

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama marketing. Asal kata pemasaran adalah pasar = market. Yang dipasarkan ialah barang dan jasa. Menurut Philip Kotler, dalam bukunya, *Marketing Management* edisi terbaru (The Mienium Edition 2000) menyatakan bahwa pengertian marketing dapat dilihat dari 2 sudut pandang. Yang pertama, pengertian dari sudut pandang society (masyarakat) menunjukkan peranan marketing dalam masyarakat. Kedua, menurut pandangan marketer, marketing berperan untuk menyimpan standar hidup yang lebih tinggi dari masyarakat. Artinya marketing adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi *need and want* melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa.⁵

Dalam perusahaan bisnis, pemasaran menghasilkan pendapatan yang dikelola oleh orang-orang keuangan dan kemudian didayagunakan oleh orang produksi untuk menciptakan produk dan jasa. Tantangan bagi pemasaran adalah menghasilkan pendapatan dengan memenuhi keinginan para konsumen pada tingkat laba tertentu tanpa melupakan tanggung jawab sosial.

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tertentu mengandung suatu tujuan tertentu. Secara umum tujuan manajemen pemasaran perbankan ada 4 yaitu:

⁵ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta : Intermedia, 2009), hal. 6

1. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
2. Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diharapkan dan diinginkan nasabah.
3. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁶

B. Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

1. Minat bertransaksi

Minat adalah suatu rasa suka dan rasa ketertarikan ada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat.⁷ Minat merupakan keinginan seseorang untuk menggunakan atau mendapatkan sesuatu hal. Minat perilaku pengguna merupakan bentuk sikap perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat pengguna sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan dalam menambah pendukung motivasi

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal.171

⁷ Slamet, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya...*, hal.180

untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Menurut Jogiyanto minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat seseorang) untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.⁸ Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap objek atau gagasan. Minat merupakan fungsi dari dua penentu dasar diantaranya adalah :

a. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi

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

b. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

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

⁸ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan...*, hal.11

Adapun faktor-faktor yang menimbulkan minat menurut *Crow and Crow* dapat digolongkan sebagai berikut :⁹

1) Faktor dari alam

Mengarah pada kenutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, memertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

2) Faktor emosional

Minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

3) Faktor motif sosial

Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

2. Internet Banking

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu *Internet* dan *Banking* (bank). *Interconnected Network* (*Internet*) adalah sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. *Internet banking* merupakan layanan

⁹ Slamet, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya...*, hal. 185

terbaru perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui internet dengan menggunakan komputer/PC. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain.¹⁰

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.¹¹ 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. Menurut Maryanto Supriyono kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem *host to host*, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *e-banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan *real time* tanpa batasan waktu dan tempat.¹²

Jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan *internet banking* antara lain yaitu: (1) Transfer dana atau pemindahan dana bisa dari dua rekening di bank yang sama dan bisa dari rekening di bank

¹⁰ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.18

¹¹ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking...*, hal.21

¹² Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011), hal.65

berbeda, (2) informasi mengenai pengecekan saldo dan riwayat transaksi, (3) pembayaran tagihan bulanan seperti listrik, *handphone* berbagai operator, iuran TV kabel, PBB dan kartu kredit, dan (4) pembelian pulsa telepon berbagai operator.¹³

Beberapa keamanan dalam bertransaksi *internet banking* yaitu meliputi: (1) PIN merupakan kode akses sehingga no pin merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya, (2) untuk *internet banking*, *User ID* bersifat rahasia dan *key token* tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar, (3) penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan risiko, dan (4) *Sim Card Hanphone* harus dilindungi karena nomor telepon tersebut sudah terdaftar pada *database* komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui *phone banking*. Apabila nomor *hanphone* tersebut akan di jual atau dibuang, nomor tersebut harus *diunregistered*.

Sedangkan ada beberapa keuntungan yang di dapatkan dari transaksi *e-banking*, antara lain: (1) Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja, (2) sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer dan/ *hanphone*, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Efisiensi waktu dan efisiensi biaya, dan (3) aman, *e-banking* dilengkapi dengan *securityuser ID* dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan *KeyToken* alat tambahan untuk

¹³ibid., hal.66

mengamankan transaksi. Pengiriman data dengan melalui acak terlebih dahulu.¹⁴

Menurut Riswandi, jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjaddi tiga yaitu :

a. *Information Internet Banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

b. *Communicative Internet Banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dlam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

c. *Transaction Internet Banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi.¹⁵

3. Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung

Minat bertransaksi merupakan kecenderungan tertarik keada sesuatu yang yang relatif tetap untuk melakukan kegiatan ekonomi berupa transaksi jual beli maupun pertukaran barang dan jasa. Transaksi yang dilakukan akan melibatkan proses pembayaran antara pihak satu dengan lainnya. Salah satu layanan perbankan yang digunakan untuk pembayaran adalah internet banking. *Internet banking* merupakan produk bank melalui

¹⁴ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan...*, hal.70

¹⁵ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan...*, hal.76

elektronik dan saluran internet. Nasabah bank tidak perlu datang dan mengantri di bank, cukup menggunakan handphone atau PC dengan koneksi internet.

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM).

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 kemudian dipakai dan dikembangkan kembali oleh banyak peneliti sampai saat ini. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Untuk saat ini, TAM merupakan salah satu kontribusi teoritis yang paling penting terhadap penerimaan dan penggunaan suatu sistem informasi.

Menurut Jogiyanto terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah sebagai berikut ¹⁶:

- a. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)
- b. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
- d. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)

¹⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan...*, hal.113

- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

C. Manfaat

Manfaat adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang dimana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi (Davis dalam Rithmaya, 2016: 164).

Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi:

- a. Kegunaan, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktifitas.
- b. Efektifitas, meliputi dimensi: mempertinggi efektifitas, mengembangkan kinerja pekerjaan.
- c. Menurut Wijaya dalam Almontaha (2008: 14) persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:¹⁷
 - 1) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas pengguna.
 - 2) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna.
 - 3) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.

Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa Kebermanfaatan dalam *Internet Banking* adalah pandangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengenai manfaat yang diperolehnya dalam menggunakan *Internet*

¹⁷ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan...*, hal.118

Banking, yaitu berupa keefektifan penggunaan internet banking dalam berbagai transaksi yang akan dilakukan. Kebermanfaatan dalam menggunakan *Internet Banking* merupakan manfaat yang akan diperoleh dan diharapkan oleh mahasiswa dalam melaksanakan transaksi misalnya pembayaran ukt, dll. Dengan menggunakan *Internet Banking* mahasiswa dapat melakukan pengecekan saldo dengan mudah dan dapat langsung melakukan transaksi untuk kepentingan di kampus maupun yang lainnya misalnya mahasiswa yang mempunyai bisnis sampingan.

Menurut Vankatesh et al. (2003:426), variabel kebermanfaatan terdiri dari empat instrument diantaranya:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu
(*improves job performance*)
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increase productivity*)
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enchances effectiveness*)
- d. Penggunaan sistem mampu memberikan manfaat bagi individu
(*the system is useful*)

D. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.¹⁸ Kemudahan penggunaan persepsian sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam

¹⁸ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan...*, hal.115

menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan, menggunakan *internet banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dengan layanan ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Selain itu layanan *internet banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi.

Menurut Pranidana, kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat dengan mudah dipahami. Menurut Goodwin dan Silver intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa TI tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya.¹⁹

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari TI. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa TI (secara manual). Pengguna TI mempercayai bahwa sistem yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah

¹⁹ Saunca Ananda Pranidana, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA*", dalam <http://eprints.undip.ac.id/26832/1/ringkasan.pdf>, diakses pada 01 Maret 2020.

pengoperasiannya (*compartible*). Menurut Istiarni, kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor:²⁰

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contoh pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Beberapa indikator persepsi kemudahan penggunaan Teknologi informasi, yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna, ketrampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi (TI), Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.²¹ Dengan demikian, bila jasa pelayanan *internet banking* dipersepsikan mudah dalam penggunaannya, maka nasabah akan merasakan jasa *internet banking*

²⁰ Panggih Rizky Dwi Istiarni, “Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening”, dalam http://eprints.undip.ac.id/43012/1/11_IISTIARNI.pdf, diakses pada tanggal 02 Maret 2020.

²¹ Pranidana, “Analisis Faktor...”, hal. 32

bermanfaat dan akan mendorong nasabah untuk menggunakan sistem tersebut.²²

E. Risiko *Internet Banking*

1. Pengertian risiko

Menurut Soekarta, risiko adalah ketidak pastian atas terjadinya suatu peristiwa.²³ Persepsi nasabah tentang risiko yang tinggi akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan internet banking semakin tinggi kekhawatiran terhadap risiko maka semakin kecil kemungkinan untuk menggunakan produk internet banking, apabila nasabah lebih dominan menggunakan internet banking ataupun produk berupa lain, maka bank tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membuka ATM, kantor cabang dan lain-lain. Jadi risiko merupakan suatu ketidak pastian dan kosekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu.²⁴

2. Sebab terjadinya risiko

Kondisi yang tidak pasti dalam risiko dapat terjadi karena beberapa sebab, diantaranya :

- a. Tenggang waktu antara perencanaan suatu kegiatan sampai kegiatan itu berakhir / menghasilkan, dimana semakin panjang tenggang waktu maka semakin panjang ketidak pastiannya.

²³ Reni Maralis dan Aris Triyono, *Manajemen Risiko*, (Yogyakarta : Budi Utama, 2019), hal., 5

²⁴ Seventh Edition, Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour*, terj. Zoelkifli Kasip, (Jakarta: PT Indeks, 2008), hal.170

- b. Keterbatasan informasi yang tersedia diperlukan dalam penyusunan rencana.
 - c. Keterbatasan pengetahuan, kemampuan atau teknik pengambilan keputusan dari perencanaan.²⁵
3. Risiko internet banking

Internet banking memiliki kekhususan tersendiri sehingga ada beberapa risiko yang sifatnya sangat spesifik untuk *internet banking*, diantaranya adalah:

a. *Technology Risk*

Risiko teknologi yang berhubungan dengan kehandalan dan sistem keamanan. Kecanggihan *software* dan *hardware* sangat menentukan besar kecilnya risiko teknologi yang dihadapi oleh bank penyelenggara jasa *internet banking*.

b. *Reputational Risk*

Reputational risk berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri. Nama baik bank penyelenggara *internet banking* menjadi jaminan utama dalam pelayanan jasa *internet banking*. Kegagalan atau tidak berfungsinya sistem, teknologi maupun aplikasi yang dipakai dalam *internet banking* dapat membuat nasabah menjadi *reluctant* atau enggan untuk melakukan transaksi perbankan melalui *internet*.

c. *Outsourcing Risk*

Dalam prakteknya hampir semua bank yang menyelenggarakan pelayanan transaksi melalui *internet* menggunakan jasa pihak ketiga

²⁵ Djojosoedarso, *Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hal.2

sebagai *internet service provider* (ISP) ataupun sebagai data operator dalam pengoperasian dan pemeliharaan data. Di satu sisi bank dapat menghemat biaya yang cukup signifikan dengan melakukan *outsourcing* tetapi di sisi lain ada risiko yang mungkin timbul dengan adanya *outsourcing* tersebut antara lain ditutupnya ISP tersebut secara tiba-tiba karena kesulitan keuangan, kurang terjaminnya kerahasiaan data karena ISP tersebut mudah dibobol oleh *hacker*, kurangnya kapabilitas ISP, dll.²⁶

d. *Legal Risk*

Masalah hukum dalam *internet banking* dalam beberapa hal masih banyak yang belum jelas dan belum diatur secara *eksplisit*. Hal ini dapat menimbulkan potensi masalah yang besar di bidang hukum perdata atau pidana apabila di kemudian hari terjadi sengketa atau perselisihan yang menyangkut transaksi-transaksi perbankan yang dilakukan melalui *internet*. Selain itu *cross border issues* dalam transaksi *internet banking* sedikit banyak juga berkaitan dengan aspek hukum yang belum jelas.

e. *Transaction Risk*

Resiko transaksi merupakan risiko saat ini dan di masa mendatang sebagai akibat dari kecurangan, kesalahan, dan ketidakmampuan menyalurkan produk dan jasa, memelihara posisi yang kompetitif, dan mengelola informasi. Risiko transaksi terdapat pada setiap pemrosesan transaksi, pengembangan sistem, sistem perhitungan, kompleksitas, produk dan jasa, serta *internal control*. Risiko transaksi yang tinggi dapat

²⁶ Hadyan Farizi dan Syaefullah, “*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*”, dalam <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/900/821>, diakses pada 13 Juni 2020 pukul 07.46

terkandung pada produk *internet banking*, khususnya jika tidak direncanakan, diimplementasikan, dan dipantau dengan tepat.²⁷

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian dari Oktavia²⁸ bertujuan untuk meneliti pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kausal komparatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kebermanfaatan terhadap minat bertransaksi menggunakan internet banking pada pelaku usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,413 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,050$). Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,685 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,050$). Terdapat pengaruh negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,800 dan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,050$). Terdapat

²⁷ Hadyan Farizi dan Syaefullah, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”, dalam <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/900/821>, diakses pada 13 Juni 2020 pukul 07.46

²⁸ Catharina Oktavia, *Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)*, (Yogyakarta : skripsi, 2017)

pengaruh positif Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,543 atau 54,3% yang berarti bahwa Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY dapat dijelaskan oleh variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko adalah sebesar 54,3%. Persamaan dengan penelitian ini merupakan variabel yang digunakan sama, sedangkan perbedaannya adalah populasi, sampel dan tempat penelitian yang berbeda.

Penelitian Amijaya²⁹, bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking (studi pada nasabah Bank BCA). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Variabel kemudahan dalam menggunakan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Variabel resiko berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Dan variabel resiko berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Persamaan dari penelitian ini adalah variabel yang diteliti yaitu kemudahan

²⁹ Gilang Rizky Amijaya, Pengaruh Persepsi Teknologi, Kemudahan Dalam Menggunakan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). (UNDIP : Skripsi, 2016)

dalam menggunakan dan variabel resiko. Perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

Penelitian dari Irfan³⁰ ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Metode pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis*. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan risiko berpengaruh secara langsung terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dan variabel kepercayaan memediasi variabel kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti bahwa minat menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh kemudahan, risiko dan kepercayaan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel dependen (Y) yang digunakan yaitu *mobile banking*. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel kemudahan penggunaan dan risiko.

Penelitian Juliansya³¹ bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi dengan bantuan software Microsoft Excel 2010 dan SPSS version 23.0. untuk mengetahui gambaran menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu

³⁰ Mohammad Irfan, *Pengaruh Kemudahan Kenyamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Varibel Intervening*, (Salatiga :Skripsi Ekonomi, 2018)

³¹ Arius Juliansya, *Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*, (Jakarta : skripsi, 2018)

dengan variabel yang lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan nasabah terhadap internet banking, secara signifikan dominan dipengaruhi oleh kemudahan dan fitur layanan, secara tidak langsung teknologi informasi juga mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking*. variabel risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan internet banking. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel teknologi informasi dan fitur layanan, sedangkan persamaannya terletak pada variabel kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Penelitian Istikomah³² dengan tujuan untuk menganalisis Pengaruh Kemudahan, kepercayaan, Risiko dan Kualitas Informasi terhadap Minat Penggunaan Layanan Internet Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, kepercayaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, risiko berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan internet banking pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Persamaan dengan penelitian ini adalah obyek penelitiannya sama.

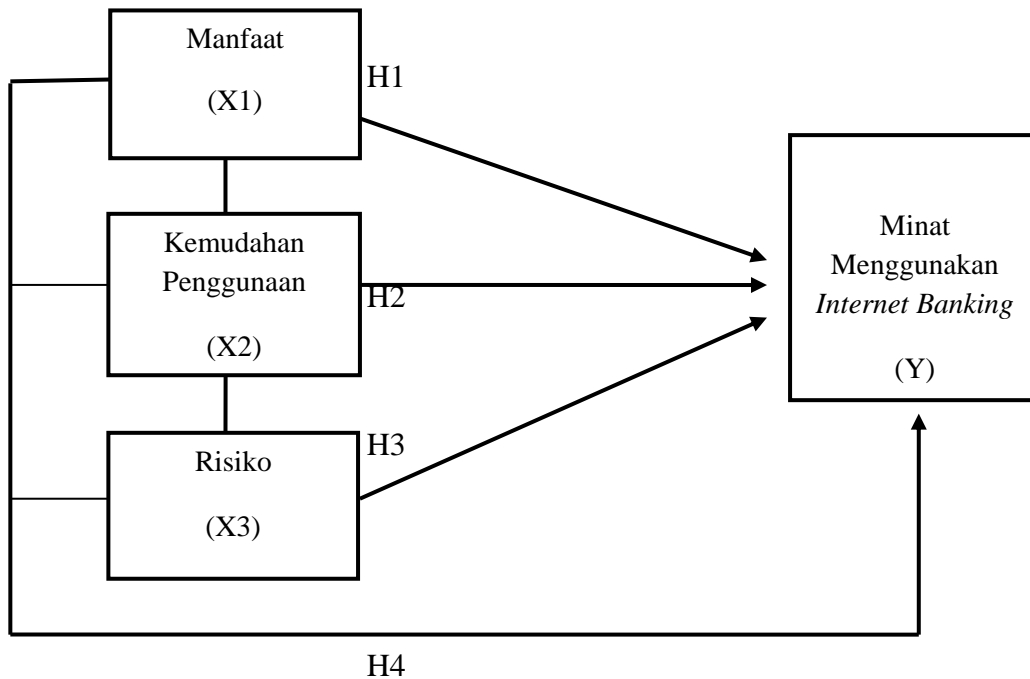
³² Istikomah, *Pengaruh Kemudahan, kepercayaan, Risiko dan Kualitas Informasi terhadap Minat Penggunaan Layanan Internet Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung* (Tulungagung : Skripsi, 2019), diakses pada 01 februari 2020 pada pukul 11.12

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel kepercayaan dan kualitas informasi.

G. Kerangka Konseptual

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Umum Syariah. Variabel penelitian Manfaat (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Risiko (X_3) dan Minat Menggunakan Internet Banking (Y). Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai variabel dependen (Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko) dengan variabel independen (Minat Menggunakan Internet Banking) diatas, maka dapat dikembangkan dengan kerangka konseptual seperti dibawah ini .

Gambar 2.1
Kerangka konseptual



Melihat kerangka konseptual di atas maka peneliti mencoba menjabarkan maksud dari panah-panah yang ada pada kerangka konseptual penelitian. Keterangannya sebagai berikut :

1. Pengaruh Manfaat (X1) terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto serta kajian penelitian terdahulu oleh Oktavia.³³
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Pranidana.³⁴

³³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan...*, hal.121

³⁴ Saunca Ananda Pranidana, *Analisis Faktor, ...* hal. 89

3. Pengaruh Risiko (X3) terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Djojosoedarso.³⁵
4. Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* didasarkan pada kajian penelitian terdahulu oleh Oktavia.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian diartikan sebagai proporsisi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris.³⁶ Berdasarkan rumusan masalah di atas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

H1 = Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dalam menggunakan *internet banking* pada bank umum syariah

H2 = kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dalam menggunakan *internet banking* pada bank umum syariah

H3 = risiko berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dalam menggunakan *internet banking* pada bank umum syariah

H4 = manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

³⁵ Djojosoedarso, *Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi...*, hal. 76

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 70-71

Bisnis Islam IAIN Tulungagung dalam menggunakan *internet banking* pada bank umum syariah.