah persepsi menurut Thoha dalam Rahman adalah sebagai berikut:

1) Psikologi.

Persepsi seseorang terhadap segala sesuatu di dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologinya. Sebagai contoh: suara merdu penyanyi akan berkesan atau menarik terhadap orang yang sedang menikmatinya, tetapi tidak berkesan bagi orang yang tuli.

2) Famili

Famili atau orang tua merupakan salah satu pengaruh paling besar terhadap anak-anak. Orang tua memiliki persepsi atau cara khusus untuk memahami serta melihat sesuatu yang ada di

²⁵ Fauzie Rahman, dkk, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hlm.62

lingkungannya, dan kemudian persepsi tersebut akan diturunkan kepada anak-anaknya. Seperti pada seorang anak di dalam sebuah kampanye pemilu mendukung salah satu partai politik tersebut, hal tersebut dikarenakan orang tuanya telah menjadi tokoh dalam partai politik tersebut.

3) Kebudayaan

Kebudayaan serta lingkungan tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat dalam mempengaruhi sikap, nilai, serta cara seseorang memandang serta memahami keadaan yang ada di dunia ini. ²⁶

c. Proses Persepsi

Persepsi pada dasarnya merupakan proses psikologis yang kompleks melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis penting yang terlibat dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasikan, dan mengimterpretasikan stimuli ssehingga konsumen tersebut dapat memberikan makna terhadap suatu obyek. Proses persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Seleksi

Proses persepsi diawali dengan adanya stimulus yang mengenai panca indera. Stimulus ini beragam bentuknya dan akan selalu melanda indera konsumen. Stimulus yang berasal dari luar individu seperti aroma, iklan, dan lain-lain. Sedangkan stimulus

²⁶Fauzie Rahman, dkk, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hlm.63

yang berasal dari dalam individu seperti harapan, kebutuhan, dan pengalaman. Ketika konsumen dihadapkan pada berbagi stimulus, maka mereka akan memperhatikan dan memilihnya.

2) Pengorganisasian

Setelah memilih stimulus. maka konsumen akan mengorganisasikannya dengan cara mengelompokkan serta menghubungkan dengan stimulus lain agar di interpretasikan sehingga memiliki makna. Prinsip dasar terpenting dalam sebuah pengorganisasian meliputi: gambar dan latar belakang, penyelesaian terhadap obyek tersebut, dan kemudian mengelompokkannya.

3) Interpretasi

Setelah konsumen mengorganisir stimulus serta mengaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka konsumen menginterpretasikan atau memberi arti pada stimulus tersebut agar memiliki makna yang tepat. Dalam hal ini pengalaman serta kondisi psikologis konsumen akan berperan penting dalam menginterpretasikan stimuli.²⁷

2. Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang terdiri dari teknologi komputer

 $^{^{27}}$ Tatik Suryani,
 $Perilaku\ Konsumen\ Di\ Era\ Internet,$ (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.
 78-83

dan teknologi komunikasi untuk memproses dan menyebarkan informasi yang bersifat finansial maupun non finansial. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi informasi merupakan alat yang terintegrasi yang digunakan untuk menjaring data, mengolah serta mengirimkan secara elektronik menjadi informasi yang bermanfaat bagi para penggunanya.²⁸

Menurut Richardus Eko Indrajit teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan penyaluran informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu.²⁹ Sedangkan menurut Jamal Ma'mur Asmani teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi.³⁰

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk mengelola informasi, mengirim informasi, serta dapat digunakan untuk memanipulasi data yang bertujuan untuk membantu manusia dalam melakukan segala kegiatannya.

²⁹ Richardus Eko Indrajit, *Sistem dan Teknologi Informasi: Seri Bunga Rampai Pemikiran Ekoji Edisi* 2, (Yogyakarta: Preinexus, 2016), hlm.2

²⁸ Fauzie Rahman, dkk, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hlm.27

³⁰ Jamal Ma'mur Asmani, *Tips Efektif Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Dunia Pendidikan*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2011), hlm.97

b. Peran Teknologi Informasi

Suatu teknologi informasi memiliki peran pentingdalam sebuah kehidupan yaitu sebagai berikut:³¹

1) Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Kerja

Perancangan sistem dilakukan dengan sempurna bagi pengguna (user) yang memiliki pemahaman pengertian manajerial dan organisasi, dengan tujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan.

2) Menghasilkan Keunggulan Strategis

Kemajuan dalam penerapan manajerial dari teknologi informasi dan komputer diharapkan mampu menghasilkan keunggulan strategis bagi orang-orang yang melaksanakan kegiatan di dalamnya.

3) Mengubah Struktur Organisasi

Teknologi informasi berperan mengubah struktur organisasi, apabila hierarki organisasi bersifat datar maka akan lebih sedikit tingkat manajemen yang dibutuhkan. Dengan menggunakan teknologi seperti menggunakan komputer dalam sebuah organisasi, maka mereka akan lebih banyak mendapatkan informasi daripada yang tidak menggunakan teknologi.

³¹Kasiyanto Kasemim, Agresi Perkembangan Teknologi Informasi (Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.10-11

4) Menawarkan Keunggulan Kompetitif

Dalam peningkatan kekuatan serta kecepatan komputer yang lebih besar, sistem informasi mulai bergerak dari peran tradisional sebagai aplikasi pendukung back office menuju pada penawaran keunggulan kompetitif lebih signifikan.

c. Teknologi Informasi Pada Perbankan

Kehadiran sistem online yang ditangani oleh teknologi komunikasi dan teknologi komputer memungkinkan setiap nasabah dapat mengambil uang dari bank mana saja melalui ATM. Pada perkembangan selanjutnya, bank mengembangkan layanan lewat telepon dengan cara memperkenankan nasabah memeriksa saldo tabungan dan berinteraksi dengan mesin yang siap melayani kapan saja dan di mana saja. Tidak puas sampai disitu, bank memperkenalkan layanan baru mengingat sekarang semakin banyak nasabah yang mengakses internet. Dengan layanan perbankan menggunakan internet, nasabah dimanjakan dengan kemudahan untuk melakukan transaksi, seperti melakukan transfer uang dan lain-lain.³²

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah memengaruhi kebijakan serta strategi perbankan sehingga lebih mendorong inovasi dan persaingan dalam bidang layanan, terutama jasa pembayaran melalui bank. Inovasi layanan perbankan berbasis

³² Tata Sutabri, *Komputer dan Masyarakat*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm.72

teknologi terus berkembang mengikuti sesuai kebutuhan nasabah.Transaksi berbasis elektronik seperti *handphone* dan internet merupakan peluang usaha baru bagi perbankan, dari yang tradisional menjadi lebih efisien dan praktis. Dalam perbankan, teknologi informasi dan komunikasi diterapkan pada transaksi melalui internet atau sering disebut dengan *Internet Banking*. Beberapa transaksi yang melalui *Internet Banking* antara lain: pengecekan saldo, transfer, pemindah bukuan, pembayaran tagihan serta informasi rekening.³³

3. Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori yang menjelaskan tentang model pendekatan penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi. Konsep TAM dikembangkan oleh Davis (1989) menurut Ni Luh Nyoman Sherina Devi dan I Wayan Suartana, menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi.³⁴

Menurut Saomi Rizqiyanto dalam Analisis *Technology*Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Electronic Banking di
Lingkungan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah

Jakarta, secara garis besar diartikan sebagai berikut, *Technology*

³³ Tata Sutabri, Komputer dan Masyarakat, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm.73-74

³⁴ Ni Luh Nyoman Sherina Devi dan I Wayan Suartana. *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Sistem Informasi di Nusa* Dua *Beach Hotel dan Spa*, hlm. 169.

Acceptance Model (TAM) adalah teori dalam sistem informasi yang menggambarkan perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru dipengaruhi oleh percaya bebas dari resiko. Sesimpulannya adalah bahwa model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikap memanfaatkan teknologi. Model ini menggambarkan penerimaan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.

Peran teknologi diperlukan dalam berbagai bidang melalui penggunaan Model penerimaan teknologi. Model penerimaan teknologi yang dapat digunakan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Namun, menurut Davis dalam Khosrow-Pour model yang paling tepat saat ini adalah TAM dan efektivitasnya dalam mengukur penerimaan teknologi telah diakui oleh banyak peneliti. 36

Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakai akhir (end-user) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas dan populasi pemakai. Idealnya suatu model merupakan prediksi disertai dengan penjelasan, sehingga peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi mengapa sistem tertentu mungkin tidak dapat

³⁵ Saomi Rizqiyanto, "Analisis Technology Acceptance Model pada Pengguna Electronic Banking di Lingkungan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". (Skripsi. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syariah Hidayatullah 2010).

³⁶ Elok Fitriani Rafikasari, Technology Acceptance Model ..., hlm. 281

diterima, sehingga diperlukan mengambil langkah perbaikan untuk mengatasinya. Kunci tujuan TAM adalah untuk menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal pada kepercayaan internal, sikap, dan niat.³⁷

Menurut Jogiyanto dalam sistem teknologi keperilakuan bahwa model TAM yang dikembangkan oleh Fred Devis yang telah dimodifikasi dengan lima konstruk ialah persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention to Use*), dan kondisi nyata pengguna sistem (*Actual System Usage*).³⁸

TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan penerimaan terhadap teknologi dengan mengidentifi sejumlah kecil variabel pokok yang diperoleh dari penelitian sebelumnya terhadap teori dan faktor penentu dari penerimaan teknologi. Dalam penelitian ini penerimaan Teknologi Berupa Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko, Minat dalam Menggunakan *Internet Banking*.

4. Persepsi Teknologi Informasi

Teknologi informasi memberikan banyak kegunaan bagi kehidupan manusia untuk membantu segala aktivitas. Hal ini sesuai dengan *perceived usefulness* atau kegunaan persepsian yang

³⁷ Khairani Ratnasari Siregar, Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan *Technology Accaptance Model* (TAM), *Jurnal Rekayasa*, *Volume 4*, *Nomor 1*, *April 2011*, hlm. 29

³⁸ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 112.

dikemukakan oleh Davis. Persepsi kegunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan pekerjaannya. Persepsi kegunaan berkaitan dengan kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna, maka mereka akan menggunakannya begitupula sebaliknya.³⁹

Menurut Amijaya dalam Aryandi persepsi teknologi informasi merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Menurut Davis dalam Aryandi persepsi teknologi informasi merupakan suatu tingkat di mana penggunaan tenologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya untuk meningkatkan kerja. 40 Sedangkan menurut Davis dalam Afriani persepsi teknologi informasi merupakan keputusan seseorang dalam menerima atau menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi informasi tersebut memberikan manfaat dan kemudahan bagi penggunanya. 41

Jadi dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi teknologi informasi merupakan suatu kepercayaan dalam diri seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi

³⁹ *Ibid*,

³⁹ *Ibid*, hlm.114

⁴⁰ Riski Aryandi, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BRI di Kota Purworejo)*,(Purworejo: Skripsi Diterbitkan, 2015), hlm.17

⁴¹ Sekar Afriani, Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Ngawi), (Ponorogo: Skripsi Diterbitkan, 2019), hlm.29

informasi menghadirkan manfaat bagi yang menggunakan serta dapat meningkatkan kinerja.

Indikator dalam persepsi teknologi informasi menurut Davis dalam Jogiyanto adalah ebagai berikut:

- a. Kecepatan.
- b. Bermanfaat.
- c. Efektif.
- d. Meningkatkan kinerja.⁴²

B. Kemudahan Penggunaan

1. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis dalam Jogiyanto mendefinisikan kemudahan penggunaan persepsian (perceived ease of use) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari suatu usaha. Kemudahan penggunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya begitupula sebaliknya. Sedangkan menurut Rafikasari, Perceived Ease of Use adalah persepsi kemudahan penggunaan teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan

⁴² Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan....., hlm.152

⁴³ *Ibid*, hlm. 115

digunakan.⁴⁴ Maka dalam hal ini indikasi kemudahan adalah mudah dipahami dan digunakan.

Menurut Hartono dalam Yani persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan keyakinan individu bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (free of effort). 45 Sedangkan menurut Davis dalam Agustina, persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu persepsi individu dapat dikatakan mudah, apabila dalam penggunaan komputer tingkat kepercayaan individu terhadap suatu sistem tersebut akan terbebas dari kesalahan. Dan menurut Igrabia semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan sistem maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan teknologi tersebut. Kemudahan dalam menggunakan Internet Banking merupakan persepsi nasabah terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan Internet Banking. 46

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan individu terhadap suatu sistem teknologi informasi bahwa dengan menggunakan sistem akan terbebas dari suatu usaha, dan individu

⁴⁵ Evi Yani, dkk, "Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model", *Jurnal Informatika*, Vol.5 No.1 April, 2018. hlm.35

⁴⁴ Elok Fitriani Rafikasari, Analisis Persepsi Mahasiswa Tentang Adopsi Simba Jurusan Manajemen Zakat Dan Wakaf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 05, Nomor 02, April 2019, hlm. 162.

⁴⁶ Heny Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)", *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol.3 No.1, 2017, hlm.26

tersebut akan terus menggunakannya apabila suatu sistem mudah dioperasikan.

Indikator dalam kemudahan penggunaan menurut Davis dalam Jogiyanto adalah sebagai berikut:

- a. Mudah dipelajari.
- b. Jelas dan dapat dimengerti.
- c. Fleksibel.
- d. Mudah dioperasikan.⁴⁷

2. Faktor-Faktor Kemudahan Penggunaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi antara lain:

- a. Berfokus pada teknologi itu sendiri. Misalnya, pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi sejenis. Pengalaman yang baik pada tekologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru, begitupula sebaliknya.
- b. Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna. Adanya reputasi yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut, begitupula sebaliknya.
- c. Tersedianya mekanisme support yang handal. Kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi dipengaruhi oleh mekanisme support yang handal. Misalnya, apabila terdapat kesulitan dalam menggunakan teknologi serta dengan adanya

⁴⁷ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan....., hlm.152

mekanisme support yang handal, akan mendorong persepsi pengguna kearah yang positif.⁴⁸

3. Dimensi Kemudahan Penggunaan

Intensitas penggunaan serta interaksi antara pengguna dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa pada dasarnya sistem tersebut lebih dikenal, serta lebih mudah digunakan. Dimensi kemudahan penggunaan dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

- a. Interaksi antara individu dengam sistem jelas dan mudah dimengerti.
- b. Tidak memerlukan banyak usaha untuk dapat berinteraksi dengan sistem tersebut.
- c. Sistem mudah untuk digunakan.
- d. Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.⁴⁹

C. Risiko

1. Pengertian Risiko

Risiko berkaitan dengan pengaruh negatif terhadap kemampuan seseorang maupun sebuah institusi untuk mencapai sebuah tujuan.

Atau dalam kata lain sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang

⁴⁸ Popi Fauziati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)", *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, Vol.7 No.2, 2012, hlm.82

⁴⁹Andri Daisy Rahmad, dkk, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.43 No.1, 2017, hlm.38

suatu keadaan yang akan terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan pada pertimbangan saat ini.⁵⁰

Menurut Rachamdi Usman pengertian risiko sebagai sesuatu yang memang akan terjadi maupun dapat diperkirakan terjadi sebagai akibat dari suatu kegiatan atau aktivitas tertentu, yang berpotensi menyebabkan kerugian. Sedangkan menurut Ronny kountur pengertian risiko sebagai suatu keadaan yang tidak pasti dan dihadapi seseorang maupun perusahaan yang dapat memberikan dampak merugikan. Sedangkan Menurut Pavlou dalam Rithmaya, risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang di inginkan. Risiko merupakan suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan oleh seseorang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Sa

Persepsi terhadap risiko akan mempengaruhi jumlah informasi yang dicari oleh konsumen. Semakin besar persepsi risiko semakin banyak informasi yang akan dicari konsumen sebelum membeli produk. Seberapa besar persepsi risiko yang dirasakan tentu sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai risiko yang tersimpan dalam

⁵⁰ Sri Hayati, *Manajemen Risiko Untuk Bank Perkreditan Rakyat dan Lembaga Keuangan Mikro*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm.3

⁵¹ Rachmadi Usman, Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm.291

⁵² Ronny Kountur, *Manajemen Risiko Operasional: Memahami Cara Mengelola Risiko Operasional Perusahaan*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2004), hlm.4

⁵³ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol.16 No.1, 2016, hlm.165

memorinya.⁵⁴ Konsumen harus mengambil keputusan terkait produk maupun jasa yang akan mereka beli, karena hasil pengambilan keputusan tersebut akan mempengaruhi terhadap minat pembelian maupun penggunaan suatu produk dan jasa. Sedangkan Menurut Muhammad Fadhli dan Fachruddin, persepsi risiko merupakan anggapan risiko menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari transaksi maupun situasi.⁵⁵

Adanya risiko akan membuat seseorang memutuskan untuk membeli maupun menggunakan sesuatu, hal ini tentunya akan berhubungan dengan kepercayaan dalam diri seseorang. Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi terhadap risiko merupakan kepercayaan seseorang terhadap suatu ketidakpastian untuk menggunakan atau tidaknya suatu teknologi untuk melakukan transaksi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur risiko dalam suatu teknologi menurut Rithmaya antara lain sebagai berikut:

- a. Tidak berisiko tinggi.
- b. Keamanan transaksi.
- c. Kebutuhan transaksi.

⁵⁴ Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran), (Bogor: Ghalia Indah, 2004), hlm.128

-

⁵⁵Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin, "Pengaruh Persepsi Nasabah....., hlm.265

d. Jaminan keamanan.⁵⁶

2. Risiko Internet Banking dan Langkah Antisipasi

a. Risiko Internet Banking

Risiko yang terjadi dalam *Internet Banking* karena adanya orang maupun sekelompok orang dengan sengaja melakukan kegiatan *phising*. *Phising* merupakan pembuatan situs yang mirip dengan situs bank asli, sehingga tanpa disadari nasabah yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu dikarenakan logo bank serta formatnya sama persis menyerupai yang asli. Pelaku *phising* akan mendapatkan informasi rahasia seperti *username* dan nomor PIN. Dengan mendapatkan informasi ini mereka akan bergerak bebas memindahkan dana nasabah ke rekening yang mereka inginkan.

Selain itu ada juga kejahatan lain yang disebut dengan keylogging (keylogger). Keylogger merupakan suatu perangkat yang dipasang di antara keyboard dan CPU yang digunakan untuk merekam yang diketikkan oleh nasabah pada keyboard. Tujuannya untuk mendapatkan user ID serta password nasabah, kemudian hasil rekamannya dapat dikirimkan melalui email kepada pelaku maupun dapat dicopy langsung dari perangkat keylogger.⁵⁷

⁵⁶ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol.16 No.1, 2016, hlm.169

⁵⁷ Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hlm.66

b. Langkah Antisipasi

Berikut beberapa langkah antisipasi yang dapat dilakukan nasabah untuk menghindari *phising*, *keylogger*maupun kejahatan lainnya di dunia maya dalam menggunakan layanan *Internet Banking*:

- Memasukkan alamat situs yang benar, serta dilarang mencoba alamat situs yang belum pasti keasliannya.
- 2) Merahasiakan informasi penting yang berkaitan dengan identitas nasabah seperti: *user ID, password* dan nomor PIN kepada orang lain termasuk petugas bank.
- 3) Melakukan perubahan password dan nomor pin secara berkala.
- 4) Tidak menggunakan *password* dan nomor PIN dengan angkaangka yang mudah ditebak seperti tanggal kelahiran, angka berurutan, gabungan yang sama atau kombinasi angka yang mudah ditebak.
- 5) Tidak mencatat *user ID, password* dan PIN di kertas, memori hp atau media lainnya yang memungkinkan orang lain mengetahuinya.
- 6) Menggunakan anti virus yang terkini dan memastikan perangkat yang digunakan aman.

7) Menghindari penggunaan perangkat publik, seperti tidak menggunakan fasilitas *Internet Banking* di hp maupun komputer yang digunakan bersama dengan orang lain. ⁵⁸

D. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Menurut Ahmad Susanto minat merupakan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan, dan lama-kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya. Pada prinsipnya minat dalam diri seseorang timbul karena dua jenis. Yang pertama minat yang berasal dari pembawaan, timbul dengan sendirinya dari setiap individu dan biasanya dipengaruhi oleh faktor keturunan maupun bakat ilmiah. Yang kedua minat timbul karena adanya pengaruh dari luar diri individu, biasanya timbul seiring dengan proses perkembangan individu yang bersangkutan. Minat jenis ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, kebiasaan atau adat istiadat. ⁵⁹

Sedangkan menurut Darmadi pengertian dari minat merupakan suatu keadaan seseorang yang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan adanya keinginan untuk mengetahui serta mempelajari maupun

⁵⁸ Muammar Arafat Yusmad, Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), hlm.81-83

⁵⁹ Ahmad Susanto, *Teori Belajar & Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.58-60

membuktikannya lebih lanjut. Minat timbul karena adanya perhatian mendalam terhadap suatu objek, di mana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari serta membuktikan lebih lanjut. Hal itu membuktikan bahwa dalam minat selain perhatian juga terkandung suatu usaha untuk mendapatkan sesuatu dari obyek minat tersebut. ⁶⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap suatu objek untuk mempelajari maupun mengetahui sehingga mendatangkan kepuasan pada seseorang.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

a. Faktor Dorongan Dari Dalam

Mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu. Faktor ini berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, serta dorongan rasa ingin tahu.

b. Faktor Motif Sosial

Mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, perhatian, dan penghargaan.

⁶⁰ Darmadi, *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hlm.307

c. Faktor Emosional

Faktor emosional atau perasaan mengarah merupakan minat yang berhubungan erat dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang di dorong oleh minat akan membawa perasaan senang dan memperkuat minat yang ada. Sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat pada individu tersebut.⁶¹

3. Macam-Macam Minat

a. Minat Personal

Berkaitan dengan sifat kepribadian, atau karakteristik individu. Minat personal biasanya dianggap terarah pada aktivitas atau topik spesifik tertentu. Misalnya suatu minat khusus pada bidang olahraga, sains, musik, tarian, atau komputer, yang berlawanan dengan keingintahuan, yang dianggap sebagai sebuah karakteristik individu yang keterarahannya lebih menyebar. Misalnya, seseorang yang secara umum ingin tahu tentang banyak hal.

b. Minat Situasional

Merupakan suatu keadaan psikologis menyangkut ketertarikan pada sebuah tugas atau aktivitas. Misalnya kebaruan, keterkejutan, kompleksitas, ambiguitas, dan pernyataan jenis tema tertentu misalnya, cinta. ⁶²

62 Dale H. Schunk, dkk, *Motivasi dalam Pendidikan: Teori, Penelitian dan Aplikasi, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Indeks, 2012), hlm.319-320

⁶¹ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm.5-6

Indikator yang digunakan untuk mengukur minat dalam menggunakan suatu teknologi menurut Rithmaya adalah sebagai berikut:

- a. Keinginan di masa mendatang.
- b. Kesesuaian.
- c. Dukungan.
- d. Rekomendasi.⁶³

4. Minat Dalam Penggunaan Teknologi

Minat dapat diukur melalui faktor diantaranya kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan, indikator tersebut yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *Internet Banking*. 64

Menurut Nur Shofiana Minat nasabah terhadap Teknologi dipengaruhi dua macam, *Shared Value* dan *Communication*, yaitu:

- a. *Shared Value* (Nilai Lebih) Secara umum menyatakan bahwa prilaku konsumen pada lebih dipengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan, pemilihan tersebut karena konsumen mengharapkan akibat positif atas pilihannya.
- b. Communication (Komunikasi) yang mana diartikan sebagai proses penyampaian informasi atau pesan produk teknologi,

⁶³ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan...., hlm.169

⁶⁴ Amanah, Aisyah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan internet banking (Studi pada nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta), (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta, 2014), hlm. ii

semakin tinggi informasi yang disampaikan maka akan besar juga pengaruh yang akan diterima.⁶⁵

Setelah timbulnya minat tersebut, maka akan muncul aspek:

- a. Ketertarikan (*Interest*) karena adanya pemusatan dan perasaan senang.
- b. Keinginan (*Desire*) adanya dorongan untuk memiliki Keyakinan
- c. (*Conviction*) keyakinan karena adanya kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang digunakan atau dibeli.⁶⁶

Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan mengatur dan dapat mencapai manfaat yang efektif, oleh karenanya, perusahaan dapat mengambil berbagai macam pemanfaatan teknologi sesuai dengan strategi bisnis yang dikembangkan. Dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*, perbankan harus lebih kreatif dan ada nilai tertentu dalam produk tersebut, serta penyampaian informasi yang tepat sangat penting agar tidak terjadi kesalahan komunikasi, serta dengan adanya nilai tarik dari produk tersebut akan membuat minat dari nasabah lebih tinggi untuk menggunakannya.

⁶⁵ Nur Shofiana, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet banking di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang, (Skripsi: IAIN Walisongo, Semarang, 2011), hlm.22

⁶⁶ Swastha dan Irwan, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabet 2001), hlm. 95

E. Internet Banking

1. Pengertian Internet Banking

Menurut Muammar Arafat Yusmad *Internet Banking* merupakan suatu layanan perbankan syariah dengan menggunakan teknologi informasi berbasis internet. Layanan *Internet Banking* dapat digunakan dengan perangkat komputer seperti personal komputer, laptop, notebo*ok*, dan *smartphone*. *Internet Banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas bagi masyarakat. Penyediaan layanan perbankan berbasis internet memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan tanpa harus mendatangi bank. ⁶⁷

Menurut Ikatan Bankir Indonesia *Internet Banking* merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak browser pada komputer atau perangkat lainnya yang dimungkinkan untuk mengakses internet. ⁶⁸ Sedangkan menurut Tata Sutabri *Internet Banking* termasuk saluran terbaru *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan mengunakan handphone maupun komputer. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan

 $^{^{67}}$ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), hlm.77-78

⁶⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm.235

menu dan informasi secara lengkap yang muncul di layar perangkat yang digunakan untuk mengaksesnya.⁶⁹

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Internet Banking* merupakan layanan berbasis internet yang disediakan oleh perbankan untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan di manapun dan kapanpun melalui sarana elektronik.

2. Jenis-Jenis Layanan Internet Banking

Jenis-jenis layanan *Internet Banking* yang disediakan oleh perbankan syariah antara lain:

- a. Transfer dana antar rekening atau ke bank lain.
- b. Informasi saldo dan mutasi rekening.
- c. Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, telepon, air, zakat, dan lain-lain.
- d. Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa hp, dan lain-lain.
- e. Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.⁷⁰

3. Keuntungan Menggunakan Internet Banking

Keuntungan yang diberikan dalam menggunakan *Internet*Banking antara lain sebagai berikut:

a. Dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.

⁶⁹ Tata Sutabri, Komputer dan Masyarakat, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm.76

⁷⁰Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), hlm.78

- b. Lebih efisien dari segi waktu dan biaya karena melakukan transaksi hanya menggunakan perintah melalui komputer maupun handphone.
- c. Lebih aman karena *Internet Banking* dilengkapi dengan *security user ID* serta PIN untuk menjaga keamanan dan menggunakan *Key Token* sebagai alat tambahan untuk mengamankan transaksi.⁷¹

4. Kemudahan Menggunakan Internet Banking

Penggunaan *Internet Banking* memberikan kemudahan bagi suatu perusahaan karena:

- a. Mudah dalam penggunaannya.
- b. Transaksi tercatat secara *real time* (responnya *real time*)
- c. Dalam *Internet Banking* keamanan terjamin karena menggunakan sistem keamanan berlapis yaitu menggunakan *user id*, *password*, dan *dinamic password*.
- d. Tingkat fleksibilitas tinggi karena level otorisasi dapat diubah sesuai dengan keperluan serta dapat dilakukan secara *remote*.⁷²

5. Cara Mendaftar BSM Net Banking

- a. Mengisi data pribadi pada aplikasi permohonan fasilitas BSM netbanking.
- b. Menerima PIN *Mailer* yang berisi *keycode* (*user ID, password*, pin otorisasi dan TAN).

⁷² Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm.330

⁷¹ Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hlm.65-66

- c. Menandatangani lembar tanda terima PIN *Mailer keycode*, dan menyerahkan kembali ke *customer service* untuk proses aktivasi.
- d. Setelah proses aktivasi selesai, maka *user ID* dan *password* dapat digunakan untuk login ke BSM *net banking*.

6. Fasilitas Atau Fitur BSM Net-Banking

- a. Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM bersama dan prima.
- b. Transfer uang tunai.
- c. Transfer ke bank lain (kliring, RTGS).
- d. Pembayaran tagihan (telepon, listrik, dan lain-lain).
- e. Pembelian pulsa.
- f. Informasi saldo dan data rekening nasabah serta mutasi transaksi.⁷³

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi menjadi acuan serta perbandingan sehingga dapat memperluas teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian yang dilakukan penulis antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Laksana tahun 2015 yang berjudul:
 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan,
 Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat

 $^{^{73}}$ BSM Net Banking, dalam www.syariahmandiri.co.id, diakses pada 06 Januari 2020, pukul 10.00 WIB

Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan menganalisis pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menggunakan *m-banking*. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory* (penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif, di mana nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai populasi, sedangkan sampel yang diambil sebesar 100 responden vang ditentukan dengan kriteria khusus. Hasil penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara terpisah (parsial) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan yang memiliki pengaruh paling dominan adalah persepsi kesesuaian karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁷⁴

Persamaan penelitian terletak pada variabel independen yaitu Persepsi, Kemudahan Penggunaan dan Resiko. Variabel dependen Minat Menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini juga

⁷⁴ Giga Bawa Laksana, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 26 No. 2 September 2015, hlm. 1

menggunakan Metode Kuantitatif. Perbedaan penelitian pada jenis penelitian yaitu penelitian eksplanatori (*explanatory research*) serta penelitian ini dilakukan di BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ardika tahun 2018. Judul penelitian ini adalah: Pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah dengan jumlah sampel sebanyak 88 mahasiswa, teknik pengambilan sampel acak atau *random*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk metode analisis menggunakan model regresi berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian menunjukan dari ketiga hasil tersebut maka variabel kemudahan yang memiliki pengaruh paling dominan untuk mempengaruhi variabel minat menggunakan *mobile banking* bank syariah sebesar 43,9%, kemudian variabel kepercayaaan sebesar 40,7%, yang artinya variabel

tersebut berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *mobile* banking bank syariah, sedangkan variabel resiko sebesar 51,6 % yang artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* bank syariah.⁷⁵

Persamaan penelitian terletak pada variabel kemudahan, resiko, dan minat. Penelitian ini juga menggunakan Metode Kuantitatif dengan metode analisis model regresi berganda. Perbedaan penelitian ini yaitu menggunakan variable independen kepercayaan. Penelitian ini dilakukan di *mobile banking* bank syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dampararas tahun 2017. Judul penelitian ini adalah: Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi efektivitas, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *Internet Banking* pada Bank Syariah di Provinsi Yogykarta.

Objek dari penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah di Provinsi Yogykarta. Data yang dipakai adalah data primer, dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta menggunakan teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan menggunakan purposive sampling atau judgemental sampling. Teknik analisis data yang dipakai adalah regresi linear berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial, serta uji F-statistik untuk menguji pengaruh secara

⁷⁵ Muhammad Dwi Ardika, *Pengaruh dari persepsi kemudahan*, *persepsi kepercayaan*, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking bank syariah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hlm. xii

simultan atau bersama-sama. Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Internet Banking menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,039 < 0,05 dan thitung < ttabel (2,092 < 1.985). Artinya bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Internet Banking. Persepsi efektivitas terhadap minat menggunakan Internet Banking menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,002 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,110 > 1,985). Artinya bahwa persepsi efektivitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Internet Banking. Kepercayaan terhadap minat menggunakan Internet Banking menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0,05 dan t_{hitung} > t_{tabel} (3,907 > 1,985). Artinya bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Internet Banking. Risiko terhadap minat menggunakan Internet Banking menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.038 < 0.05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.099 > 1.985). Artinya bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *Internet Banking*.⁷⁶

Persamaan penelitian terletak pada variabel kemudahan, risiko dan minat penggunaan *Internet Banking*. kemudahan, persepsi efektivitas, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *Internet Banking*. Perbedaan penelitian ini yaitu variable persepsi efektivitas dan kepercayaan sebagai variable bebas.

⁷⁶ Luhdrini Nilamtiti Dampararas, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Efektivitas, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Penggunaan Internet Banking pada Bank Syariah di Provinsi Yogykarta, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hlm. ii

4. Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan tahun 2014 yang berjudul:
Aplikasi *Technology Acceptance Model* Pada Minat Nasabah Untuk
Menggunakan *Internet Banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat seorang nasabah untuk mau menggunakan Sistem Informasi Akuntansi perbankan berupa *Internet Banking* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Di dalam hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan sikap bepengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah bank BCA di Kota Palembang dalam menggunakan *Internet Banking*.⁷⁷

Persamaan penelitian terletak pada variabel kemudahan dan minat menggunakan Internet Banking, serta pada uji validitas dan uji reliabilitas. Perbedaan penelitian terletak pada variabel persepsi kegunaan, persepsi keamanan, sikap, metode analisis Structural Equation Model (SEM), metode yang digunakan menggunakan purposive sampling, tidak menggunakan uji normalitas, asumsi klasik, uji hipotesis, analisis koefisien determinasi. Serta perbedaan lain pada lokasi penelitian dan waktu penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Rithmaya tahun 2016 yang berjudul:
 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan
 Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam

Andrew Gunawan, "Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Nominal*, Vol.3 No.2, 2014, hlm.70

Menggunakan Internet Banking.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap penggunaan, risiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah BCA dalam menggunakan *Internet Banking*. Dalam hasil penelitian, seluruh variabel independennya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah BCA dalam menggunakan *Internet Banking*.⁷⁸

Persamaan dalam penelitian terdapat pada variabel kemudahan penggunaan, risiko, dan minat nasabah menggunakan *Internet Banking*. Persamaan lain terletak pada, analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji t dan analisis koefisien determinasi. Sedangkan perbedaanya terletak pada variabel kemanfaatan sikap, variabel fitur layanan, metode *non probability sampling*, tidak menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik, uji f serta lokasi dan tahun penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina tahun 2017 yang berjudul:
 Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan
 Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking
 (Studi Pada Bank Syariah Mandiri).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan

⁷⁸ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan....., hlm.174

terhadap nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel indepennya berpengaruh positif dan signifikan, serta berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*. ⁷⁹

Persamaan penelitian terletak pada variabel teknologi informasi, kemudahan, dan minat nasabah menggunakan *Internet Banking*. Kemudian pada uji validitas, uji reliabilitas, uji F dan uji T. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada variabel fitur layanan, analisis regresi berganda, uji normalitas, uji asumsi linieritas, analisis koefisien determinasi, lokasi dan waktu penelitian.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Octaviansyah tahun 2019 yang berjudul: Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank BCA. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabelnya berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking*. 80

⁷⁹ Heny Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi....., hlm.28

⁸⁰ Ilham Octaviansyah, Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA), (Jakarta: Skripsi Diterbitkan, 2019), hlm.101

Persamaan penelitian terletak pada variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan, dan minat menggunakan *Internet Banking*. Serta pada metode probability sampling, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi berganda dan koefisien determinasi. Perbedaan penelitian terletak pada variabel fitur layanan, kemudian lokasi penelitian dan waktu penelitian.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Fithrie tahun 2019, yang berjudul: Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri). Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independennya memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.⁸¹

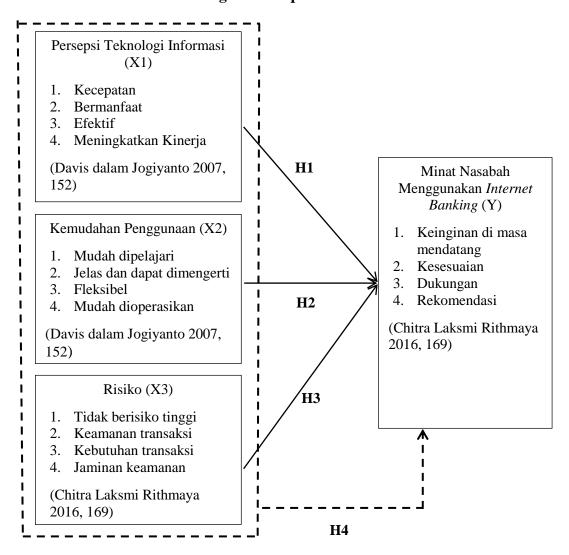
Persamaan penelitian terletak pada variabel risiko, kemudahan, menggunakan *Internet Banking*, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Perbedaannya terletak pada variabel manfaat, variabel kepercayaan, uji normalitas, uji assumsi klasik, analisis koefisien determinasi, lokasi dan waktu penelitian.

⁸¹Dwika Lodia Putri dan Souvya Putri, "Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)", *Jurnal Ikraith Ekonomika*, Vol.2 No.2, 2019, hlm.27

G. Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, dan landasan teori yang sudah dijelaskan di atas, maka skema hubungan antar variabel atau kerangka konseptual digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan:

- - - > : Pengaruh secara simultan

Dari kerangka konseptual di atas, dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko, dan satu variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan *Internet Banking*. Berdasarkan kerangka konseptual di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap minat menggunakan *Internet Banking*, baik secara parsial maupun simultan.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.⁸²

Setelah melihat permasalahan yang dikemukakan di atas, maka untuk penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H₁= Terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
- H₂= Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

 $^{^{82}}$ Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabet, 2015), hlm.64

- H₃= Terdapat pengaruh risiko terhadap minat nasabah menggunakan

 *Internet Banking di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu

 Tulungagung.
- H4= Terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan pengunaan, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan
 Internet Banking di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.