

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Falah (2021) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Kembali shopeepay, 2) Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Kembali shopeepay, 3) Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Kembali shopeepay.

Pitura et al., (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet ShopeePay Di Kalangan Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). Hasil penelitian menemukan bahwa 1) Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e- wallet* shopeepay, 2) Persepsi keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay, 3) secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay.

Djaja et al., (2022) dalam penelitian “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar” Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kemudahan transaksi menggunakan kode QR secara positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan shopeepay, 2) Keamanan transaksi

menggunakan kode QR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna shopeepay,3) Kemudahan transaksi dan keamanan transaksi menggunakan QR memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna shopeepay.

Brahmanta & Wardhani (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay di Surabaya”. Menunjukkan hasil 1) Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali Shopeepay, 2) Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali Shopeepay, 3) Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali Shopeepay.

Umah & Siswahyudianto (2022) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018.”.menunjukkan hasil bahwa 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan dompet digital, 2) Kemudahan positif tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan dompet digital, 3) Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan penggunaan dompet digital, 4) Secara simultan Promosi, Kemudahan dan Kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan dompet digital.

Hayati et al., (2022) dalam penelitian “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Penggunaannya di Kota Padang”. Menunjukkan hasil bahwa 1) Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan secara individual terhadap minat penggunaan layanan *fintech*, 2) Kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap minat penggunaan layanan *fintech*,³) Secara simultan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech*.

Prena & Dewi (2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopeepay, 2) Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopeepay, 3) Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopeepay 4) Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopeepay, 5) Secara simultan kemudahan penggunaan, gaya hidup, persepsi keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopeepay.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Falah (2021) menyatakan bahwa minat menggunakan kembali shopeepay dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Pitura et al. (2022) dimana menyebutkan bahwa Keputusan penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Djaja et al. (2022) menyebutkan bahwa kepuasan pengguna shopeepay dipengaruhi oleh kemudahan dan keamanan transaksi. Dan penelitian Hidayat et al. (2022) yang menyatakan bahwa minat penggunaan *fintech* dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Prena & Dewi (2023) menyebutkan bahwa minat penggunaan shopeepay dipengaruhi oleh kemudahan

penggunaan, gaya hidup, persepsi keamanan dan kepercayaan.

Sedangkan terdapat perbedaan hasil menurut penelitian Umah & Siswahyudianto (2022) yang menyebutkan bahwa promosi dan kegunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital shopeepay, namun tidak terdapat pengaruh pada kemudahan terhadap keputusan penggunaan dompet digital shopeepay.

B. Konsep Teori

1. Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Hall (2011) *Accounting Information System* menggambarkan sistem informasi akuntansi (SIA) sebagai kombinasi komprehensif dari berbagai komponen yang saling berinteraksi. Sistem ini terdiri dari manusia, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan prosedur yang secara kolektif bekerja untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data akuntansi.

Hall (2011) menekankan bahwa tujuan utama SIA adalah untuk menyediakan informasi yang berguna dan dapat digunakan dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dengan adanya sistem yang terintegrasi ini, sistem informasi akuntansi dapat menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu, yang sangat penting untuk perencanaan strategis, pengendalian operasional, serta pengambilan keputusan manajerial. Menurut penelitian DeLone & McLean (1992), sistem yang dianggap mudah digunakan dan memberikan kepuasan kenapa pengguna akan meningkatkan penerimaan dan keberlanjutan penggunaan sistem tersebut.

2. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (SIAP) adalah bagian dari Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang secara spesifik dibuat untuk mengurus proses penjualan di suatu perusahaan. Fungsinya adalah untuk mencatat, mengatur, dan

melaporkan transaksi penjualan guna meningkatkan efisiensi operasional dan ketepatan data keuangan.

Bagian-bagian Utama SIAP:

1. Input: Data yang dimasukkan ke dalam sistem seperti pesanan penjualan, faktur, dan info pelanggan.
2. Proses: Tahapan pengolahan data seperti verifikasi pesanan, pembaruan stok, dan pembuatan laporan penjualan.
3. Output: Informasi yang dihasilkan sistem seperti laporan penjualan, laporan piutang, dan laporan keuangan lainnya.
4. Database: Tempat penyimpanan data transaksi penjualan yang terstruktur dan terintegrasi.
5. Kontrol Internal: Prosedur untuk memastikan pencatatan transaksi sesuai kebijakan dan untuk mencegah kecurangan.

Fungsi dan Manfaat SIAP:

1. Pencatatan Otomatis: Mengurangi kesalahan manusia dalam pencatatan penjualan.
2. Pengelolaan Stok: Membantu mengatur stok dengan mencatat setiap penjualan dan memperbarui stok secara real-time.
3. Laporan Real-time: Memberikan laporan penjualan langsung untuk pengambilan keputusan manajemen.
4. Peningkatan Efisiensi: Otomatisasi proses administratif membebaskan waktu karyawan untuk tugas strategis.

5. Kontrol yang Lebih Baik: Memudahkan pengawasan dan audit transaksi penjualan.

3. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu teori yang menjelaskan merinci tentang bagaimana seseorang menerima teknologi. Dikembangkan oleh Davis, (1989) berdasarkan model *Theory Reasoned Action (TRA)*. Teori TAM memberikan landasan untuk memahami dampak faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap maupun tujuan penggunaan teknologi (Davis, 1989).

Model TAM digunakan untuk menganalisis atau mengevaluasi persepsi pengguna terhadap kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi yaitu *Perceived Easy of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)*. Sampai saat ini teori TAM masih menjadi teori yang sangat relevan untuk memprediksi atau menganalisis keinginan seseorang dalam penggunaan teknologi (Rahmawati et al., 2019). Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan dan memproyeksikan cara pengguna menerima suatu informasi, teori TAM juga menguraikan hubungan sebab-akibat antara keyakinan terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan suatu sistem informasi dengan perilaku, tujuan, atau kebutuhan serta penggunaan sebenarnya oleh pengguna sistem informasi tersebut (Valentiana, 2023). Dalam teori TAM terdapat dua variabel utama yang menjelaskan faktor keperilakuan pengguna diantara yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

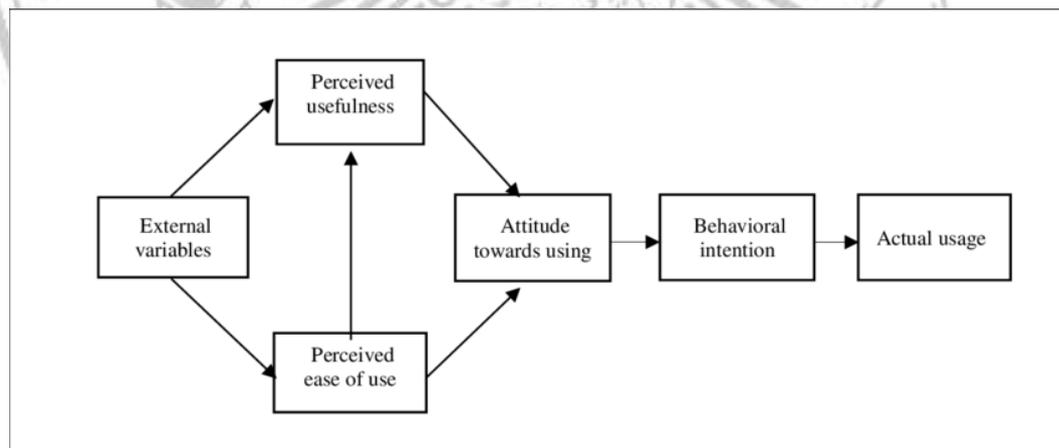
Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan didefinisikan sejauh mana seseorang meyakini bahwa mereka dapat dengan mudah menggunakan suatu sistem tanpa memerlukan usaha keras dan menghindari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan para

penggunaannya. Davis (1989) menyatakan indikator pada variabel kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil serta mudah digunakan.

2. Kemanfaatan (*Usefulness*)

Menurut Davis (1989) kemanfaatan dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana seorang pengguna yakin bahwa menggunakan suatu sistem informasi tertentu akan meningkatkan hasil kerjanya. Hal ini mencerminkan manfaat sistem dari perspektif pengguna dalam berbagai aspek. Menurut Davis (1989) indikator untuk mengukur variabel kemanfaatan adalah percepatan pekerjaan, peningkatan kinerja, peningkatan produktivitas, efektivitas, mempermudah dalam pekerjaan dan keyakinan terhadap manfaat.

Davis (1989) menggunakan lima konstruk dari teori TAM yaitu: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using Technology*, *Behavioral Intention to Use*, *Actual Technology Use*.



Gambar 2 1 Model Technology Acceptance (TAM)

Sumber: Davis (1989)

1. *Perceived Ease of Use*: persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah

teknologi didefinisikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah.

2. *Perceived Usefulness*: didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat bagi pengguna
3. *Attitude Toward Using*: diartikan sebagai sikap individu terhadap penggunaan suatu teknologi, yang mencakup penerimaan atau penolakan terhadap teknologi tersebut dalam konteks pekerjaan
4. *Behavioral Intention to Use*: menggambarkan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi, tingkat penggunaan teknologi individu dapat diprediksi dari sikap mereka terhadap teknologi.
5. *Actual System Use*: merujuk pada kondisi nyata penggunaan sistem. Konsep ini diukur melalui pengamatan terhadap frekuensi dan intensitas penggunaan suatu teknologi.

4. Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang signifikan, atau dengan kata lain, sistem tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan tingkat pemahaman dan keberlanjutan yang tinggi, serta kemudahan operasional bagi pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi upaya yang diperlukan seseorang, baik dari segi waktu maupun tenaga, dalam mempelajari dan menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan Kademaunga et al. (2019) persepsi kemudahan penggunaan mencakup tingkat keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha berlebihan. Persepsi ini memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja

individu, karena pengguna yang menggunakan alat yang mudah digunakan dapat menyelesaikan tugas-tugas lain dengan usaha yang lebih sedikit (Kademaunga et al., 2019).

Adapun indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan oleh Davis (1989) adalah :

1. Mudah dipelajari (*Easy to Learn*) : Sistem informasi yang digunakan mudah untuk dipelajari cara pengoperasiannya.
2. Mudah untuk dikontrol (*Controllable*) : Sistem informasi yang digunakan dapat dengan mudah dikontrol sesuai keinginan pengguna
3. Jelas dan mudah dipahami (*Clear & Understandable*) : Sistem informasi yang digunakan jelas dan mudah dipahami oleh pengguna.
4. Fleksibel (*Flexible*) : Sistem informasi yang digunakan fleksibel untuk transaksi keuangan oleh pengguna.
5. Mudah menjadi terampil (*Easy to Become Skillful*) : Penggunaan sistem informasi yang menjadikan terampil atau mahir bagi pengguna.
6. Mudah digunakan (*Easy to Use*) : Sistem informasi mudah untuk digunakan oleh pengguna

5. Kemanfaatan

Menurut Davis (1989) persepsi kemanfaatan adalah keyakinan mengenai manfaat, yaitu tingkatan di mana pengguna meyakini bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu sistem informasi akan meningkatkan efisiensi kerjanya. Dari definisi tersebut, terlihat bahwa persepsi kemanfaatan melibatkan kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan, dan jika seseorang merasa bahwa suatu sistem informasi kurang bermanfaat, maka kemungkinan besar ia tidak akan menggunakannya.

Gefen et al. dalam Priyono, (2017) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan mencerminkan penilaian subyektif terhadap manfaat yang diberikan oleh aplikasi untuk mempermudah akses ke layanan yang diinginkan. Evaluasi positif terhadap faktor persepsi kemanfaatan dianggap sebagai pendorong minat pengguna untuk mengadopsi teknologi tersebut. Apabila seseorang yakin bahwa suatu sistem memberikan manfaat atau berguna, maka mereka cenderung menggunakan sistem tersebut. Konsep manfaat dari sistem mencakup produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, relevansi terhadap pekerjaan, dan manfaatkeseluruhan (I.Febrilia et al., 2020).

Adapun indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemanfaatan oleh Davis (1989) adalah:

7. Mempercepat Pekerjaan (*Work More Quickly*) : Sistem informasi menjadikan pekerjaan yang dilakukan oleh pengguna dapat dikerjakan lebih cepat.
8. Meningkatkan Kinerja Pekerjaan (*Job Performance*) : Sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaan pengguna.
9. Meningkatkan Produktivitas (*Increase Productivity*) : Sistem informasi dimanapun dan kapanpun dapat meningkatkan produktivitas pengguna.
10. Efektivitas (*Effectiveness*) : Penggunaan sistem informasi dapat meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan.
11. Mempermudah Pekerjaan (*Makes Job Easier*) : Sistem informasi memberikan kemudahan dalam pekerjaan sehingga lebih efisien.
12. Bermanfaat (*Useful*) : Sistem informasi dapat memberikan kebermanfaatan yang mendukung pekerjaan.

6. Keamanan

Keamanan juga diartikan sebagai keyakinan subjektif seseorang terhadap kerahasiaan bahwasanya informasi yang bersifat pribadi tidak akan dipalsukan atau diketahui. Dalam lingkup yang lebih luas, penilaian keamanan mencakup antisipasi individu terkait dengan keabsahan data, otoritas, dan ketidakmungkinan penolakan (Pavlou, 2001) menjadi tantangan khusus dalam mengembangkan sistem pembayaran elektronik untuk mendorong penggunaan e-money (Widyastuti et al., 2017).

Menurut penelitian Aprilia dalam Pitura et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi keamanan yang terlihat adalah suatu penegasan yang mencerminkan sejauh mana individu dijelaskan sebagai keyakinan pembeli bahwa informasi pribadi mereka tidak boleh diakses oleh pihak lain selain mereka sendiri, karena data mereka disimpan dengan aman dan tidak dapat diakses oleh pihak lain. Oleh karena itu, mereka dapat memiliki keyakinan untuk menggunakan perbaikan yang menawarkan tingkat keamanan tertentu.

Keamanan pengguna juga memiliki peran yang signifikan, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Afghani & Yulianti (2017) dalam penelitian tersebut, keamanan diartikan sebagai suatu bentuk perlindungan dimana seseorang merasa terjaga dari potensi ancaman terhadap aset informasi. Ketika Tindakan kejahatan terjadi, hal ini berdampak pada tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan e-wallet.

7. Minat penggunaan berulang

Minat untuk menggunakan kembali adalah kondisi dimana seseorang sebelumnya telah merespons stimulus dari produk yang dilihatnya, sehingga muncul dorongan atau keinginan dalam dirinya untuk menggunakan kembali produk tersebut (Atriani et al., 2020).

Menurut Wibowo dalam Istiarni & Hadiprajitno, (2014) minat penggunaan

berulang merujuk pada kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan suatu teknologi. Sedangkan Menurut Bhattacharjee (2000) minat menggunakan kembali diukur melalui dua indikator, yaitu keinginan untuk menggunakan dan kecenderungan untuk tetap menggunakan dimasa depan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan berulang pada suatu teknologi salah satunya yaitu kemudahan penggunaan (Santoso & Edwin Zusrony, 2020). Hal ini selaras dengan penelitian Santi & Erdani (2021) mengungkapkan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi menjadi faktor yang dipertimbangkan seseorang dalam menggunakan kembali teknologi tersebut di masa depan.

Penelitian yang dilakukan Maghfira (2018) mengatakan bahwa salah satu faktor kunci dalam mempertimbangkan minat penggunaan berulang adalah persepsi kemanfaatan. Serta penelitian Alif & Pratama (2021) menyatakan bahwa keamanan merupakan faktor penting dalam penggunaan e-wallet secara berulang.

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Berulang Pada ShopeePAY

Menurut Venkatesh et al. (2003) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat kemudahan penggunaan memiliki dampak terhadap adopsi teknologi informasi, jika pengguna merasakan bahwa teknologi informasi mudah digunakan, hal ini menimbulkan perasaan bahwa sistem tersebut mempunyai kegunaan dan rasa yang nyaman ketika digunakan. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* menurut Davis (1989) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan akan mempengaruhi keyakinan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prena & Dewi (2023) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan

terhadap minat menggunakan shopeepay, apabila kemudahan penggunaan memiliki peningkatan maka mengakibatkan minat berulang dalam menggunakan shopeepay juga semakin meningkatkan pula.

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan berulang shopeepay

2. Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Berulang Pada Shopeepay

Davis (1989) persepsi kemanfaatan yaitu keyakinan akan suatu manfaat dan tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Gefen et al. dalam Priyono (2017) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan mencerminkan penilaian subjektif terhadap manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi untuk mempermudah layanan yang diinginkan. Dengan kata lain, persepsi kemanfaatan secara sederhana adalah keyakinan pengguna sistem informasi tentang manfaat yang dapat dirasakan secara langsung oleh pengguna. Selaras dengan teori *Technology Acceptance Model* menurut Davis (1989) yang menyatakan bahwa kemanfaatan melibatkan kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan, jika seseorang merasa bahwa suatu sistem teknologi kurang bermanfaat, maka cenderung tidak ada menggunakannya.

Dalam penelitian yang dilakukan Brahmanta & Wardhani (2021) menjelaskan terkait pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan ulang shopeepay di Surabaya dengan variabel kebermanfaatam memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Hayati et al. (2022) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Financial Technology*. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila persepsi kemanfaatan pada e-wallet meningkat, maka meningkat pula penggunaan layanan pembayaran secara non tunai.

H2: Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Berulang Pada

Shopeepay

3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Berulang Pada Shopeepay

Keamanan menurut Simanjuntak et al. (2019) adalah keyakinan seorang individu terhadap suatu sistem pembayaran elektronik yang bisa memperlihatkan tingkat privasi serta keamanan pada saat melakukan pembayaran secara elektronik. Pada penelitian Djaja et al. (2023) yang menjelaskan terkait pengaruh keamanan transaksi terhadap minat kepuasan pengguna Shopeepay dengan variabel independen keamanan menyatakan hasil bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopeepay. Dan penelitian terdahulu yang dilakukan Pitura et al. (2022) menyebutkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet Shopeepay apabila perusahaan penyedia e-wallet memudahkan dalam mengatur keamanan maka keputusan dalam penggunaan e-wallet juga akan meningkat.

H3: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan berulang Shopeepay

D. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa kerangka berpikir adalah suatu model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berinteraksi dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.

Salah satu teori yang berpengaruh dalam menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi adalah teori TAM.

Dalam model ini, dua konstruk utamanya adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan, dengan variabel tambahan yaitu keamanan. Hong et.al (2002) yang menyoroti kelemahan teori TAM menemukan bahwa dalam mengadopsi teknologi, TAM tidak sepenuhnya memperhatikan faktor keamanan

yang penting bagi pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sebuah teknologi menawarkan manfaat yang signifikan, pengguna cenderung skeptis terhadap teknologi yang dianggap tidak aman. Sehingga, hal ini menjadi alasan peneliti untuk menguji dengan menambahkan variabel keamanan dalam penelitian ini.

Dengan dasar ini, peneliti merumuskan kerangka pemikiran dan hipotesis, termasuk bahwa e-wallet mencerminkan kemajuan teknologi dengan memindahkan konsep uang dari dompet fisik ke bentuk digital yang disimpan pada bank.

Kemudahan Pengguna (*Easy of Use*) menurut Moore & Benbasat dalam Venkatesh et. al. (2003) merupakan tingkat dimana suatu pengguna menganggap sulitnya menggunakan suatu inovasi atau sistem, kemudahan pengguna dapat mempengaruhi tingkat intensitas penggunaan suatu sistem atau teknologi baru.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran yang penting bagi para pengguna e-wallet, jika pengguna percaya bahwa e-wallet sulit untuk digunakan terutama untuk generasi muda yang cenderung menginginkan kemudahan, maka minat terhadap e-wallet dapat menurun. Sebaliknya, Ketika e-wallet dianggap mudah digunakan maka minat penggunaan e-wallet dapat meningkat Rodiah (2020). Hasil penelitian Yogananda & Dirgantara (2017) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan uang elektronik sebagai sarana pembayaran transaksi. Temuan sejalan dengan penelitian (B. R. A. Febrilia et al., 2020) yang menyatakan bahwa jika seseorang merasa aplikasinya mudah dioperasikan, kemungkinan besar dia akan kembali menggunakan aplikasi tersebut.

Keyakinan pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan e-wallet dapat memotivasi peningkatan minat untuk menggunakan e-wallet. Maghfira

(2018) menyatakan bahwa sebelum membuat keputusan, seseorang mempertimbangkan manfaat produk atau layanan yang memberikan keuntungan dan manfaat untuk meningkatkan efektivitas kinerja mereka. Jogiyanto (2007)

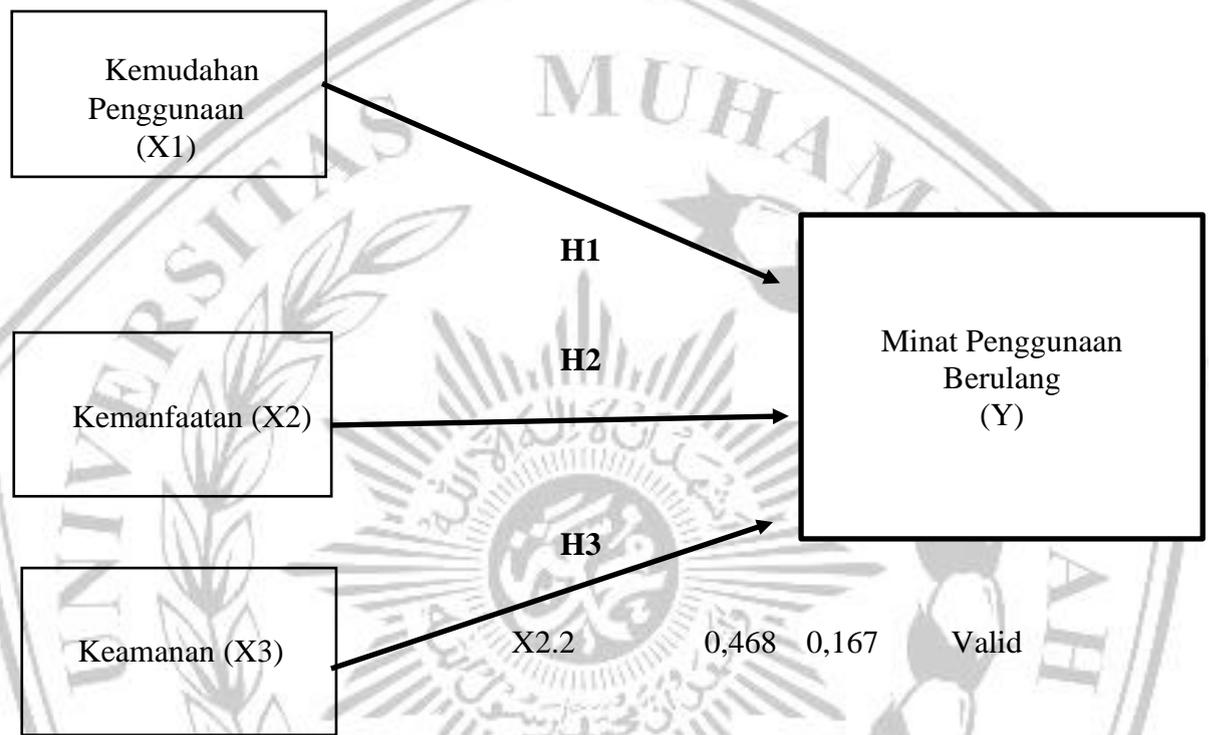
Menemukan bahwa persepsi kemanfaatan adalah faktor utama yang mempengaruhi minat pengguna terhadap penggunaan sistem dengan kata lain jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi bermanfaat, maka akan lebih cenderung menggunakannya. Oleh karena itu, persepsi kemanfaatan yang tinggi dapat memicu minat yang tinggi dalam penggunaan berulang pada e-wallet.

Keamanan menurut Desmayanti dalam Rusli et al. (2015) keamanan merujuk pada manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan mencegah, mengatasi dan melindungi berbagai sistem informasi dari risiko tindakan ilegal seperti penggunaan tanpa izin, penyusupan, dan perusakan terhadap informasi yang dimilikinya.

Keamanan juga merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam menarik pengguna untuk terus menggunakan e-wallet. Pentingnya kesadaran akan pemahaman keamanan oleh pengguna e-wallet tentang keamanan informasi demi menjaga data privasi dan meminimalisir tindakan kejahatan yang akan terjadi (Batmetan et al., 2018)

Salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam menggunakan e-wallet kepercayaan yang didasari akan keamanan. Pengguna akan menggunakan dompet elektronik, jika dalam penggunaannya pengguna yakin tidak perlu merasa khawatir akan terjadinya masalah terkait keamanan atau kehilangan (Padiya & Bantwa, 2018). Pengguna akan semakin terdorong untuk terus menggunakan e-wallet karena keamanan yang terjamin dalam aplikasi tersebut (Hermawan & Paramita, 2020). Artinya semakin tinggi tingkat keamanan dalam penyedia layanan e-wallet maka semakin tinggi minat menggunakannya.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, gambaran menyeluruh terkait penelitian ini menyangkut pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan dan keamanan terhadap minat penggunaan berulang pada shopeepay dapat disederhanakan dalam kerangka berpikir sebagai berikut :



Keterangan:

H1:Kemudahan Penggunaan Memiliki Hubungan Positif dan Signifikan TerhadapMinat Penggunaan Berulang

H2:Kemanfaatan Memiliki Hubungan Positif dan Signifikan Terhadap MinatPenggunaan Berulang

H3:Keamanan Memiliki Hubungan Positif dan Signifikan Terhadap MinatPenggunaan Berulang