

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

1. Penelitian Terdahulu Oleh Irmadhani dan Mahendra (2012)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan *Online Banking*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan *Computer Self Efficacy*, terhadap penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan unit analisis yang diteliti adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian survai dengan sampel sebanyak 139 mahasiswa yang menggunakan *Online Banking*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 17.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking*. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan *online Banking* dan *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking*. Persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan

Computer Self Efficacy secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking*.

2. Penelitian Terdahulu Oleh Gilang Rizky Amijaya (2010)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Objek dari penelitian ini adalah para nasabah Bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali internet banking. Penelitian ini menggunakan data primer dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 5,307 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel persepsi teknologi informasi pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,400. Variabel kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 3,298 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien

variabel kemudahan dalam penggunaan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,246. Variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel ini adalah 4,526 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Secara simultan pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel risiko pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,324. Variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 4,886 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel fitur layanan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,359. Besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan ($\text{adjusted } R^2$) sebesar 0,512 artinya 51,2 persen variasi dari semua variabel bebas (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, risiko dan fitur layanan) dapat menerangkan variabel tak bebas (minat ulang nasabah menggunakan internet banking), sedangkan sisanya sebesar 48,8 persen diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

3. Penelitian Terdahulu Oleh Marieta Christiyanti dan Henny Medyawati (2010)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “*Analysis Technology Acceptance Model (TAM) On Application E-Banking*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *e-banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model*. Objek penelitian ini adalah nasabah pada

lima bank besar di kota Bekasi yaitu Bank Mandiri, BCA, BRI, Bank Danamon, dan BNI. Metode penelitiannya dengan menggunakan metode survei dengan pendekatan analisis deskriptif dan analisis statistika yaitu analisis statistika deskriptif dan analisis statistika inferensial. Data diolah dan di analisis dengan model statistika regresi linear berganda menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 17.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan seseorang dalam menggunakan komputer, dan desain antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaannya. Pengalaman atas penggunaan komputer, relevan, keamanan dan kerahasiaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaannya. Relevan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaannya. Keamanan dan kerahasiaan, desain antarmuka, dan persepsi kemudahan penggunaannya berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaannya. Persepsi kemudahan penggunaannya berpengaruh signifikan terhadap sikap atas penggunaannya. Persepsi kegunaannya tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap atas penggunaannya. Sikap atas penggunaannya berpengaruh signifikan terhadap penggunaan nyata dan penerimaan atas *e-banking*.

4. Penelitian Terdahulu Oleh Winna Titis Sugihanti (2011)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Untuk Menggunakan *E-Filling*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, komplektisitas, kesukarelaan,

pengalaman, keamanan, dan kerahasiaan, kecepatan dengan minat perilaku penggunaan *e-filling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Respondennya adalah Wajib Pajak Badan yang menggunakan *e-filling* di kota Semarang. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience Sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Models* (TAM) yang dipadukan dengan *Unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) dengan menggunakan program SPSS.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*, (2) Ekspektasi Usaha berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*, (3) Kompleksitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*, (4) Kesukarelaan berpengaruh signifikan positif terhadap Minat perilaku Penggunaan *E-filling*, (5) Pengalaman tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*, (6) Keamanan dan Kerahasiaan tidak berpengaruh positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*, (7) Kecepatan tidak berpengaruh positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*.