

BAB II

TEORI PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian/Judul Jurnal/Penerbit	Metodologi Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Peneliti: Fatma Nasir</p> <p>Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sanjanayata Tamansiswa</p> <p>Penerbit: JURNAL INVESTASI</p>	<p>Jumlah Sempel: 110 Responden</p> <p>Lokasi Penelitian: Universitas Sanjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta</p> <p>Alat Analisis: Uji asumsi klasik dan uji hipotesis</p>	<p>Variable Independent: Persepsi Kemudahan Efektivitas Risiko</p> <p>Variable Dependen: Minat Bertransaksi dengan OVO</p>	<p>Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. efektifitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO., risiko berpengaruh signifikan negative terhadap minat bertransaksi OVO.</p>

2.	<p>Peneliti: Sallika MarraRizki Darista, Mujilan</p> <p>Judul: Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO Sebagai Alat Pembayaran E-Money.</p>	<p>Judul Sampel: 100 Responden</p> <p>Lokasi Penelitian: Mediun</p> <p>Alat Analisis: Uji asumsi klasik</p>	<p>Variabel independen: Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (x2), Persepsi Kepercayaan (X3), Persepsi Risiko (X4).</p> <p>Variabel Dependen: Minat Penggunaan Aplikasi E-Money OVO(Y)</p>	<p>Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran E-money. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran E-Money.</p>
3.	<p>Peneliti: Reyner Ditya Susanto, Raynald Tjandinegara, Vido Iskandar, Endo Wijayakartika</p> <p>Judul : <i>Technology Acceptance Model (TAM) Analysis Of The Use Of OVO Application In F&B Service Industry In Indonesia</i></p>	<p>Jumlah Sampel: 487 Responden</p> <p>Alat Analisis: Analisis asumsi klasik, Hipotesis</p>	<p>Variabel Independen: <i>Perceived Ease Of used (PEOU)</i>, <i>Perceived Usefulness (PU)</i>, <i>User Attitude (ATT)</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>User Intentions (BI)</i></p>	<p>1. Persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif.</p> <p>2. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna.</p>

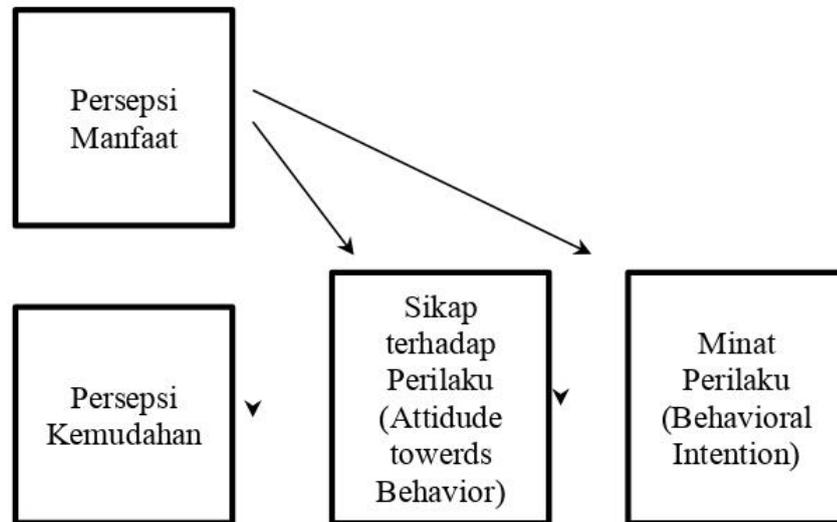
Sumber: diolah peneliti, 2022

B. Teori dan Kajian Pustaka

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Davis (1986) memperkenalkan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang berpendapat bahwa sikap pribadi individu terhadap penggunaan sistem informasi mempengaruhi niat mereka untuk berperilaku (Wildan, 2019). TAM mengidentifikasi dua faktor utama, yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan, yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh semua konsumen (Lee, Kozar dan Larsen, 2016). TAM lebih menekankan sikap subyektif pengguna dan perilaku penggunaan produk teknologi baru, mengabaikan karakteristik produk dan faktor sosial (Yuen et.al, 2020).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang menyangkut penggunaan sistem teknologi informasi dan menawarkan kerangka kerja untuk memprediksi penerimaan pengguna dari sistem tersebut (Davis, 1989 dalam Farizi dan Syaefullah, 2013). Model tersebut menunjukkan bahwa minat individu memainkan peran penting dalam penerapan sistem (Jogiyanto, 2007:111). Jika suatu sistem bermanfaat dan ramah pengguna, maka individu akan mengembangkan minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada akhirnya, faktor-faktor ini akan menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya, yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, sikap pengguna dan minat pengguna. Lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:



Gambar 2.1 *Theory Acceptance Model (Davis et al:1986)*

2. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan dimana individu memiliki keyakinan terhadap pemanfaatan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya (Khoiriyah et.al, 2023). Rahmatsyah (2021) mencirikan manfaat yang dirasakan sebagai potensi pengguna pribadi menggunakan aplikasi tertentu untuk merampingkan proses kerja mereka. Performa yang tidak rumit ini dapat menghasilkan hasil yang lebih menguntungkan yang diperoleh dengan lebih efisien dan dengan kepuasan yang lebih besar dibandingkan jika produk teknologi baru tidak digunakan. Di sisi lain, Loanata & Tileng (2016) menjelaskan kegunaan yang dirasakan sebagai tolok ukur individu dalam mempercayai suatu penggunaan sistem tertentu dapat memberikan kegunaan sistem informasi, adopsi, dan perilaku pengguna.

Menurut (Davis, 1989; Hamid et al, 2015), konsep persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap pemanfaatan suatu teknologi yang akan meningkatkan kinerja. Khususnya terkait dengan sistem informasi pembayaran, dimana pengguna menginginkan suatu sistem informasi pembayaran mudah digunakan agar mereka terhindar dari kerumitan dan pekerjaan berat (Fatmawati, 2015). Persepsi kemudahan yang dirasakan dapat mengklarifikasi alasan di balik keputusan pengguna untuk menggunakan sistem, dan juga dapat menentukan tingkat penerimaan sistem kepada pengguna. Adapun Indikator Persepsi Manfaat menurut Alviansah & Kraugusteeliana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Sistem pembayaran memudahkan transaksi
- b. Sistem pembayaran menambah kualitas dalam pembayaran
- c. Sistem pembayaran mempercepat dalam bertransaksi
- d. Sistem pembayaran memberikan keuntungan untuk pengguna

3. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Menurut Jogiyanto (2009), persepsi kemudahan penggunaan dicirikan sebagai keyakinan individu bahwa memanfaatkan suatu teknologi tidak akan menghambat pekerjaannya. Jika seseorang memegang keyakinan bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka lebih cenderung menggunakannya, begitu pula sebaliknya. Rogers, seperti dikutip dalam Phan et al. (2019), menguraikan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai sejauh mana suatu

inovasi dianggap mudah untuk dipahami, dipahami, dan dimanipulasi.

Lebih lanjut, Jogiyanto dalam Danurdoro dan Wulandari (2016) menjelaskan bahwa norma subyektif adalah persepsi atau keyakinan yang dianut oleh individu mengenai orang lain yang pada akhirnya mempengaruhi niat mereka untuk melakukan atau menahan diri dari perilaku tertentu. Sementara itu menurut Fishbein dan Ajzen dalam Bhatiasevi dan Yoopetch (2015), norma subyektif yang diperiksa dalam penelitian mereka mencakup rekomendasi dari individu yang signifikan (seperti anggota keluarga, teman dekat, rekan kerja atau atasan), serta penilaian manfaat yang terkait dengan perilaku oleh orang-orang penting. Adapun indikator persepsi kemudahan menurut Alviansah dan Kraugusteeliana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Sistem pembayaran mudah untuk digunakan
- b. Sistem pembayaran mudah untuk dipelajari
- c. Sistem pembayaran mudah digunakan pada semua layanan
- d. Sistem pembayaran mudah digunakan pada *Outlet* yang sudah bekerjasama dengan aplikasi tersebut

4. Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Menurut Aakers dan Myers (1997), minat pengguna terhadap sesuatu ditentukan oleh apakah mereka menyukai atau tidak menyukai produk tersebut yang kemudian disebut sebagai sikap pengguna, yaitu evaluasi yang dilakukan oleh pengguna mengenai minat mereka dalam menggunakan teknologi (Davis, 1989). Evaluasi ini bisa positif atau negatif, dan dapat memengaruhi apakah seseorang akan terus menggunakan teknologi atau mencari opsi alternatif. Sikap positif

mendorong penggunaan berulang, sedangkan sikap negatif dapat mengarah pada pencarian teknologi alternatif. Adapun indikator sikap penggunaan menurut Maheswari dan Siregar (2021) adalah sebagai berikut.

- a. Percaya bahwa meningkatkan kinerja
- b. Percaya akan keamanan bertransaksi menggunakan aplikasi
- c. Percaya akan validitas aplikasi
- d. Percaya bahwa aplikasi memberikan kenyamanan

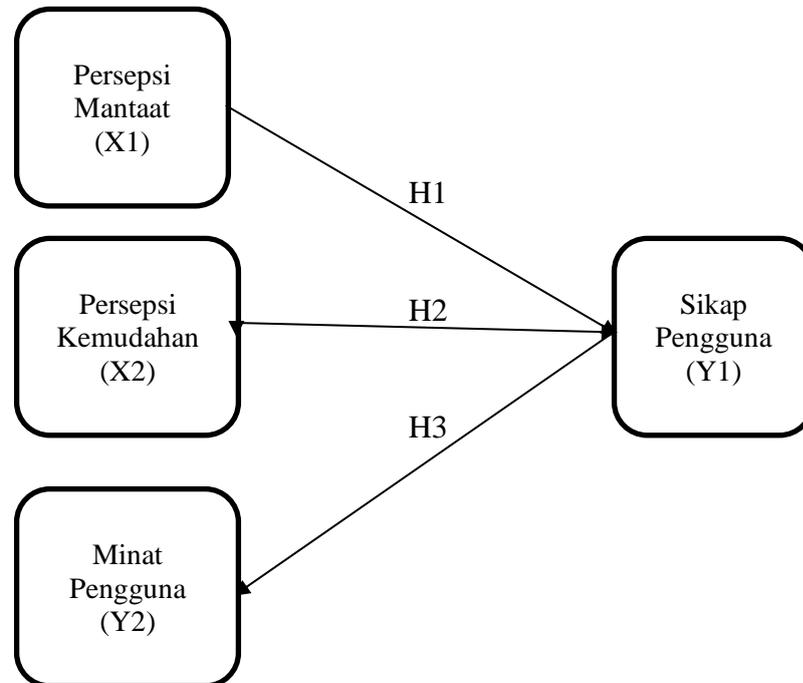
5. Minat Pengguna (*Intention To Use*)

Fishbein dan Ajzan sebagaimana dikutip dalam Purnomo dan Haryanto (2011), mendefinisikan niat untuk menggunakan atau minat pengguna sebagai kemampuan individu untuk memanfaatkan sesuatu. Menurut Loanata dan Tileng (2016), minat pengguna mengacu pada kecenderungan individu untuk memanfaatkan teknologi. Sementara itu, Ismail (2016) mencirikan niat untuk menggunakan sebagai kapasitas pengguna untuk membuat atau mendukung keputusan yang mereka inginkan. Dalam konteks TAM, minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi ditentukan oleh sikap optimis mereka terhadapnya, serta persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan dan keuntungan yang ditawarkannya kepada mereka (Nguyen et al., 2019). Adapun indikator minat pengguna menurut Alviansah dan Kraugusteeliana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Lebih suka menggunakan pembayaran melalui digital *payment*
- b. Termotivasi untuk tetap menggunakan digital *payment*
- c. Lebih sering menggunakan pembayaran melalui digital *payment* daripada *cash*.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Pengguna OVO

Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem akan berguna maka dia akan menggunakannya. Namun apabila seseorang percaya bahwa sistem tidak akan berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pengguna pernah dilakukan oleh Arsita (2015), dan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara

positif dan signifikan terhadap sikap pengguna sistem informasi. Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap Pengguna OVO di kota Samarinda.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Pengguna OVO

Konstruk persepsi kemudahan juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Persepsi kemudahan akan mengurangi usaha baik dari segi waktu maupun tenaga seseorang didalam mempelajari sebuah teknologi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa bantuan teknologi. Pengguna teknologi mempercayai bahwa karakteristik persepsi kemudahan adalah sistem yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya. Hasil penelitian Arisman (2017) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Berdasarkan uraian- uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H2: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap Pengguna OVO di kota Samarinda.

3. Sikap Pengguna terhadap Minat Pengguna OVO

Sikap pengguna sesuatu menurut Aakers dan Myers (1997) adalah sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap penggunaan dalam suatu produk. digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang dalam menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Sikap terhadap penggunaan teknologi sikap pengguna, didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi (Davis, 1989). Perasaan positif dan negatif tersebut akan mendorong sikap seseorang untuk melakukan tindakan menggunakan teknologi tersebut sehingga orang tersebut akan mengulangi penggunaan teknologi tersebut, sedangkan di sisi lain ada perasaan negatif yang akan muncul dengan menggunakan teknologi tersebut, perasaan tersebut akan mendorong pengguna untuk menemukan teknologi alternatif. Hasil penelitian Susanto et al (2021) menunjukkan bahwa persepsi sikap perilaku pengguna berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat pengguna dapat diterima. Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H3: Sikap Pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna OVO.