

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Untuk mendukung materi dalam penelitian ini, maka peneliti telah meringkas hasil penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	(Andrian Septa Yogananda & I Made Bayu Dirgantara, 2017) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik”	Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan Kepercayaan Persepsi Risiko Minat Menggunakan	Populasi: Mahasiswa Universitas Diponegoro Sampel: 120 responden (<i>nonprobability sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: Regresi linier berganda	a. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan b. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan c. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan d. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan
2	(Hendra Prasetya & Scenda Erka Putra, 2020)	Persepsi Kemudahan Persepsi Manfaat	Populasi: Masyarakat Surabaya Sampel: 100 responden	a. Secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dan positif

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya”	Risiko Minat Menggunakan	<i>(purposive sampling)</i> Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: Regresi linier berganda	terhadap minat menggunakan b. Secara parsial persepsi manfaat berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan c. Secara parsial risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan
3	(Anjar Priyono, 2017) “Analisis pengaruh <i>trust</i> dan <i>risk</i> dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay”	<i>Risk</i> <i>Trust</i> <i>Perceived usefullnes</i> <i>intention to use</i>	Populasi: Seluruh pengguna dompet elektronik Sampel: <i>(convenience randomnessampling)</i> Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: <i>Partial Least Squares (PLS)</i>	a. <i>Perceived usefullnes</i> berpengaruh terhadap <i>intention to use</i> b. <i>Risk</i> berpengaruh terhadap <i>intention to use</i> c. <i>Trust</i> berpengaruh terhadap <i>intention to use</i>
4	(Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, Usep Suhud, 2015) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card”	Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Fitur Layanan Kepercayaan Minat Menggunakan	Populasi: Semua pengunjung gerai ritel kosmetik di mal Kota Kasablanka dan ITC Kuningan Sampel: 200 responden <i>(purposive sampling)</i> Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: SPSS 16.0	a. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan b. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan c. Fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan d. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan
5	(Andhika Bayu Pratama & I Dewa Gede	Persepsi Manfaat	Populasi: Mahasiswa Universitas Udayana	a. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Dharma Suputra, 2019) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”	Persepsi Kemudahan Penggunaan Tingkat Kepercayaan Minat Menggunakan	Sampel: 83 responden (<i>Insidental sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: Regresi linier berganda	terhadap minat menggunakan b. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan c. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
6	Wahyuni Nur Syahril & Brady Rikumahu (2019) “Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan <i>E-Money</i> Pada Mahasiswa Universitas Telkom”	Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Risiko Minat Menggunakan	Populasi: Mahasiswa Universitas Telkom Sampel: 380 responden (<i>nonprobability sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Alat Analisis: Analisis deskriptif dan regresi linier berganda	a. Secara parsial maupun simultan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan b. Secara parsial maupun simultan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan c. Secara parsial maupun simultan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
7	Widayat, Ilyas Masudin, Novita Ratna Satiti (2020) “ <i>E-Money Payment: Customers’ Adopting Factors and the Implication for Open Innovation</i> ”	<i>E-Money Attitude</i> <i>Effort Expectancy</i> <i>Social Factors</i> <i>Facilitating Conditions</i> <i>E-Money Behavior</i>	Populasi: Pelanggan remaja di Indonesia Sampel: 160 responden (<i>non probability convenience sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner	a. <i>Social factors, effort expectancy</i> dan <i>facilitation conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>E-Money Attitude</i> b. <i>Social factors, effort expectancy</i> dan <i>attitudes</i> berpengaruh

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			Alat Analisis: <i>Partial Least Squares (PLS)</i>	signifikan terhadap <i>E-Money Behavior</i>

B. Tinjauan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory Planned Behavior (TPB)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang menjelaskan tentang penerimaan seseorang terhadap teknologi. TAM dikembangkan oleh Davis (1989) berdasarkan model *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori TAM memberikan dasar untuk mengetahui faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan teknologi (Davis 1989).

Model *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Easy of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*). Sampai saat ini teori TAM menjadi teori yang sangat relevan untuk memprediksi keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi (Rahmawati & Narsa, 2019).

Menurut Jogiyanto (2007), terdapat lima konstruksi TAM, kelima konstruksi ini adalah:

1) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

Sejauh mana seseorang percaya atau meyakini bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya

2) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Sejauh mana seseorang percaya atau meyakini bahwa menggunakan sebuah teknologi dapat terlepas dari segala upaya

3) Sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)

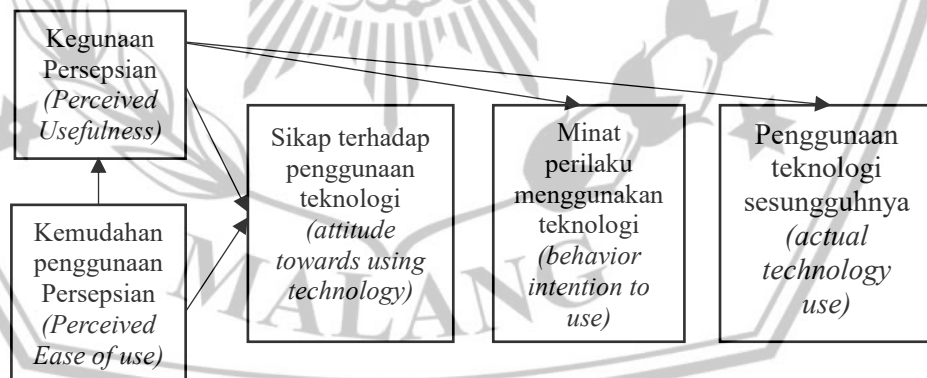
Sikap seseorang terhadap penggunaan sistem untuk menerima atau menolak menggunakan sebuah teknologi dalam pekerjaannya

4) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavior intention to use*)

Sebuah keinginan yang ada di dalam diri seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi

5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

Keadaan nyata dalam menggunakan teknologi. Apabila teknologi yang digunakan dapat memberikan kemudahan dan dapat meningkatkan produktivitas bagi seseorang maka mereka akan merasa puas dan senang.



Gambar 2.1 Model Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber : Davis (1989)

Teori lain yang dapat menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB), teori ini

menjelaskan tentang risiko dan kepercayaan mampu mempengaruhi minat individu atau berkeinginan untuk menggunakan suatu teknologi (Ajzen, 1991). Teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 ini telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi. Salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya untuk menganalisis suatu situasi dimana seseorang tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya (Jogiyanto, 2007).

2. Minat Menggunakan

Menurut Davis (1986), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan sesuatu, namun minat seseorang dapat berubah seiring jalannya waktu (Jogiyanto, 2007). Jika seorang individu menilai adanya kemudahan yang dirasakan dari menggunakan teknologi tersebut, di saat itu akan mendatangkan minat untuk menggunakannya.

Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu diantaranya adalah:

1. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berhubungan dengan jasmani dan rohani
2. Faktor motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan individu berada

3. Faktor emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.

Menurut Jogiyanto (2007), indikator minat menggunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Keinginan untuk menggunakan

Ketertarikan terhadap sistem informasi sehingga muncul rasa penasaran dan rasa ingin menggunakan produk uang elektronik

- 2) Selalu mencoba menggunakan

Usaha yang dilakukan untuk terus menggunakan uang elektronik

- 3) Berlanjut di masa yang akan datang

Suatu keterbiasaan, dan kenyamanan dalam penggunaan uang elektronik sehingga merasa ingin terus menggunakan lebih lama lagi.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan keyakinan individu tentang kemudahan memahami teknologi (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi yang akan memudahkan aktivitasnya (Jogiyanto, 2007). Apabila seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan, dipahami dan dipelajari serta jelas dalam penggunaannya maka orang tersebut akan memutuskan untuk menggunakannya. Namun sebaliknya apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka orang tersebut tidak akan berminat untuk menggunakan teknologi (Prasetya & Putra, 2020).

Menurut Jimenez dkk., (2016), indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) adalah:

- 1) Mudah dipahami, yaitu kondisi dimana kemudahan yang dirasakan bahwa suatu sistem yang baru mudah untuk dipahami
 - 2) Mudah untuk dipelajari, yaitu suatu kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan mudah untuk dipelajari
 - 3) Mudah untuk dioperasikan, yaitu kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan akan mudah dalam pengoperasiannya.
4. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan penilaian seseorang tentang produk yang akan digunakan dapat menguntungkan atau tidak. Saat mempercayai sesuatu, perasaan takut dan curiga yang dirasakan seseorang akan berkurang (Jogiyanto, 2007). Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila saling mempercayai.

Kepercayaan menjelaskan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan, yaitu:

- 1) Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku
- 2) Kepercayaan normatif (*normative beliefs*), yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi tersebut

- 3) Kepercayaan kontrol (*control beliefs*), yaitu kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut.

Menurut Priyono (2017) terdapat 3 indikator mengenai kepercayaan (*trust*), yaitu:

- 1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik dari penyedia usaha

- 2) Kebaikan hati (*benevolence*)

Kebaikan hati mengacu pada kemauan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan kedua belah pihak

- 3) Integritas (*integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku dalam menjalankan usahanya, apakah informasi yang diberikan kepada pengguna benar dan sesuai dengan fakta atau tidak

5. Risiko

Risiko adalah kemungkinan yang tidak pasti atau tidak diinginkan dari menggunakan suatu produk atau layanan (Featherman & Pavlou, 2002). Risiko adalah perkiraan subjektif seseorang untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan Fintech. Risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya:

- 1) Risiko Psikologi, suatu perasaan, emosi yang dirasakan bagi setiap individu karena membeli atau menggunakan suatu produk
- 2) Risiko kinerja (*functional risk*), individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai yang mereka harapkan
- 3) Risiko fisik (*physical risk*), dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya
- 4) Risiko keuangan (*financial risk*), individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk
- 5) Risiko sosial, risiko yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.

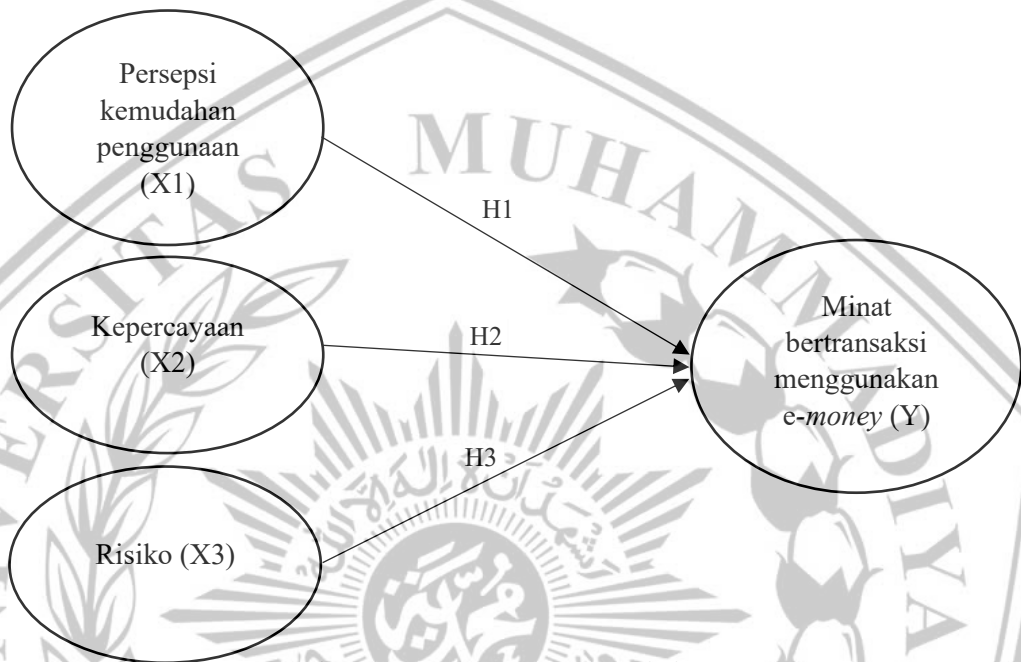
Menurut Pavlou (2003) indikator yang digunakan untuk mengukur risiko sebagai berikut:

- 1) Adanya risiko tertentu, mengetahui informasi-informasi terkait risiko atau kerugian yang akan didapat pada saat menggunakan produk atau layanan
- 2) Mengalami kerugian, kesalahan yang mungkin terjadi pada saat menggunakan produk atau layanan yang dapat merugikan pengguna
- 3) Pemikiran bahwa berisiko, berpikir tentang kemungkinan yang akan terjadi sebagai konsekuensi negatif dari penggunaan sebuah produk atau layanan.

C. Kerangka Pikir

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel terikat yang

digunakan dalam penelitian ini adalah minat bertransaksi menggunakan *e-money* (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan (X1), Kepercayaan (X2) dan Risiko (X3). Adapun kerangka pikir yang digunakan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada penelitian. Berdasarkan dari kerangka pemikiran diatas, dapat ditarik hipotesis sementara yaitu:

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

Pada penelitian Pratama & Suputra (2019) yang membahas tentang minat menggunakan uang elektronik dengan variabel independen persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan

penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian Prasetya & Putra (2020) yang membahas minat penggunaan *e-money* dengan persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

Pada penelitian Wibowo dkk (2015) yang membahas tentang minat menggunakan *e-money card* dengan kepercayaan sebagai variabel dependen menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money card*. Penelitian Yogananda & Dirgantara (2017) yang membahas tentang minat menggunakan instrumen uang elektronik dengan variabel kepercayaan menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2 : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

3. Pengaruh risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

Pada penelitian Syahril & Rikumahu (2019) dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam analisis minat perilaku penggunaan *e-money* menunjukkan hasil bahwa risiko berpengaruh terhadap minat

perilaku penggunaan *e-money*. Penelitian Priyono (2017) yang membahas tentang minat menggunakan dompet elektronik dengan variabel risiko menunjukkan hasil bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet elektronik. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3 : Risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*

