

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian terdahulu**

Pada penelitian sebelumnya, Pratiwi (2012) berjudul "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman terhadap Prilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya". Pengolahan data dengan menggunakan regresi linier berganda dan didapatkan hasil bahwa secara parsial, variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *mobile banking* nasabah bank BCA Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah penggunaan *mobile banking* BCA di Surabaya. Sampel penelitian ini adalah 100 orang yang menggunakan mobile banking yang diambil secara *purposive sampling*.

Penelitian terdahulu oleh Fitriзал (2013) berjudul " Pengaruh Penerimaan Teknologi, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking " berdasarkan hasil analisis dengan regresi linier berganda, diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah karena tingkat signifikan sebesar  $0,010 < 0,05$ . Populasi dalam penelitian ini nasabah bank Mandiri yang berdomisili disekitar kota padang.

**Tabel 2.1**  
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Persamaan	Perbedaan
1.	Penelitian sebelumnya oleh Pratiwi (2012) persepsi manfaat digunakan sebagai variabel bebas ( $X_1$ ). Pada saat ini persepsi manfaat digunakan sebagai variabel ( $X$ ). Pada penelitian sebelumnya digunakan regresi linier berganda.	Jika penelitian Pratiwi (2012) persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), pengalaman ( $X_3$ ), perilaku penggunaan ( $Y$ ). Penelitian sekarang niat penggunaan sebagai variabel ( $Y$ )
2.	Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitriзал (2013), kepercayaan digunakan sebagai variabel bebas ( $X_2$ ). Niat penggunaan ( $Y$ ) Pada penelitian sebelumnya digunakan regresi linier berganda.	Jika penelitian Fitriзал (2013) penerimaan teknologi ( $X_1$ ), Resiko ( $X_3$ ).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Sistem Teknologi Informasi

#### 2.2.2.1 Internet

Internet berasal dari dua kosa kata yaitu ‘inter’ yang memiliki arti jaringan. Internet secara umum merujuk kepada gabungan jaringan komputer yang berkomunikasi menggunakan sistem pertuturan yang sama dikenali sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protokol/ Internet Protocol*), Hariningsih (2005;123). Dalam dunia Teknologi Informasi, internet dapat diartikan sebagai suatu sistem secara luas yang menghubungkan jaringan computer satu dengan jaringan komputer yang lain sehingga memungkinkan untuk saling berbagai informasi antar jaringan pemakai.

Saat ini internet sudah menjadi konsumsi untuk umum dan telah dipakai oleh jutaan orang diseluruh dunia. Bagian internet yang banyak digunakan adalah

*Word Wide Web* atau yang biasanya di singkat “www”. Dengan menggunakan situs web, seseorang dapat melakukan akses jutaan halaman situs untuk mendapatkan informasi. Internet difungsikan dengan menggunakan bagian dari sarana jaringan telekomunikasi publik yang sudah ada. Salah satu jaringan telekomunikasi publik indonesia yang dipakai sebagai sarana penghubung jaringan internet adalah PT.Telkom. Secara teknik, yang membedakan internet adalah penggunaan susunan protokol yang disebut TCP/IP (*Transmission Control Protokol/ Internet Protocol*)

Bagian dari layanan yang banyak digunakan oleh para pengguna internet adalah pengiriman surat elektronik yang disebut e-mail yang dimanfaatkan sebagai sarana surat menyurat yang dapat mengatasi waktu dan ruang diberbagai belahan dunia hanya dalam hitungan detik. Sistem ini kini telah menggantikan peran layanan pengiriman surat melalui pos. Kemudian berkembang pula aplikasi *Internet Relay Chat* (IRC). Dengan aplikasi ini seseorang dapat melakukan percakapan secara interaktif dengan orang lain secara langsung. Bahkan beberapa situs memperlengkapi aplikasi tersebut dengan video streaming yang memungkinkan seseorang dapat bercakap-cakap dengan suara sambil melihat wajah orang yang diajak berkomunikasi.

Internet tumbuh menjadi lebih komersial dan bagi perusahaan secara luas, menjadi sistem yang dipakai untuk berhubungan dengan pelanggan seperti sarana periklanan, pengembangan merek, penjualan dan layanan secara online. Bentuk protokol pun berkembang seiring waktu yang dapat membantu seseorang melakukan aplikasi transaksi finansial.

### 2.2.1.2 Layanan Internet

Isi internet adalah informasi, Dapat dibayangkan sebagai suatu data base atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lainnya (maya), karena hampir aspek kehidupan didunia nyata ada diInternet seperti bisnis , hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya. Adapun layanan internet sebagai berikut :

#### 1. *E-mail*

*E-mail* atau surat elektronik merupakan layanan internet yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia maupun didunia. Alamat *e-mail* saat ini layak sudah menjadi identitas pribadi, karena dengan e-mail merupakan pengganti alamat rumah kita. Layanan internet berupa e-mail ini sangat banyak sekali macamnya, ada yang gratis dan ada yang bayar . contoh *e-mail* yang gratis adalah *Yahoo*, *Gmail* dan *Hotmail*.

#### 2. *World Wide Web (WWW)*

Layanan internet yang berupa layanan www sangatlah populer ditengah-tengah masyarakat, layanan ini memungkinkan kita bisa menjelajahi halaman *website* yang ada diinternet. Para pencari informasi diinternet memanfaatkan layanan www guna mencari informasi berlimpah dari internet.

#### 3. *Mailing List*

Layanan *Mailing List* memungkinkan adanya sebuah forum diskusi antar pemilik *e-mail* diinternet. Materi diskusi biasanya dikirim ke *e-mail* masing-masing anggota diskusi. Penyediaan *Mailing List* populer saat ini adalah

*Yahoo Groups*. Anda bisa mendiskusikan berbagai macam topik diskusi dengan menjadi anggota sebuah *Miling List*.

#### 4. *E-Commerce*

*E-Commerce* merupakan layanan internet untuk kepentingan ekonomi, seperti toko *online*. Dengan adanya internet semacam ini anda tidak perlu repot lagi belanja ke mall atau supermarket untuk membeli barang yang diinginkan. Cukup buka laptop anda kemudian koneksikan dengan internet, cari toko online terpercaya yang jual barang yang anda inginkan, transfer dan barang keinginan anda pun akan dikirim ke rumah anda.

#### 5. *E-Banking*

Kemudahan transaksi dan transfer uang real time bisa anda dapatkan dengan menggunakan layanan internet *E-Banking* ini kepada para nasabahnya. Kelebihan *E-Banking* dibanding dengan transaksi biasa adalah kemudahannya. Untuk transfer misalnya anda tidak perlu datang ke mesin ATM. Cukup gunakan layanan internet ini maka anda pun bisa menstransfer uang dengan cepat.

#### 6. *Chatting*

Layanan internet ini merupakan layanan favorit para kawula muda. *Chatting* merupakan kegiatan berbincang melalui teks antar pengguna internet seluruh dunia. Salah satu aplikasi chatting yang sering dilakukan adlah IRC (*Internet Relay Chat*) sebuah protokol yang memungkinkan semua user internet saling terhubung dan berbincang pada sebuah *channel*

## 7. VOIP

*Voice Over Internet Protocol (VOIP)* merupakan layanan internet yang memungkinkan pembicaraan via telephone dengan biaya gratis. Jika menggunakan layanan internet yang satu ini anda hanya memerlukan koneksi internet tanpa harus membayar pulsa telepon. Banyak sekali *VOIP* server gratis yang bisa anda gunakan untuk layanan internet ini salah satunya yang paling terkenal di indonesia adalah *VOIP* rakyat.

### 2.2.1.3 Manfaat Internet

Secara garis besar teknologi internet memiliki beberapa fungsi pokok, yakni sebagai berikut:

#### 1. Sumber informasi

Ada banyak informasi yang kita dapatkan dari layanan teknologi internet. Misalnya informasi bisnis, hobi, belanja, wisata, agama, politik, budaya dan segala macam segmentasi kehidupan, seluruh informasi yang beragam dapat kita temukan di internet. Informasi ini dapat bersifat pribadi, kelompok maupun negara. Keberadaan nilai informasi yang ada dilayanan internet bersifat cepat dan aktual, tidak terhalang pada batas jarak dan waktu. Seluruh internet bisa mengakses informasi apapun, kapanpun dan dimanapun.

#### 2. Sarana Komunikasi

Pengertian internet menurut para ahli secara spesifik banyak yang menekankan pada pengertian teknologi internet dalam konteks perannya sebagai alat komunikasi. Kehadiran internet yang mengkombinasikan audio visual sebagai bentuk komunikasi menjadi pilihan banyak orang untuk

berkomunikasi secara mudah dan aman melalui internet dengan orang yang ada diberbagai penjuru dunia. Tidak seperti layanan teknologi lain, tarif internet sama sekali tak dibatasi oleh jarak. Kemudahan bentuk komunikasi ini kian banyak dimanfaatkan oleh manusia untuk memperlancar aktivitas kehidupan mereka, seperti dalam menjalankan aktivitas bisnis maupun belajar mengajar.

### 3. Sarana berbagai secara gratis

Layanan *download* dan *upload* secara mudah di internet menjadi teknologi ini tidak hanya bermanfaat sebatas pada penerimaan informasi semata. Tapi pengguna secara lebih konkrit juga berkesempatan mendapatkan aneka macam oleh-oleh file download seperti : mp3, film, gambar, video, software, E-Book, buku panduan dan sebagainya. Banyak orang yang berjam-jam menghabiskan waktu online diinternet oleh karena fungsi yang internet satu ini.

Internet juga mempunyai resiko dan bahayanya sebagai berikut:

- a. Spam Yaitu e-mail sampah yang kerap datang bertubi-tubi tanpa dikehendaki. Isi spam tersebut bermacam-macam, dari menawarkan produk/jasa hingga penipuan yang berkedok kerja sama bisnis, dari tawaran multi-level marketing hingga penyebaran virus.
- b. Informasi palsu yang menyesatkan, biasanya berkaitan dengan suatu produk, perusahaan, tokoh, atau kepercayaan/agama.

- c. Pencurian identitas. Selanjutnya identitas yang dicuri tersebut dapat dipergunakan untuk melakukan pencurian, penipuan atau perbuatan ilegal lainnya.
- d. Kekerasan menggunakan media internet, seperti pelecehan melalui tulisan, ancaman, tuduhan, dll. Lebih parah lagi dapat mengarah kekerasan fisik berupa pelecehan seksual terutama ke pengguna internet berusia muda atau anak-anak.
- e. Konten ilegal, seperti perjudian dan pornografi. Situs-situs yang berisi konten ilegal biasanya menjerat pengguna dengan memunculkan iklan yang tidak dikehendaki.
- f. Pelanggaran hak cipta jika material yang ditampilkan melalui internet tanpa melalui persetujuan pemiliknya.

### **2.3 Persepsi Manfaat**

Menurut Jogiyanto (2007:114) menyatakan bahwa Pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu pekerjaannya. Rigopoulos dan askounis (2007) mendefinisikan dengan menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah persepsi subyektif akan kemampuan suatu sistem dalam membantu meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Persepsi manfaat adalah tingkat sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jiang, 2000). Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian kegunaan/manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini adalah tingkat keyakinan



akan kegunaan /manfaat layanan internet yang dirasakan, di mana seseorang merasa yakin menggunakan layanan internet bermanfaat untuk membantu dan meningkatkan kinerjanya.

#### **2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Heijen dan Chidambaran, 2000) persepsi kemudahan penggunaan individu yang merasa bahwa sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan penggunaan akan meningkat, dengan sebaliknya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. Penelitian Chan (2004) juga menemukan bahwa persepsi menggunakan mempengaruhi manfaat menggunakan seseorang dalam masyarakat hongkong. Penelitiannya mengemukakan bahwa jika seseorang merasa yakin akan mudahnya suatu sistem yang dipakai mempengaruhi kegunaan/manfaat yang dirasakan akan sistem tersebut. Dengan kata lain, jika seseorang merasa menggunakan suatu sistem tertentu tidak susah dan tidak berbelit-belit, maka ia akan semakin merasa yakin sistem tersebut berguna untuk membantu meningkatkan kinerjanya.

Dalam penjabaran diatas, maka dugaan jika layanan internet kartu simPATI dirasakan semakin mudah dan tidak memerlukan usaha keras dalam menggunakan dan mengaksesnya, maka konsumen akan semakin merasa yakin dengan menggunakan layanan internet kartu simPATI.

#### **2.5 Kepercayaan**

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis, membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut

Prasaranphanich (2007:23.1), ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut.

Rofiq (2007;32) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dicapainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan konsumen menurut Mowen (2002:312) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

## **2.6 Niat Penggunaan layanan Internet.**

Niat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan. Niat diasumsikan sebagai faktor pemotivasi yang ada didalam diri individu untuk mempengaruhi perilaku. Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen akan menimbulkan evaluasi pasca pembelian melalui umpan balik ke arah konsumen individu, selama evaluasi ,konsumen akan belajar dari pengalaman dan mungkin mengubah pola pencarian informasi untuk mengevaluasi dan menyeleksi mereka yang sama. Umpan balik juga mengarah ke organisasi pemasaran, sehingga pemasar akan mengetahui tanggapan konsumen.

Menurut Kotler (2000:205) dalam proses pembelian, niat beli konsumen berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai ataupun membeli produk tertentu. motif pembelian ini berbeda-beda untuk setiap konsumen.

Konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut-atribut yang diyakininya relevan dengan yang dibutuhkannya.

## **2.7 Hubungan Antar Variabel**

### **2.7.1 Hubungan persepsi Manfaat Dengan Niat Penggunaan Layanan Internet.**

Sebagai pemecahan sistem layanan internet membutuhkan sebuah sistem yang mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Dikatakan mudah jika tidak banyak hambatan bagi individu dalam menggunakan lebih jauh, dapat disampaikan bahwa implikasi dari kemudahan menggunakan adalah memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kredibilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Albert Kriestian N.A.N (2010) memfokuskan perhatian pada pengaruh persepsi manfaat terhadap niat penggunaan teknologi internet. Beberapa penelitian menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada niat penggunaan teknologi oleh Cazier (2007): Simon & Paper (2007). Sikap akan mempengaruhi niat penggunaan teknologi. Sikap memiliki fungsi instrumental yang memungkinkan seseorang untuk memilih teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sikap positif terhadap teknologi penggunaan layanan internet berpengaruh positif terhadap niat penggunaan internet. Menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh pada niat penggunaan teknologi.

### **2.7.2 Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan Dengan Niat Penggunaan Layanan Internet**

Persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat dimana seseorang yakin bahwa penggunaan sebuah sistem relatif tidak memerlukan usaha. Menurut Heijen & Chidambaram (2000). Individu yang merasa bahwa sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan penggunaan akan meningkat, demikian sebaliknya. Persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi sikap atas penggunaan teknologi internet. Sebagai pemecah sistem layanan internet membutuhkan sebuah sistem yang mudah untuk dipelajari dan digunakan. Dikatakan mudah jika tidak banyak hambatan bagi individu dalam menggunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Heijden, (2003) memfokuskan perhatian pada pengaruh orientasi teknologi terhadap sikap dan niat beli. Orientasi teknologi berpengaruh secara kuat dan signifikan terhadap perilaku on line konsumen. Perspektif yang baik akan orientasi teknologi ini akan berdampak pada perilaku beli on line konsumen.

### **2.7.3 Hubungan Kepercayaan Dengan Niat Penggunaan Internet**

Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membentuk pengguna untuk mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan (Mahardika & Basuki, 2011). Kepercayaan adalah sebuah multidimensi yang dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang keilmuan, termasuk psikologi sosial, sosiologi, ekonomi dan marketing. Kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk

menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sartika Sari (2013), faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan internet banking sehingga bank harus membentuk sikap positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan.

## **2.8 Hipotesis**

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> = Persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan internet kartu simPATI.

H<sub>2</sub> = Persepsi kemudahan dalam penggunaa berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan internet kartu simPATI.

H<sub>3</sub> = Kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan internet kartu simPATI.

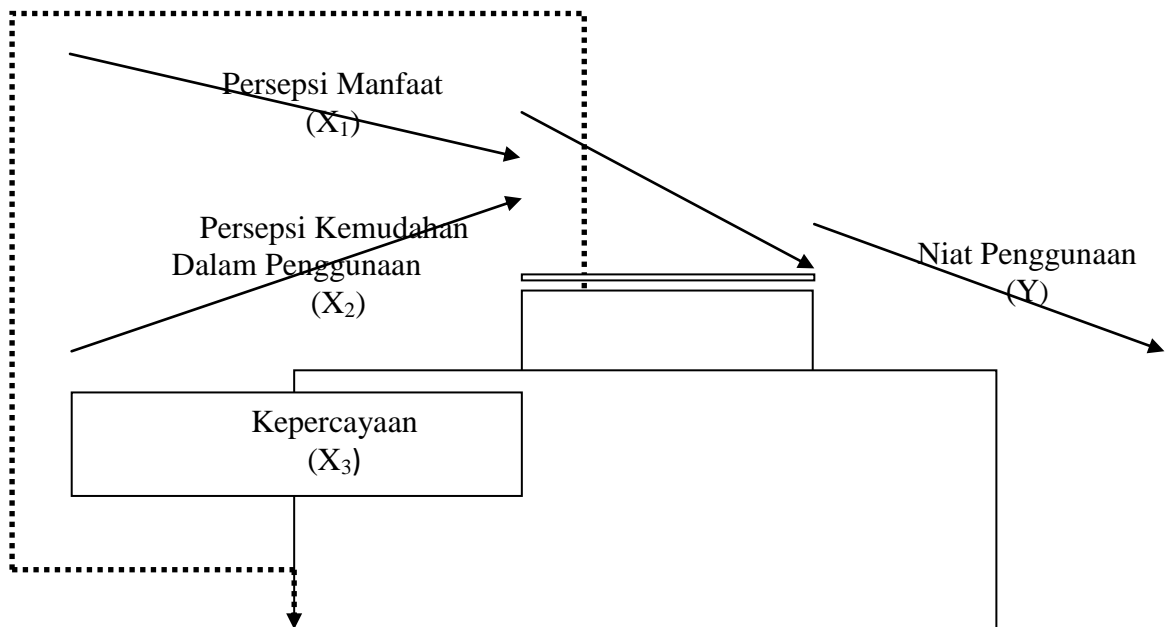
H<sub>4</sub> = Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap niat penggunaan layanan internet kartu simPATI.

## **2.9 Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir disusun untuk menjelaskan variabel-variabel mana yang berkedudukan sebagai variabel bebas (Indenden) dan variabel mana yang berkedudukan sebagai variabel terikat (dependen). Dengan preposisi yang

didasarkan pada studi teoritik dan studi empirik akan diketahui berapa banyak hipotesis yang harus disusun, variabel yang terkandung dalam masing-masing hipotesis dan bagaimana pengaruh antara variabel dalam hal ini variabel bebas dan variabel terikat.

Kerangka berfikir dengan disajikan pada gambar 2.1 berikut ini:



Keterangan :

- ..... = Pengaruh parsial
- .....➔ = Pengaruh bersama-sama / simultan

Gambar 2.2  
Kerangka Berfikir