

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi yang semakin maju saat ini telah membawa perubahan yang besar terhadap sektor kehidupan. Beberapa sektor yang mengalami perubahan akibat adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain perekonomian, sosial, budaya maupun pendidikan. Dalam dunia bisnis juga tidak terlepas dari adanya pengaruh teknologi informasi ini, bukti nyata adanya pengaruh tersebut adalah adanya *e-business* yang sekarang berkembang pesat.

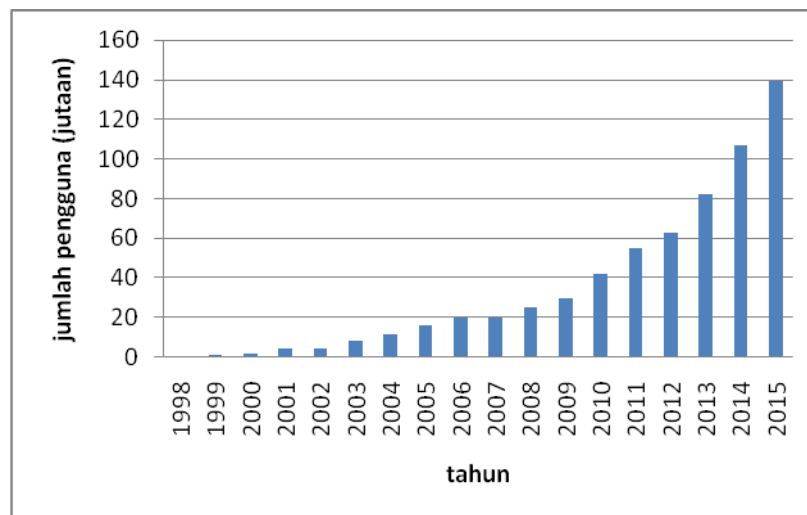
E-business adalah seluruh penggunaan teknologi informasi yang canggih, terutama untuk pembuatan jaringan dan teknologi komunikasi, serta dapat digunakan sebagai cara organisasi untuk meningkatkan serta melaksanakan semua proses bisnisnya. Tidak terkecuali pada sektor perbankan di seluruh dunia yang mulai merasakan dampak *e-business*.²

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan yang dilakukan manusia. Salah satunya perkembangan adalah perkembangan internet. Perkembangan internet seakan-akan tidak bisa dipisahkan dalam menunjang aktivitas dan kegiatan masyarakat sehari-hari. Banyak aktivitas masyarakat saat ini yang memerlukan koneksi internet, pasar global pun terbuka bagi

²N Tampubolon, "Surat Edaran: Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Internet (*Internet Banking*)", <http://www.bi.go.id/biweb/utama/peraturan/se-6-18-04apnp.pdf>, diakses tanggal 13 November 2015

siapa saja tanpa harus memperlumahkan jarak dan juga waktu. Hal ini dapat dilihat dari pengguna internet yang jumlahnya semakin bertambah. Berdasarkan data yang diperoleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari tahun 1998-2015. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik 1.1 berikut:

Grafik 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: www.apjii.or.id³

Berdasarkan grafik 1.1 ditunjukkan tentang pengguna media atau teknologi internet di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dimulai sejak tahun 1998 yaitu sebanyak 0,5 juta orang, pada tahun 1999 1 juta orang, tahun 2000 sebesar 1,9 juta pengguna, tahun 2001 naik menjadi 4,2 juta orang, tahun 2002 sebesar 4,5 juta orang, tahun 2003 naik menjadi 8 juta orang, tahun 2004 sebesar 11,2 juta orang, tahun 2005 naik menjadi 16 juta pengguna, tahun 2006 juga mengalami kenaikan menjadi 20 juta

³PUSKAKOM, *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*, dalam <https://apjii.or.id/downfile/file/PROFIL>, diakses pada tanggal 19 Januari 2015 pukul 15.22 WIB

pengguna, pada tahun selanjutnya tetap sebesar 20 juta pengguna. Pada tahun 2008 naik menjadi 25 juta orang, tahun 2009 sebanyak 30 juta orang, tahun 2010 sebanyak 42 orang, tahun 2011 sebesar 55 juta orang, tahun 2012 naik menjadi 63 juta orang, tahun 2013 menjadi 82 juta orang, tahun 2014 naik menjadi 107 juta pengguna dan pada tahun 2015 naik menjadi 139 juta orang pengguna internet. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia sudah maju akan teknologi dan mampu bersaing dalam bisnis dengan menggunakan internet sebagai teknologi informasinya. Internet juga menjadi kebutuhan sehari-hari manusia untuk menggali dan mencari informasi secara cepat.

Semakin meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya menyebabkan pengelola bank baik pemerintah maupun swasta sebagai pengelola dana masyarakat berlomba-lomba dan bersaing menciptakan sistem transaksi secara *online*. Peran teknologi dalam dunia perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan sudah tentu didukung oleh peran teknologi informasi. Semakin berkembang dan kompleksnya fasilitas yang diterapkan perbankan untuk memudahkan pelayanan, itu berarti semakin beragam dan kompleks adopsi teknologi yang dimiliki oleh suatu bank.

Kebanyakan dari pelanggan, terutama pada nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis. Pada perusahaan perbankan, penilaian konsumen atas suatu produk jasa bukan hanya pelayanan yang baik, tetapi juga terletak pada fasilitas-fasilitas

penunjang, nasabah memperoleh kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta kepuasan yang menyeluruh terhadap jasa bank. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisiensi dan praktis. Saat ini teknologi merupakan peranan penting dalam bisnis, perbankan yang memanfaatkan teknologi modern yang semakin berkembang untuk membantu kinerja pengoperasian sistem yang ada dalam perbankan tersebut.

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis elektronik. Dalam dunia perbankan sendiri, pada umumnya memanfaatkan teknologi untuk mengkomodir kebutuhan berinteraksi antara perusahaan dengan nasabah. Dengan demikian, perbankan meningkatkan kualitas layanannya terhadap penggunaan teknologi internet. Layanan internet yang dapat dilakukan oleh perbankan tersebut kini populer dengan nama *e-banking*.

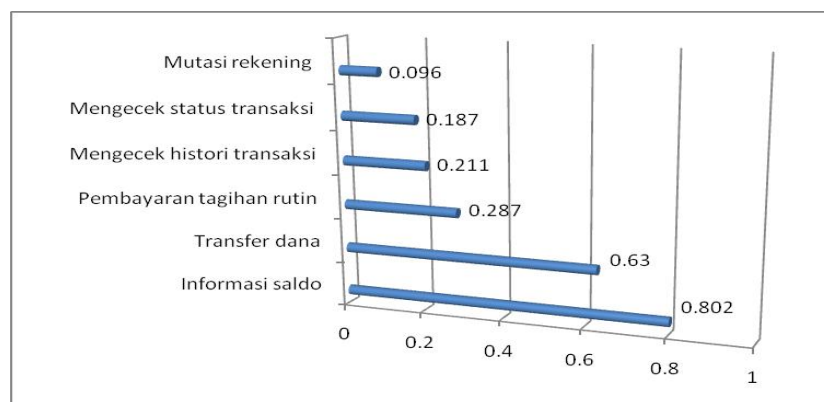
E-banking atau yang di kenal juga dengan *internet banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui jaringan internet dengan website milik bank, dan bukan merupakan bank yang hanya

menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet.⁴ *Internet banking* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh pihak perbankan dalam bersaing. Peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun dan semakin banyaknya pengguna internet di masyarakat, memungkinkan pihak perbankan untuk melakukan inovasi-inovasi yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran.

Banyak manfaat yang didapatkan dari penggunaan *internet banking* beberapa diantaranya adalah pengecekan saldo dan mutasi rekening, transfer dana antar rekening atau antar bank, isi ulang pulsa elektrik, pembayaran *e-commerce*, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti listrik, telepon, kartu kredit dan lain sebagainya.⁵ Berikut adalah data pengguna internet saat menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2

Transaksi pengguna internet saat menggunakan *internet banking*



Sumber: APJII, 2014⁶

⁴N Tampubolon, "Surat Edaran: Penerapan Manajemen,...

⁵Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011), hal.66

⁶PUSAKOM, *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*, (Jakarta: APJII, 2015), hal.55

Pada grafik 1.2 diatas menjelaskan bahwasanya transaksi yang sering dilakukan pengguna internet saat menggunakan *internet banking* adalah informasi saldo, transfer dana, pembayaran tagihan rutin, mengecek histori transaksi, mengecek status transaksi dan mutasi rekening. Dapat dilihat bahwa pengguna internet menggunakan *internet banking* paling banyak adalah untuk melihat informasi saldo yaitu sebesar 0,802 atau 80,2%, setelah itu transfer dana yaitu sebesar 0,63 atau 63,0%, pembayaran tagihan rutina sebesar 0,287 atau 28,7%, mengecek histori transaksi sebesar 0,211 atau 21,1%, mengecek status transaksi sebesar 0,18,7 atau 18,7% dan mutasi rekening sebesar 0,096 atau 9,6%.

Layanan *Internet banking* dapat dilakukan oleh nasabah tanpa nasabah harus datang ke bank yang bersangkutan untuk melakukan setiap transaksi perbankan. Selama ada dukungan jaringan internet yang baik nasabah bisa mendapatkan informasi dari bank dengan cepat hanya dengan membuka situs bank tersebut sehingga banyak informasi yang akan diperoleh. *Internet banking* banyak memberikan manfaat untuk nasabahnya, selain memudahkan nasabah dalam bertransaksi, biaya yang dikeluarkan juga lebih murah dibandingkan harus bertransaksi langsung di bank.

Melihat perkembangan dalam dunia teknologi yang sudah semakin canggih membuat manusia selalu mendapatkan kemudahan. Hal ini tersirat dalam surah Al-Baqarah ayat (185)⁷ yaitu :

⁷Departemen Agama RI AL-Hikmah, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: Diponegoro, 2010), hal.28

العَسْرِيكُمْ يَرِيدُ وَلَا الْيَسْرِيكُمْ اللَّهُ يَرِيدُ

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.

Dari penjelasan surah Al-Baqarah diatas dapat dikatakan bahwa selalu ada kemudahan ketika kita mendapatkan kesulitan. Pada dunia perbankan menilai bahwa internet merupakan salah satu produk jasa yang dapat membantu nasabah untuk memudahkan aktifitasnya ketika nasabah dalam keadaan sulit. Dengan memanfaatkan internet sangat membantu nasabah dan dapat memberikan keuntungan juga bagi bank.

Keberhasilan *internet banking* tergantung dari bagaimana nasabah menerima sistem tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana para konsumennya mengapresiasi jasa *internet banking* agar dapat membantu menemukan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar.⁸ Dengan demikian, isu penting bagi pihak bank ketika menerapkan *internet banking* adalah, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan para nasabah menggunakan jasa pelayanan *internet banking*.

Permasalahan tentang bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan internet banking ini secara maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM (Theory Acceptance

⁸Feronica Mayasari, “Anteseden dan Konsekuensi Sikap Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM),” dalam <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/semantik/article/viewFile/14/176>, diakses pada tanggal 13 November 2015

Model). Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. Kerangka TAM merupakan model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berhubungan dengannya.⁹

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi. Menurut Davis (1989), ada dua konsep utama yang dipercaya dalam penerimaan pengguna yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa, penggunaan teknologi dan sistem informasi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa, penggunaan sistem informasi meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya.¹⁰ Penggunaan internet banking ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi. Persepsi kepercayaan dan risiko transaksi sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi

⁹T. Widyastuti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan *Mobile Banking*," dalam <http://sinformasi.files.wordpress.com/2010/02.pdf> , diakses pada tanggal 15 November 2015

¹⁰Panggih Rizky Dwi Istiarini, "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_ISTIARNI.pdf, diakses tanggal 13 November 2015

dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *internet banking*. variabel persepsi kepercayaan dan persepsi risiko ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking*.

Penelitian Amijaya, tentang Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (studi pada nasabah Bank BCA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan, risiko dan fitur layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Dan secara parsial keempat variabel juga berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.¹¹

Serupa dengan penelitian Amijaya, penelitian Cahyo tentang Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Yokyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan

¹¹Gilang Rizky Amijaya, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Nasabah Bank BCA)", dalam http://eprints.undip.ac.id/22558/1/GILANG_RIZKY_AMIJAYA.pdf, diakses tanggal 13 November 2015

Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking*.¹²

Hampir semua bank di Indonesia saat ini telah memiliki layanan *internet banking*. Salah satu bank yang menawarkan jasa *internet banking* adalah PT Bank Muamalat Indonesia, dengan terobosan-terobosan baru dirancang agar terus berkembang dan dapat bersaing, untuk mempertahankan eksistensinya. Bank Muamalat Indonesia merupakan suatu bank yang mengkombinasikan antara idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani dalam operasionalnya. Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syariah yang pertama berdiri di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia senantiasa menjalin kemitraan dengan semua kalangan, tanpa membedakan latar belakang suku, agama dan warna kulit dalam bingkai semangat Islam sebagai "*rahmatan lil'alamiin*".

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**"Pengaruh Persepsi terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung"**.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Sebelum peneliti menentukan batasan masalah, peneliti harus melakukan identifikasi dan inventarisasi sebanyak-banyaknya kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah, sehingga diperoleh penjelasan tentang

¹²Wanandi Yoso Hanur Cahyo, "Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Yogyakarta", dalam <http://eprints.uny.ac.id/15308/1/SKRIPSI.pdf>, diakses pada tanggal 13 November 2015

kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian. Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu produk diantaranya berasal dari faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis.

Dalam penelitian yang akan penulis kaji hanya memfokuskan penelitian dilihat dari faktor psikologis nasabah, yaitu tentang persepsi nasabah. Persepsi nasabah disini lebih mengacu kepada keempat variabel yaitu tentang persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko serta minat penggunaan *internet banking* sebagai variabel dependen. Peneliti membatasi variabel dependen pada satu instrumen yakni minat penggunaan *internet banking*. Selain lima variabel tersebut, objek yang menjadi penelitian adalah nasabah bank Muamalat Tulungagung. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai layanan *internet banking*, dan penelitian ini hanya terbatas pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas, adapun rumusan yang akan dijadikan sebagai objek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung?

3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia tulungagung?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung?
5. Apakah persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan tepat sasaran, maka peneliti harus mempunyai tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.
3. Untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.
4. Untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

5. Untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat dan risiko secara bersama-sama terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

Bagi akademisi, memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca serta menambah literatur keilmuan tentang pengaruh persepsi terhadap minat penggunaan *internet banking*

2. Secara Praktis

- a. Bagi bank, laporan hasil penelitian ini memberikan masukan bagi para pengambil keputusan di bidang perbankan dalam mengelola sistem layanan *internet banking* dalam meningkatkan *privacy* nasabahnya agar nasabah semakin yakin dan percaya pada layanan *internet banking* dan juga dapat memberikan informasi kepada pihak bank yang berkenaan dengan peningkatan kualitas layanan *internet banking*.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini sebagai sumber referensi dan bahan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang kedudukannya belum sekuat proposisi yang berfungsi sebagai jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya di dalam kenyataan, percobaan, atau praktik.¹³

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

Hipotesis 2 : Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

Hipotesis 3 : Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

Hipotesis 4 : Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

Hipotesis 5 : Persepsi Kemudahan, kepercayaan, manfaat dan risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.

¹³Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 42

G. Penegasan Istilah

Selanjutnya untuk menghindari terjadinya kesalahan pemahaman dalam menafsirkan istilah-istilah dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan *Internet banking* Di Bank Muamalat Indonesia Tulungagung”. Maka perlu ditegaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

- a) Pengaruh adalah daya yang ada atau sesuatu yang timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁴
- b) Persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.¹⁵
- c) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹⁶
- d) *Internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dengan *website* milik bank yang dilengkapi dengan sistem

¹⁴Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal.849

¹⁵Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi, Konsep dasar dan aplikasinya*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal 141

¹⁶Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010) cet 5. Hal.180

keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking*.¹⁷

2. Definisi operasional

Secara operasional penelitian ini bertujuan untuk meneliti perilaku nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*. Penerimaan suatu sistem layanan *internet banking* dapat dilihat dari persepsi masing-masing individu atas kualitas layanan/jasa yang digunakan. Setiap masing-masing individu selalu memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap tingkat penerimaan layanan *internet banking*. Persepsi ini diukur dari berbagai tanggapan nasabah setelah menggunakan layanan *internet banking* yang dapat dilihat dari persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dalam tulisan ini, maka dibuat sistematika penelitian yang memuat 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari: a) latar belakang masalah, b) pembatasan masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e)

¹⁷Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.21

kegunaan penelitian, f) hipotesis penelitian, g) penegasan istilah h) sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari: a) kajian teoritis, b) penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: a) rancangan penelitian, b) variabel penelitian, c) populasi, sampel dan sampling, d) instrumen penelitian, e) sumber data, f) teknik pengumpulan data, g) teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) gambaran umum objek penelitian, b) karakteristik responden, c) deskripsi variabel, d) analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB V : Pembahasan

Dalam bab ini pembahasan menjelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI: Penutup

Pada bab ini akan memuat kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan dan berkelanjutan yang

dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.