

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Sehingga penelitian dapat mengumpulkan teori-teori yang berguna dalam mengkaji penelitian. Dalam melakukan penelitian peneliti menggunakan penelitian terdahulu. Berikut penelitian terdahulu yang peneliti gunakan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
(Utami et al., 2023) Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) <i>Mobile</i>	Variabel Dependen Minat Penggunaan <i>Menggunakan BSI Mobile</i> Variabel Independen X1. Persepsi Risiko X2. Kepercayaan X3. Keamanan	Populasi : Nasabah BSI Solo Raya Sampel : 100 responden (<i>non-probability sampling</i>) Teknik pengumpulan data : Kuisisioner Teknik analisis : regresi linear berganda pada SPSS 23.	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa variabel Persepsi Risiko dan Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat menggunakan BSI <i>Mobile</i> , sementara variabel Keamanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan BSI <i>Mobile</i> .
(Kholid & Soemarso, 2018) Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang	Variabel Dependen Minat Menggunakan E-Banking Variabel Independen X1. Keamanan X2. Kemudahan penggunaan X3. Kepercayaan X4. Manfaat Variable Dependen Y. Minat	Populasi : nasabah Bank BNI Syariah KCP Magelang Sampel : 150 responden (<i>Accidental Sampling dan Purposive Sampling</i>) Teknik pengumpulan data : Kuisisioner Teknik analisis : regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 25.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kegunaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan E banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang.

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
(Rodiah, 2020) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang	<p>Variabel Dependen Minat Menggunakan E-Wallet</p> <p>Variabel Independen X1. Kemudahan X2. Kemanfaatan X3. Risiko X4. Kepercayaan</p>	<p>Populasi : generasi milenial pengguna e-wallet di Kota Semarang Sampel : 160 responden (<i>incidental sampling</i>) Teknik pengumpulan data : kuisisioner dan wawancara Teknik analisis : Analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-wallet. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet.</p>
(Rozi & Ziyad, 2019) Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN	<p>Variabel Dependen Minat Penggunaan <i>Layanan Mobile Banking Bank BTN</i></p> <p>Variabel Independen X1. Kepercayaan X2. Persepsi Kegunaan X3. Persepsi Kemudahan X4. Persepsi Kenyamanan</p>	<p>Populasi : Nasabah Bank BTN KC Banjarmasin Sampel : 100 responden (<i>purposive sampling</i>) Teknik pengumpulan data : Kuisisioner Teknik Analisis : regresi linear berganda.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan dan kenyamanan berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BTN.</p>

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
(Wahyuningsih, 2019) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening	Variabel Independen X1. Persepsi Kemudahan X2. Kemanfaatan X3. Risiko Variabel Dependen Minat Variabel Intervening Kepercayaan	Populasi : nasabah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta Sampel : 156 responden (<i>nonprobability sampling</i>) Teknik pengumpulan data : Kuisisioner Teknik Analisis Data: uji asumsi klasik, uji statistik dan uji menggunakan path analysis. Data diolah dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistic 23.	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di bank BNI Syariah, variabel kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. Variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.
(Cahyaningtyas, 2022) Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, Dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking	Variabel Independen X1.Kepercayaan X2.Keamanan X3.Risiko X4. <i>Lifestyle</i> Variabel Dependen Minat	Sampel : mahasiswa S1 Universitas kota Surakarta Sampel : 100 responden Teknik pengumpulan data : Kuisisioner (<i>purposive sampling</i>) Teknik Analisis Data: Regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat menggunakan E-banking, sedangkan keamanan dan risiko berpengaruh. tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan E-banking.

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
(Agustino, 2021) Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin	Variabel Independen X1. Promosi X2. Persepsi Kemudahan X3. Persepsi Manfaat Variabel Mediasi Kepercayaan Variabel Dependen Minat	Populasi : Masyarakat pengguna e-wallet. Sampel : 100 responden (<i>purposive sampling</i>) Teknik pengumpulan data : kuesioner melalui google form. Teknik analisis data : SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) dengan aplikasi AMOS 24 dan Uji Sobel.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Kepercayaan mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan e-wallet.
(Jamiah et al., 2022) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet Gopay Di Kota Madiun)	Variabel Independen X1. Persepsi Kemudahan X2. Keamanan Variabel Intervening Kepercayaan Variabel Dependen Minat Pengguna	Populasi : masyarakat di Kota Madiun. Sampel : 384 sampel. Teknik pengumpulan data : kuisisioner Teknik analisis data : uji asumsi klasik, path analisis uji t, uji sobel, dan koefisien determinasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan E-Wallet GoPay. (2) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan E-Wallet GoPay . (3) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>Menggunakan E-Wallet GoPay. (4) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay. (5) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay. (6) Kepercayaan dapat memediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay. (7) Kepercayaan dapat memediasi keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay</p>
<p>(Pratama & Suputra, 2019) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik</p>	<p>Variabel Independen X1. Persepsi Manfaat X2. Persepsi Kemudahan Penggunaan X2. Tingkat Kepercayaan</p> <p>Variabel Dependen Minat Menggunakan</p>	<p>Populasi: Mahasiswa Universitas Udayana Sampel: 83 responden (<i>Insidental sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis: Regresi linier berganda dengan bantuan <i>Statistical Product and Service Solutions (SPSS)</i></p>	<p>Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan menggunakan. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.</p>
<p>(Natalia & Tesniwati, 2021)</p>	<p>Variabel independent :</p>	<p>Populasi: nasabah Bank</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p>

Penulis, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
The effect of perception of trust, perception of ease of use, perception of benefits, perception of risk and perception of service quality on interest in using mobile banking bank independent in bekasi city	X1. perception of trust X2. perception of ease of use X3. perception of benefits X3. perception of risk X4. perception of service quality Variabel Dependen interest	mandiri di kota Bekasi Sampel: 100 responden Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis: Regresi linier berganda dengan bantuan <i>Statistical Product and Service Solutions (SPSS)</i>	secara parsial maupun simultan persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking bank Mandiri kota bekasi.
(Permatasari & Kartawinata, 2021) The Effect of Perceived Ease, Benefit, and Security on Interest in Using Ovo Fintech Application in Indonesia	Variabel independent : X1. Perceived Ease X2. perception of benefit X3. perception security Variabel Dependen interest	Populasi: masyarakat yang menggunakan aplikasi OVO Sampel: 400 responden (<i>purposive sampling</i>) Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis: analisis jalur, analisis data menggunakan software SmartPLS versi 3.1.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan

Berdasarkan table 2.1 diatas maka ditemukan beberapa persamaan serta perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini. Persamaan yang ditemukan adalah persamaan variabel terikat yaitu minat menggunakan dalam meneliti pokok permasalahan. Perbedaan penelitian disini terdapat pada objek yang diteliti serta beberapa variabel bebas yang digunakan. Penelitian ini menggunakan variabel bebas persepsi keamanan dan kemudahan serta variabel mediasi yaitu kepercayaan. Persamaan serta perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat mempengaruhi hasil dari penelitian.

B. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini menyampaikan beberapa sumber mengenai variabel yang diteliti. Variabel tersebut akan digunakan acuan sebagai penelitian ini, berikut landasan teori yang digunakan pada penelitian ini :

1. Teori TAM

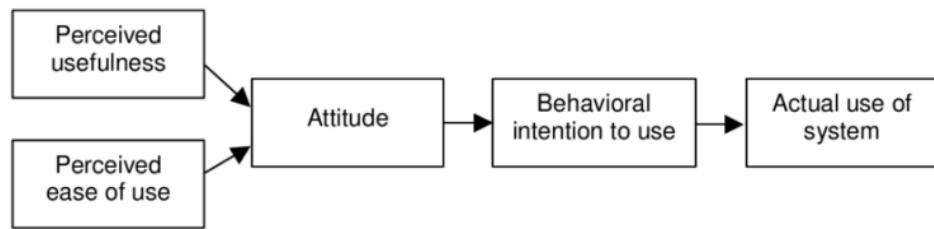
a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

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.

Dua komponen penting dalam model dasar TAM memprediksi niat perilaku untuk menggunakan: manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (Aldammagh, 2021). TAM dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, sehingga organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, TAM dapat digunakan untuk memastikan bahwa perangkat lunak dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan dapat membantu pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka (Wicaksono, 2022).

b. Model TAM

Model TAM, atau *Technology Acceptance Model*, adalah kerangka kerja yang digunakan dalam bidang psikologi dan manajemen untuk memahami perilaku pengguna terhadap teknologi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis dan telah mengalami berbagai modifikasi dan pengembangan sejak itu. Berikut model TAM yang digunakan :



Sumber : Davis (1989)

Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*

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*)

Definisi dari 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). Definisi lain dikemukakan oleh Agustina et al. (2018) Persepsi Kemudahan Penggunaan sebagai petunjuk suatu sistem yang dibuat dimaksudkan bukan untuk membuat pengguna merasakan kesulitan namun untuk mempermudah seseorang dalam pekerjaannya, artinya suatu system dibuat agar pekerjaan yang dilakukan menjadi lebih mudah dibandingkan dengan tidak menggunakan system.

Menurut Dirgantara (2017) indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) adalah:

- a) Mudah dipahami, yaitu kondisi dimana kemudahan yang dirasakan bahwa suatu sistem yang baru mudah untuk dipahami.

- b) Mudah untuk dipelajari, yaitu suatu kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan mudah untuk dipelajari.
 - c) Mudah untuk dioperasikan, yaitu kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan akan mudah dalam pengoperasiannya.
- 3) Sikap menggunakan teknologi (*Attitude Towards Using Technology*)
Sikap seseorang terhadap penggunaan sistem untuk menerima atau menolak menggunakan sebuah teknologi dalam pekerjaannya.
- 4) Niat 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.

2. **Mobile Banking**

a. **Pengertian Mobile Banking**

Penggunaan *mobile banking* sudah merupakan hal yang biasa saja bagi generasi milenial yang mendominasi populasi penduduk. Transaksi keuangan yang melibatkan nilai nominal dalam jumlah kecil maupun besar dapat dilakukan nasabah dengan lebih mudah, cepat, dan murah, di mana saja, dan kapan pun (Akyuwen, 2020)

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya (Luna, 2020).

Indikator penggunaan mobile banking menurut Davis (1989) adalah :

1. Aplikasi mudah digunakan
2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja

3. Murah
4. Aman
5. Dapat diandalkan (*reliable*)

Bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara online terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu keunggulan dari mobile banking adalah keamanan user-id yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh mobile banking tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberikan layanan yang sejenis.

Menurut Budiardjo dan Aprillovi, (2009) secara umum kriteria teknologi informasi yang mendukung mobile banking system adalah sebagai berikut:

1. Multi Platform : system dapat dijalankan pada berbagai *platform hardware/software* yang tersedia dipasaran.
2. Customize : system di design secara spesifik sesuai kebutuhan perusahaan.
3. *Web Based Application*: kemudahan akses dari berbagai tempat dibelahan dunia
4. *Easy To Use*: kemudahan bagi end user dalam menggunakan system.
5. *Low Total Cost Of Ownership*: menyediakan sistem yang membutuhkan minimal support IT staff dan mampu bekerja dengan *eksisting client communication infrastructure*.
6. *Support The Evolution Of Businees*: mampu mengantisipasi perkembangan bisnis yang menuntut kemudahan mengaplikasikan kebutuhan bisnis tersebut kedalam sistem (eksisting sistem).

b. Faktor-faktor Penggunaan *Mobile Banking*

Davis merumuskan 2 dua variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan (Tirtana dan Sari, 2014). Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan

penggunaan dapat menjelaskan suatu perilaku para pengguna untuk menggunakan sistem termasuk mobile banking, sehingga dapat dikatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan mobile Banking adalah manfaat dan kemudahan penggunaan, dan terdapat faktor lain yang belum diketahui.

Bank menyediakan layanan mobile banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media dalam melakukan transaksi perbankan secara online kecuali untuk transaksi setoran dan penarikan uang tunai. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama terdapat menu transaksi.

Sikap dari seorang nasabah didalam penggunaan suatu sistem informasi akan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu sistem tersebut. Apabila nasabah tidak mau menggunakan suatu sistem baru, maka sistem tersebut tidak akan memberikan manfaat bagi pihak bank. Begitupun sebaliknya, apabila nasabah mau menggunakan suatu sistem baru maka nasabah pun akan bersedia melakukan berbagai perubahan dalam praktik dan juga menggunakan waktu serta usahanya untuk memulai menggunakan suatu sistem informasi tersebut.

3. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Kusuma (2009), seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut. 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.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Abror (1989) faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat 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.

c. Indikator Minat

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

- 1) Keinginan untuk menggunakan ketertarikan terhadap system 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.

4. Persepsi Keamanan

a. Pengertian Persepsi Keamanan

Keamanan dalam informasi diartikan sebagai penjagaan informasi dari seluruh ancaman yang mungkin terjadi dalam upaya untuk memastikan atau menjamin kelangsungan bisnis, meminimalisir resiko bisnis dan memaksimalkan atau mempercepat pengembalian investasi dan peluang bisnis (Sarno & Iffano, 2009)

b. Indikator persepsi keamanan

Flavia'n & Guanali'u (2006) dalam penelitiannya membagi Persepsi keamanan ke beberapa indikator sebagai berikut:

- 1) Terjamin kamanan data dalam bertransaksi
- 2) Mengenal identitas pemberi layanan saat suatu informasi tersebut digunakan
- 3) Data aman dan tidak dimanipulasi oleh hacker
- 4) Terjamin kerahasiaan data dalam bertransaksi
- 5) Adanya perlindungan data pengguna
- 6) Hanya mengumpulkan data yang diperlukan
- 7) Memperoleh informasi dengan persetujuan penggunaan

5. Kepercayaan Nasabah

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap pihak lain yang melakukan suatu hubungan dan percaya bahwa pihak tersebut dapat memenuhi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Definisi lain yang dikemukakan oleh Jogiyanto, (2007) 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. Seseorang akan merasa percaya jika apa yang dijanjikan sesuai dengan apa yang diharapkannya.

b. Indikator kepercayaan

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*)

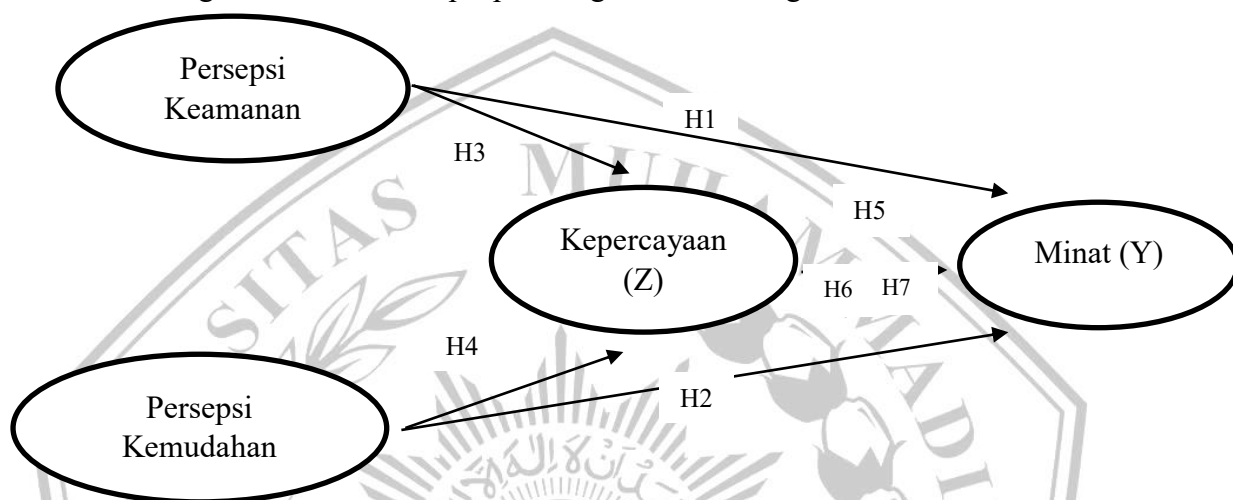
Kebaikan hati mengacu pada kemauan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3) Integritas (*integrity*)

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

C. Kerangka Berpikir

Kerangka konsep penelitian merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan variabel yang diteliti oleh penulis. Di mana dalam teori TAM, persepsi kemudahan dan keamanan berkontribusi secara langsung terhadap minat pengguna, sementara variabel kepercayaan adalah salah satu faktor eksternal pada perluasan TAM yang diprediksi akan berpengaruh pada variabel TAM. Berdasarkan uraian di atas, maka hubungan antar variabel dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual, maka susunan hipotesisi dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan

Keamanan merupakan sebuah perlindungan dari ancaman yang dapat menciptakan kondisi, keadaan, atau kejadian yang menimbulkan penyalahgunaan data, penipuan, modifikasi data (Efendi & Rahmiati, 2020). Keamanan dalam suatu teknologi dengan terjaminnya privasi informasi dan pemahaman teknologi untuk pengguna akan menjadikan pengguna percaya untuk menggunakan

teknologi dan bertransaksi. Keamanan informasi dapat diidentifikasi sebagai perlindungan informasi yang dapat meminimalisir resiko dari berbagai ancaman. Keamanan dapat terwujud dengan adanya pemahaman pengguna terkait teknologi, menerapkan prosedur yang sesuai dengan kebijakan serta berfungsi untuk memberikan keamanan dari pengguna (Irawan & Affan, 2020). Hal tersebut setara dengan temuan penelitian dari Utami et al., (2023) dengan jelas menyampaikan bahwa keamanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile. Sementara perolehan riset berbeda dari Cahyaningtyas & Witono, (2022) yang menunjukkan keamanan tidak mempengaruhi minat penggunaan layanan *mobile banking*.

H1 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan

Persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, sedangkan penelitian Dewi et al. (2018) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan BSM *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Payakumbuh, dan selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kholid & Soemarso (2018) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking* pada PT Bank BNI syariah KCP Mangelang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Natalia & Tesniwati (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan penelitian Hadi & Novi, (2015) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak signifikan mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Hal ini berarti mudah tidaknya sistem *mobile banking* tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Kepercayaan

Keamanan merupakan suatu upaya untuk memberikan rasa aman dan percaya diri kepada nasabah ataupun calon nasabah untuk menyimpan uangnya di bank (Emila, 2022). Faktor yang paling penting untuk mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan *Mobile Banking* adalah kepercayaan, sehingga keamanan yang dapat dirasakan nasabah menjadi faktor utama yang mempengaruhi nasabah dalam memakai layanan berbasis *Mobile Banking* tentunya dengan rasa keamanan yang tinggi (Mukhtisar et al., 2021). Semakin baik persepsi seorang nasabah mengenai keamanan datanya maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaannya, sebaliknya semakin buruk persepsi keamanannya maka semakin rendah pula tingkat kepercayaannya terhadap e-banking. Penelitian ini didukung oleh penelitian Fatikasari (2018) mengatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen online. Penelitian yang lain juga telah berhasil memberikan dukungan empiris. Hasil penelitian Wardani & Fahlefi (2022) membuktikan bahwa persepsi keamanan dapat berkaitan langsung dan berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

H3 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan

Menurut Jogiyanto (2008) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputro & Sukirno (2013) menghasilkan pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan minat menggunakan Internet Banking. Hasil temuan ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2019) yang meneliti hipotesis tersebut yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini juga mendukung penelitian dari Faradila & Soesanto (2016) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tentang adanya kemudahan yang di rasakan oleh konsumen akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.

H4 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan

5. Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan

Menurut Aditya Widjana (2011), kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.

Menurut Rozi & Ziyad (2019), bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022), bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natalia & Tesniwati (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka konsumen akan merasa nyaman dan tertarik menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya dikutip dalam Pratama & Suputra, (2019) membuktikan bahwa tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

H5 : Kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan

6. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Brimo Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Menurut Hadi (2015) keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan perusahaan untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi online, risiko hilangnya kerahasiaan merupakan

faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Sudah banyak survei yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara online (Maharsi & Fenny, 2006). Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Syaefullah, (2013) yang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan *Internet banking*. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa keamanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jamiah et al. (2022) pengaruh kepercayaan sebagai variabel mediasi antara keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan kepercayaan sebagai variabel mediasi berpengaruh positif antara keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

H6 : Kepercayaan dapat memediasi persepsi keamanan terhadap minat menggunakan BRIMO

7. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Brimo Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Kepercayaan melibatkan kesediaan dari diri pengguna dalam meyakinkan diri sendiri bahwa *mobile banking* akan menghasilkan sebuah kepuasan yang ia harapkan (Susilowati, 2018). Nasabah percaya bila memanfaatkan layanan *mobile banking* nasabah tidak mengalami kesulitan apapun, bahkan akan merasa dipermudah dalam menyelesaikan pekerjaannya (Agustina et al., 2018). Kemudahan merupakan suatu tingkatan dimana seorang pengguna *mobile banking* merasa terbebas atau mudah dalam menggunakan *mobile banking* menurut (Rahmadian et al., 2019). Minat timbul setelah adanya keinginan didalam diri pengguna untuk menggunakan *mobile banking*, keinginan tersebut akan timbul apabila pengguna mempercayai menggunakan *mobile banking* akan menjadikan dirinya lebih mudah kapan pun dan dimanapun (Solihin, 2020). Menurut Lalu Agustino (2021) bahwa kepercayaan mampu memediasi secara pengaruh persepsi

kemudahan positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Selanjutnya menurut Nurzanita & Marlana (2020) dan Sawitri (2023), bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh antara persepsi kemudahan dengan minat penggunaan.

H7 : Kepercayaan dapat memediasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan BRIMO

