

BAB II

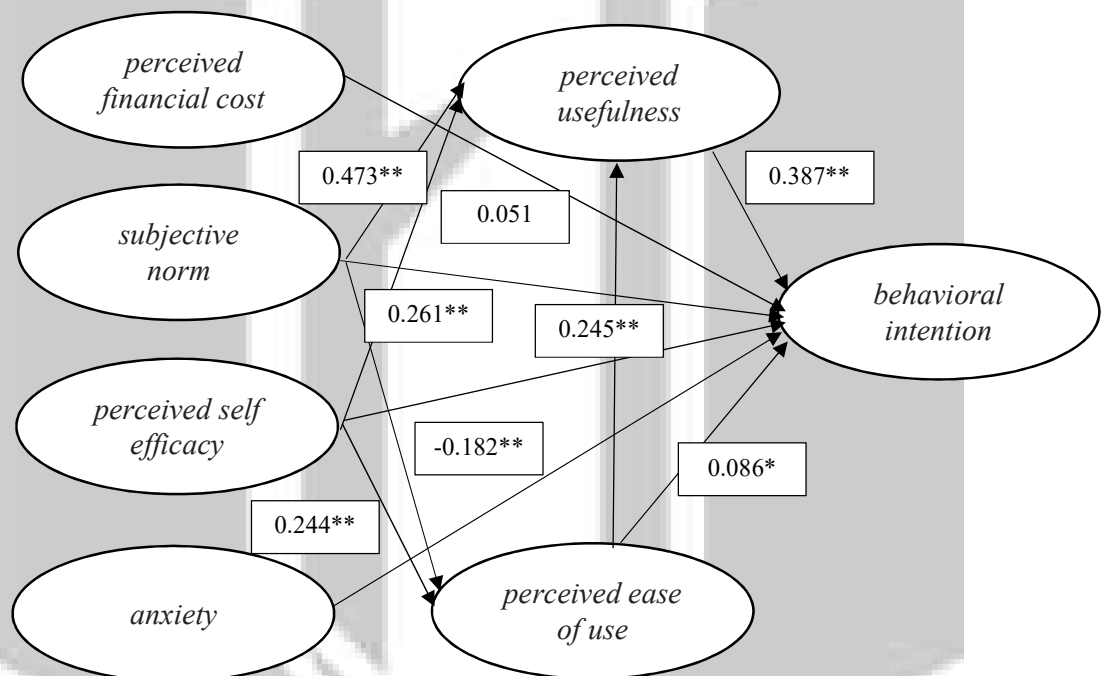
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Penelitian Nguyen dan John (2018) “*Consumer Intention and Credit Card Adoption in Vietnam*”

Penelitian dari Nguyen & John (2018) dengan judul *consumer intention and credit card adoption in Vietnam*. Penelitian ini bertujuan meneliti tentang niat konsumen dan adopsi kartu kredit di masa transisi perekonomian Asia Tenggara. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu kredit di Vietnam sedangkan sampelnya adalah pengguna kartu kredit di Vietnam yang menggunakan kartu kredit lebih dari dua tahun. Teknik sampling yang digunakan teknik *purposive sampling* serta analisis yang digunakan adalah SEM Amos *path analysis*. Hasil penelitian bahwa model persamaan struktural dikembangkan untuk mengidentifikasi faktor adopsi teknologi yang berpengaruh. Transisi perekonomian Vietnam, niat konsumen untuk mengadopsi kartu kredit dipengaruhi oleh “*Perceived usefulness*” (PU),” “Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU),” “norma subjektif (SN),” “keyakinan diri yang dirasakan (PSE)” dan “Kecemasan”. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *perceived financial cost*, *subjective norm*, *perceived self efficacy* dan *anxiety* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *income level* dan *education level*. Variabel *intervening* penelitian terdahulu yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, sedangkan pada

penelitian sekarang yakni *perceived financial cost* dan *perceived self efficacy*. Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan *path analysis* Sem Amos sedangkan pada penelitian sekarang yakni *path analysis* Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh pengguna kartu kredit di Vietnam dengan sampel pengguna kartu kredit di atas dua tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



Sumber : Nguyen & John (2018)

Gambar 2.1

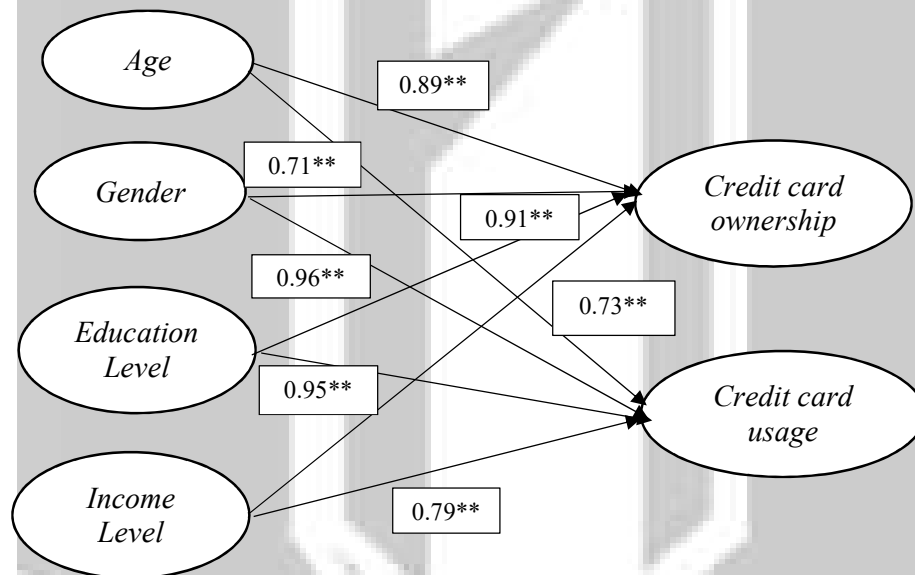
Model Penelitian Nguyen & John (2018)

** = berpengaruh signifikan

2.1.2 Penelitian Zandi, Shaheed dan Ong (2018) “*The Effect of Demographic Variabels and Ownership on Credit Card Market in Malaysia*”

Penelitian Zandi, Shaheed dan Ong (2018) yang berjudul *The Effect of Demographic Variabels and Ownership on Credit Card Market in Malaysia* Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan kerangka kerja bagi penyedia kartu kredit untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik sebagai bisnis yang terkait dengan transaksi kredit dengan memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap pengaruh arus variabel demografi individu terhadap kepemilikan dan penggunaan kartu kredit di Malaysia. Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik dan pengguna kartu kredit di Malaysia dengan sampel penelitian pemilik dan pengguna kartu kredit di Malaysia batasan usia minimal 20 tahun dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah membahas tentang pengaruh signifikan variabel demografi dan kepemilikan terhadap penggunaan kartu kredit di Malaysia. Dampak dari empat variabel demografis utama adalah usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan pada kepemilikan dan penggunaan kredit kartu kredit di antara pemegang kartu kredit di Malaysia. Sedangkan tingkat pendapatan memiliki hubungan yang paling kuat diantara lainnya variabel demografis, itu harus dipertimbangkan oleh penyedia kartu kredit bukan hanya kepemilikan kartu kredit serta variabel demografis saat mengembangkan strategi pasar, khususnya di Malaysia. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah

age, gender, education level dan income level sedangkan pada penelitian sekarang yakni *income level dan education level*. Variabel dependen yakni *credit card ownership dan credit card usage* dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention to own credit card*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS regresi linear berganda *path analysis* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *path analysis Sem PLS*. Populasi seluruh pengguna kartu kredit di Malaysia dengan sampel pengguna dan pemilik kartu kredit dengan usia minimal 20 tahun. Populasi penelitian seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



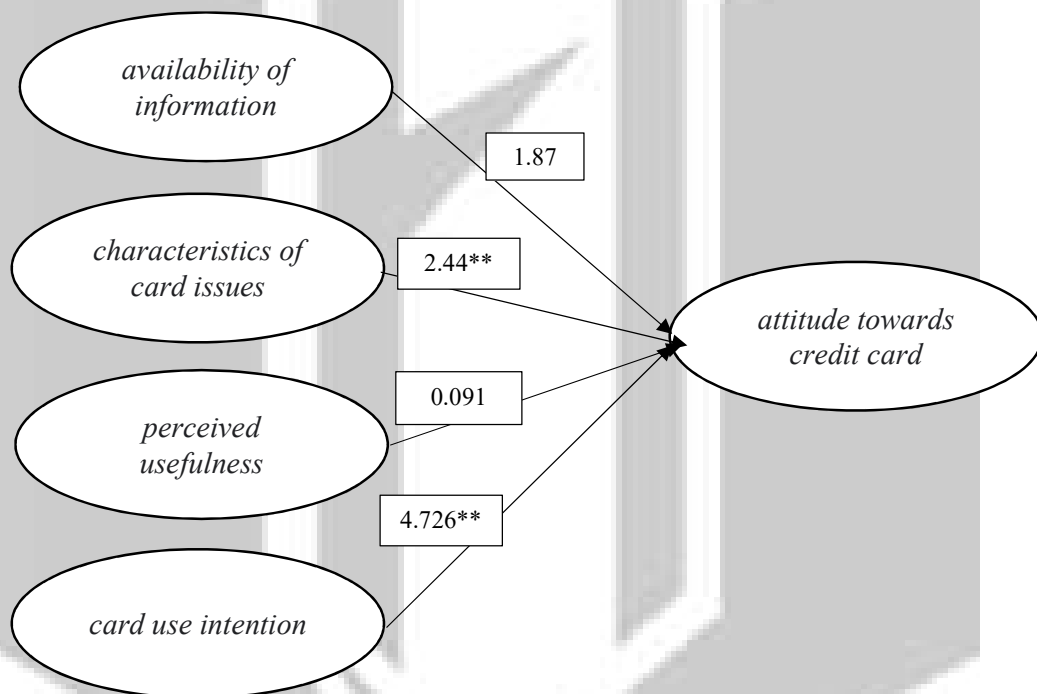
Sumber : Zandi, Shaheed dan Ong (2018)

Gambar 2.2
Model Penelitian Zandi, Shaheed dan Ong (2018)
 ** = berpengaruh signifikan

2.1.3 Penelitian Warsame dan Yousif (2020) “*Determinants Of Customers’ Attitude Towards Credit Card Usage In Kenya*”

Penelitian Warsame dan Yousif (2020) yang berjudul *Determinants Of Customers’ Attitude Towards Credit Card Usage in Kenya*. Penelitian ini bertujuan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pelanggan terhadap pemanfaatan kartu kredit di kalangan akademisi di University Of Nairobi, Kenya. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna dan pemilik kartu kredit di kalangan akademisi Universitas Nairobi, Kenya. Sampel pada penelitian ini pengguna dan pemilik kartu kredit di kalangan akademisi Universitas Nairobi, Kenya yang menggunakan kartu kredit minimal satu tahun dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yakni regresi linear berganda dengan hasil penelitian, sebagian besar variabel yang berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan kartu kredit adalah niat menggunakan kartu diikuti oleh kegunaan yang dirasakan dan ketersediaan informasi. Variabel yang paling berpengaruh adalah menjelaskan 47,4% variasi sikap terhadap penggunaan kartu kredit dan penyesuaiannya. R² juga menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian yang baik: 52,5% variasi sikap terhadap kartu kredit penggunaan dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperkirakan. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *perceived financial cost*, *subjective norm*, *perceived self efficacy* dan *anxiety* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *availability of information*, *characteristics of card issues*, *perceived usefulness* dan *card use*

intention. Variabel dependen pada penelitian terdahulu yakni *attitude towards credit card* dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh pengguna kartu kredit Universitas Nairobi, Kenya dengan sampel pengguna kartu kredit di atas satu tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



Sumber : Warsame dan Yousif (2020)

Gambar 2.3

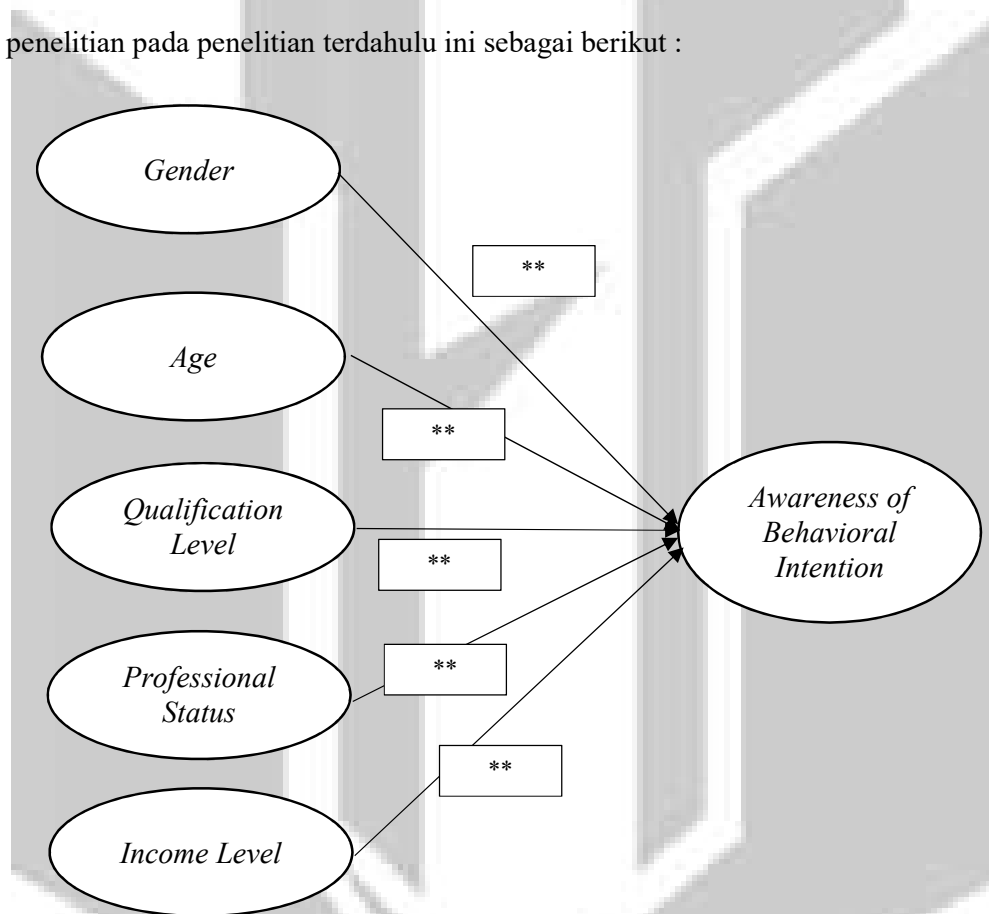
Model Penelitian Warsame dan Yousif (2020)

** = berpengaruh signifikan

2.1.4 Penelitian Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021) “*Awareness and Adoption Of Blockchain: Customer’s Intention to Use Bitcoin in Pakistan*”

Penelitian Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021) yang berjudul *Awareness and Adoption Of Blockchain: Customer’s Intention to Use Bitcoin in Pakistan*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kesadaran, penggunaan kepemilikan dan adopsi Bitcoin di Pakistan. Populasi pada penelitian ini yakni pengguna Bitcoin di Pakistan dengan sampel pengguna Bitcoin di Pakistan dengan usia di atas 17 tahun berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis *crosstab chi square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan 67% orang Pakistan mengetahui Bitcoin. Jenis kelamin laki-laki lebih sadar dibandingkan dengan perempuan. Di sisi lain, statistik menunjukkan bahwa 84,3% jenis kelamin laki-laki melaporkan kepemilikan bitcoin sementara hanya 15,7% wanita yang melaporkan kepemilikan Bitcoin. Selain itu, 66,5% dari responden lebih memilih menggunakan kartu kredit untuk melakukan pembelian secara online. Mereka memilih untuk tidak menggunakan bitcoin. Studi memberikan beberapa saran untuk membawa perbaikan dalam penyelidikan masa depan tentang digital mata uang. Studi ini bertujuan untuk berkontribusi dengan memberikan temuan empiris dan ekonomis awal yang menggambarkan pengetahuan dan pemahaman konsumen Pakistan tentang Bitcoin dan mata uang virtual lainnya. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *demography*

factors sedangkan pada penelitian sekarang yakni *income level* dan *education level*. Variabel dependen yakni *awareness of behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS. Populasi seluruh pengguna Bitcon di Pakistan dengan sampel pengguna di atas usia 20 tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



Sumber : Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021)

Gambar 2.4

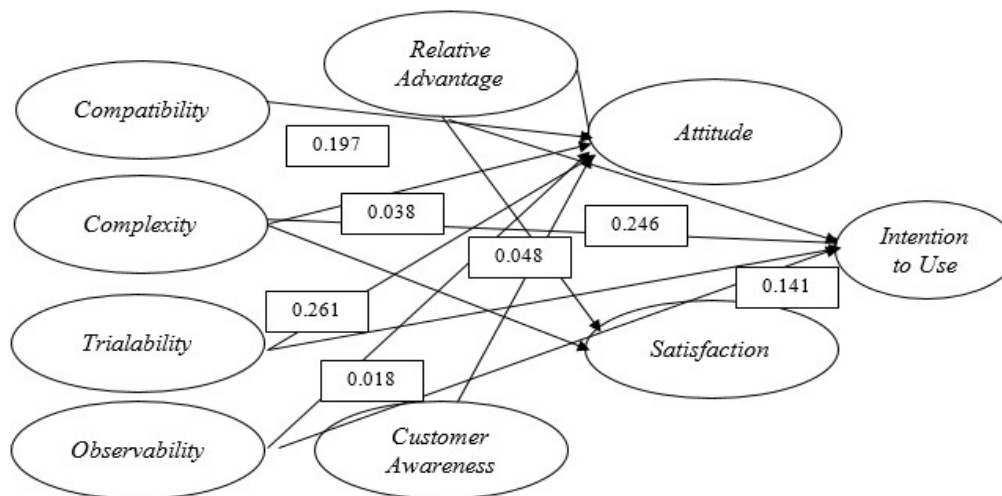
Model Penelitian Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021)

** = berpengaruh signifikan

2.1.5 Penelitian Jamshidi dan Fazlollah (2019) “*Innovation Diffusion Theory and Customers’ Behavioral Intention For Islamic Credit Card Implications For Awareness and Satisfaction*”

Penelitian Jamshidi dan Fazlollah (2019) yang berjudul *Innovation Diffusion Theory and Customers’ Behavioral Intention For Islamic Credit Card Implications For Awareness and Satisfaction*. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara empiris menguji model terintegrasi untuk mengeksplorasi, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ICC. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah bank yang menggunakan kartu kredit. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah bank yang memiliki dan menggunakan kartu kredit dengan pembayaran lancar selama dua tahun terakhir dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan *path analysis* Sem PLS. Hasil penelitian menunjukkan niat untuk menggunakan kartu kredit sebagian besar ditentukan oleh keuntungan relatif, kompatibilitas, kesadaran, kepuasan dan sikap. Kombinasi IDT dan TRA secara signifikan menjelaskan adopsi ICC. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *perceived financial cost*, *subjective norm*, *perceived self efficacy* dan *anxiety* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*. Variabel *intervening* pada penelitian terdahulu yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, sedangkan pada penelitian sekarang yakni *relative advantage*, *attitude*, *satisfaction* dan *customer awareness*. Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan

penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan path analysis Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh pengguna kartu kredit di perbankan dengan sampel pengguna kartu kredit yang membayar lunas tagihan selama minimal satu tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



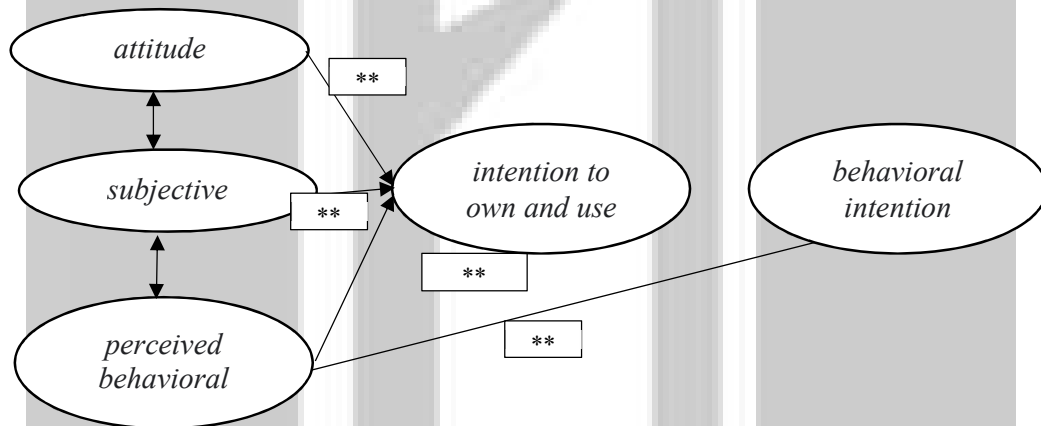
Sumber : Jamshidi dan Fazlollah (2019)

Gambar 2.5
Model Penelitian Jamshidi dan Fazlollah (2019)

2.1.6 Penelitian Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021) “*Borrowing For Health, Sustainability, Credit Card Use and Ownership: A Study Of 74 Countries*”

Penelitian Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021) yang berjudul *Borrowing For Health, Sustainability, Credit Card Use and Ownership: A Study Of 74 Countries*. Penelitian ini bertujuan meneliti hubungan antara peminjaman untuk tujuan kesehatan atau medis dan kredit penggunaan dan kepemilikan kartu, dan jelajahi perbedaan gender yang signifikan terkait peminjaman untuk tujuan kesehatan atau medis. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu kredit yang digunakan untuk perawatan kesehatan di 74 negara. Sampel penelitian ini pengguna kartu kredit usia di atas 15 tahun dan lama penggunaan kartu kredit lebih dari dua tahun dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *analysis path analysis* menggunakan Eviews. Hasil penelitian menegaskan bahwa meminjam untuk tujuan kesehatan atau medis, pendidikan dasar, atau kurang (% usia 15+) secara statistik dampak signifikan pada kepemilikan dan penggunaan kartu kredit di negara-negara berpenghasilan tinggi dan tidak ada hubungan seperti ini yang terlihat dalam kasus negara berpenghasilan rendah. Ada perbedaan yang signifikan antara meminjam untuk alasan kesehatan atau medis antara laki-laki dan perempuan di Austria dan Lithuania. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *attitude toward, subjective norm, perceived behavioral control* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *income level* dan *education level*. Variabel *intervening*

pada penelitian terdahulu yakni *intention to own and use*, sedangkan pada penelitian sekarang yakni *perceived financial cost* dan *perceived self efficacy*. Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan *path analysis* Eviews sedangkan pada penelitian sekarang yakni *path analysis* Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh pengguna kartu kredit di 74 negara dengan sampel pengguna kartu kredit di atas dua tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut



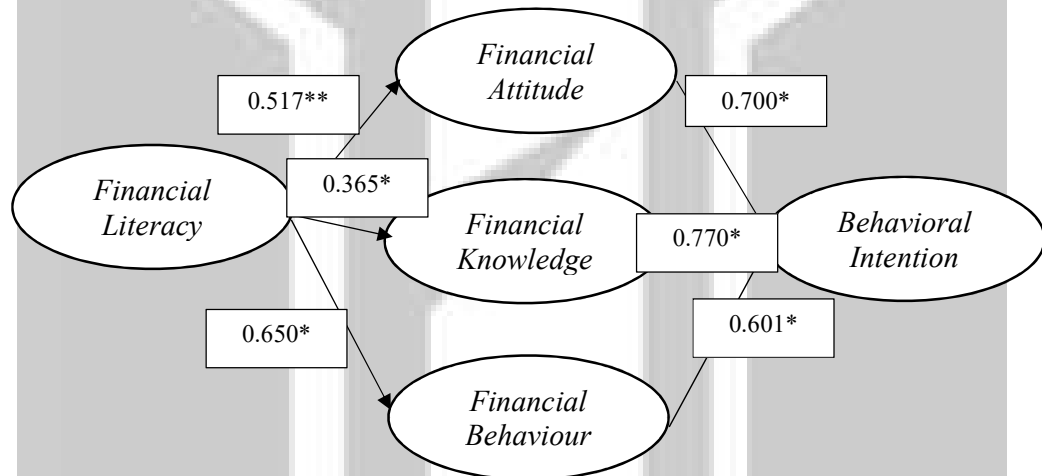
Sumber : Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021)

Gambar 2.6
Model Penelitian Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021)
 ** = berpengaruh signifikan

2.1.7 Penelitian Potrich, Kelmara dan Kirch (2017) “*How Well Do Women Do When It Comes To Financial Literacy? Proposition Of An Indicator And Analysis Of Gender Differences*”

Penelitian Potrich, Kelmara dan Kirch (2017) berjudul *How Well Do Women Do When It Comes To Financial Literacy? Proposition Of An Indicator And Analysis Of Gender Differences*. Penelitian ini bertujuan menganalisis ketidaksetaraan gender yang harus fokus pada bidang-bidang kritis, seperti literasi keuangan. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Brazil dengan sampel penelitian masyarakat Brazil dengan pendapatan tetap di atas usia 20 tahun sesuai teknik *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan *path analysis* Sem Amos. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar individu memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah di kedua jenis kelamin. Hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan gender diamati; proporsi laki-laki lebih tinggi di antara mereka dengan literasi keuangan yang tinggi. Kesimpulan menunjukkan bahwa upaya yang lebih besar harus dibuat untuk menjangkau wanita, terutama mereka yang lajang, memiliki tingkat pendidikan dan pendapatan. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah *financial literacy* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *income level* dan *education level*. Variabel *intervening* pada penelitian terdahulu yakni *financial attitude*, *financial knowledge*, *financial behavior* sedangkan pada penelitian sekarang yakni *perceived financial cost* dan *perceived self efficacy*. Variabel dependen pada penelitian

terdahulu dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan *path analysis* Sem Amos sedangkan pada penelitian sekarang yakni *path analysis* Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh penduduk di Brazil dengan sampel penduduk yang berpenghasilan tetap. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



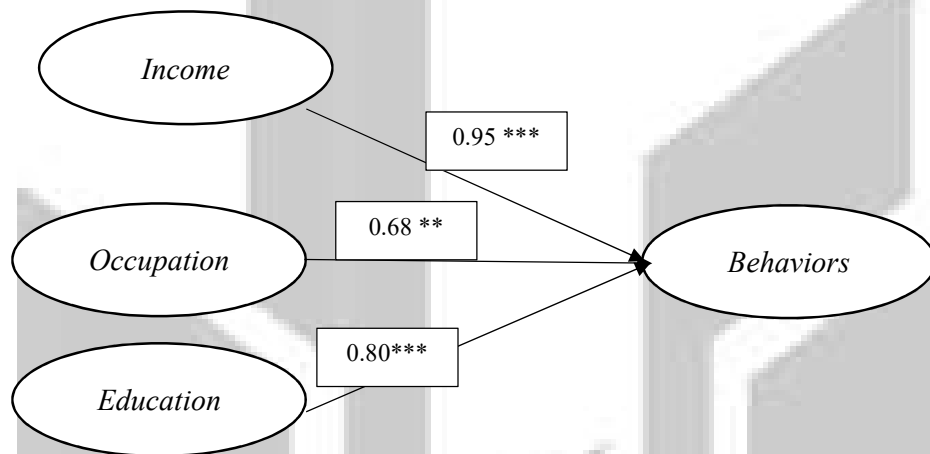
Sumber : Potrich, Kelmara dan Kirch (2017)

Gambar 2.7
Model Penelitian Potrich, Kelmara dan Kirch (2017)
 * = berpengaruh signifikan

2.1.8 Penelitian Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018) “*Income, Occupation And Education: Are They Related To Smoking Behaviors In China?*”

Penelitian Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018) yang berjudul *Income, Occupation And Education: Are They Related To Smoking Behaviors In China?*. Penelitian ini bertujuan memperkirakan hubungan antara status sosial ekonomi (pendapatan, pekerjaan dan pendidikan) dan berbagai ukuran perilaku merokok di antara populasi lansia Cina. Populasi pada penelitian ini adalah lansia di China dengan sampel pada penelitian ini lansia yang merokok lebih dari lima tahun berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan multivariat analisis regresi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh pendapatan terhadap perilaku merokok kecil dan bahkan tidak signifikan, pekerjaan dan tingkat pendidikan secara signifikan berhubungan dengan perilaku merokok. Individu dengan lebih tinggi pencapaian pendidikan cenderung dikaitkan dengan perilaku merokok. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni *income level* dan *education level*. Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni *behavioral intention*. Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS. Populasi pada penelitian terdahulu yakni seluruh penduduk lansia di China dengan sampel penduduk yang merokok lebih dari lima tahun. Populasi penelitian sekarang yakni seluruh pihak yang mengajukan kartu

kredit BCA dengan sampel pihak nasabah BCA yang mengajukan kartu kredit BCA khususnya di Surabaya. Kerangka penelitian pada penelitian terdahulu ini sebagai berikut :



Sumber : Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018)

Gambar 2.8
Model Penelitian Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018)
** = berpengaruh signifikan

Berikut table perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul	Populasi dan Sampel	Variabel	Alat Analisis	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1	Nguyen & John (2018) <i>Consumer Intention And Credit Card Adoption In Vietnam</i>	Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu kredit di Vietnam sedangkan sampelnya adalah pengguna kartu kredit di Vietnam yang menggunakan kartu kredit lebih dari dua tahun	<i>perceived financial cost, subjective norm, perceived self efficacy, anxiety, perceived usefulness dan perceived ease of use dan behavioral intention</i>	Analisis yang digunakan adalah SEM Amos <i>path analysis</i>	Hasil penelitian bahwa model persamaan struktural dikembangkan untuk mengidentifikasi faktor adopsi teknologi yang berpengaruh. Transisi perekonomian Vietnam, niat konsumen untuk mengadopsi kartu kredit dipengaruhi oleh "Perceived usefulness" (PU)," "Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU)," "norma subjektif (SN)," "keyakinan diri yang dirasakan (PSE)" dan "Kecemasan". Namun, "biaya keuangan yang dirasakan (PFC)"	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>perceived financial cost, subjective norm, perceived self efficacy dan anxiety</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>income level dan education level</i> . Variabel <i>intervening</i> pada penelitian terdahulu yakni <i>perceived usefulness dan perceived ease of use,</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>perceived financial cost dan perceived self</i>

					bukanlah faktor yang signifikan	<i>efficacy</i> . Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan <i>path analysis</i> Sem Amos sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>path analysis</i> Sem PLS
2	Zandi, Shaheed dan Ong (2018) <i>The Effect of Demographic Variabels and Ownership on Credit Card Market in Malaysia</i>	Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik dan pengguna kartu kredit di Malaysia dengan sampel pemilik dan pengguna kartu kredit di Malaysia batasan usia minimal 20 tahun dengan teknik	<i>age, gender, education level, income level, credit card ownership dan credit card usage</i>	Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS regresi linear berganda <i>path analysis</i>	Hasil penelitian ini adalah membahas tentang pengaruh signifikan variabel demografi dan kepemilikan terhadap penggunaan kartu kredit di Malaysia. Dampak dari empat variabel demografis utama adalah usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan pada kepemilikan dan penggunaan kredit kartu kredit di antara	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>age, gender, education level dan income level</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>income level dan education level</i> . Variabel dependen pada penelitian terdahulu yakni <i>credit card ownership dan credit card usage</i> dan penelitian

		<i>purposive sampling</i>			pemegang kartu kredit di Malaysia	sekarang yakni <i>behavioral intention to own credit card</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS regresi linear berganda <i>path analysis</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>path analysis</i> Sem PLS
3	Warsame dan Yousif (2020) <i>Determinants Of Customers' Attitude Towards Credit Card Usage in Kenya</i>	Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna dan pemilik kartu kredit di kalangan akademisi Universitas Nairobi, Kenya. Sampel pada penelitian ini pengguna dan pemilik kartu kredit di kalangan akademisi Universitas	<i>availability of information, characteristics of card issues, perceived usefulness, card use intention dan attitude towards credit card</i>	Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS	Variabel yang paling berpengaruh adalah menjelaskan 47,4% variasi sikap terhadap penggunaan kartu kredit dan penyesuaiannya. R2 juga menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian yang baik: 52,5% variasi sikap terhadap kartu kredit penggunaan dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperkirakan	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>perceived financial cost, subjective norm, perceived self efficacy</i> dan <i>anxiety</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>availability of information, characteristics of card issues, perceived usefulness</i> dan <i>card use intention</i> . Variabel

		Nairobi, Kenya yang menggunakan kartu kredit minimal satu tahun				dependen pada penelitian terdahulu yakni <i>attitude towards credit card</i> dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS
4	Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021) <i>Awareness and Adoption Of Blockchain: Customer's Intention to Use Bitcoin in Pakistan</i>	Populasi pada penelitian ini yakni pengguna Bitcoin di Pakistan dengan sampel pengguna Bitcoin di Pakistan dengan usia di atas 17 tahun	<i>demography factors, awareness of behavioral intention</i>	Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan SPSS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan 67% orang Pakistan mengetahui Bitcoin. Jenis kelamin laki-laki lebih sadar dibandingkan dengan perempuan. Di sisi lain, statistik menunjukkan bahwa 84,3% jenis kelamin laki-laki melaporkan kepemilikan bitcoin sementara hanya 15,7% wanita yang melaporkan kepemilikan Bitcoin	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>demography factors</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>income level</i> dan <i>education level</i> . Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>awareness of behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu

						menggunakan SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS.
5	Jamshidi dan Fazlollah (2019) <i>Innovation Diffusion Theory and Customers' Behavioral Intention For Islamic Credit Card Implications For Awareness and Satisfaction</i>	Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah bank yang menggunakan kartu kredit. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah bank yang memiliki dan menggunakan kartu kredit dengan pembayaran lancar selama dua tahun terakhir	<i>perceived financial cost, subjective norm, perceived self efficacy, anxiety, relative advantage, attitude, satisfaction, customer awareness dan behavioral intention</i>	Teknik analisis menggunakan <i>path analysis</i> Sem PLS	Hasil penelitian menunjukkan niat untuk menggunakan kartu kredit sebagian besar ditentukan oleh keuntungan relatif, kompatibilitas, kesadaran, kepuasan dan sikap. Kombinasi IDT dan TRA secara signifikan menjelaskan adopsi ICC	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>perceived financial cost, subjective norm, perceived self efficacy</i> dan <i>anxiety</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>compatibility, complexity, trialability, dan observability</i> . Variabel <i>intervening</i> pada penelitian terdahulu yakni <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> , sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>relative advantage, attitude, satisfaction</i> dan <i>customer awareness</i> .

						Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan path analysis Sem PLS
6	Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021) <i>Borrowing For Health, Sustainability, Credit Card Use and Ownership: A Study Of 74 Countries</i>	Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu kredit yang digunakan untuk perawatan kesehatan di 74 negara. Sampel penelitian ini pengguna kartu kredit usia di atas 15 tahun dan lama	<i>attitude toward, subjective norm, perceived behavioral control, intention to own and use</i>	Teknik analisis <i>path analysis</i> menggunakan Eviews	Hasil penelitian menegaskan bahwa meminjam untuk tujuan kesehatan atau medis, pendidikan dasar, atau kurang (% usia 15+) secara statistik dampak signifikan pada kepemilikan dan penggunaan kartu kredit di negara-negara berpenghasilan tinggi dan tidak ada hubungan seperti ini yang terlihat	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>attitude toward, subjective norm, perceived behavioral control</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>income level</i> dan <i>education level</i> . Variabel <i>intervening</i> pada penelitian terdahulu yakni

		penggunaan kartu kredit lebih dari dua tahun			dalam kasus negara berpenghasilan rendah	<i>intention to own and use</i> , sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>perceived financial cost</i> dan <i>perceived self efficacy</i> . Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan <i>path analysis</i> Eviews sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>path analysis</i> Sem PLS
7	Potrich, Kelmara dan Kirch (2017) <i>How Well Do Women Do When It Comes To Financial Literacy? Proposition Of An Indicator And Analysis Of</i>	Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Brazil dengan sampel penelitian masyarakat Brazil dengan pendapatan tetap di atas usia 20 tahun	<i>financial literacy</i> , <i>financial attitude</i> , <i>financial knowledge</i> , <i>financial behavior</i> dan <i>behavioral intention</i>	Teknik analisis penelitian ini menggunakan <i>path analysis</i> Sem Amos	Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar individu memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah di kedua jenis kelamin. Hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan gender diamati; proporsi laki-laki lebih tinggi di antara mereka dengan	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu variabel bebas yang digunakan adalah <i>financial literacy</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>income level</i> dan <i>education level</i> . Variabel

<i>Gender Differences</i>			literasi keuangan yang tinggi	<i>intervening</i> pada penelitian terdahulu yakni <i>financial attitude, financial knowledge, financial behavior</i> sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>perceived financial cost</i> dan <i>perceived self efficacy</i> . Variabel dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan <i>path analysis</i> Sem Amos sedangkan pada penelitian sekarang yakni <i>path analysis</i> Sem PLS		
8	Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018) <i>Income, Occupation And Education: Are They Related To Smoking</i>	Populasi pada penelitian ini adalah lansia di China dengan sampel pada penelitian ini lansia yang	<i>income level, education level</i> dan <i>behavioral intention</i>	Teknik analisis yang digunakan multivariat analisis regresi SPSS	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh pendapatan terhadap perilaku merokok kecil dan bahkan tidak signifikan, pekerjaan dan tingkat pendidikan secara signifikan	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>income level</i> dan <i>education level</i> . Variabel

<i>Behaviors China?</i>	<i>In</i> merokok lebih dari lima tahun	berhubungan dengan perilaku merokok	dependen pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yakni <i>behavioral intention</i> . Alat analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi SPSS sedangkan pada penelitian sekarang yakni path analysis Sem PLS
-----------------------------	--	--	--

Sumber: Nguyen & John (2018), Zandi, Shaheed dan Ong (2018), Warsame dan Yousif (2020), Kayani, Rashid, Ayaz, Junaid dan Anum (2021), Jamshidi dan Fazlollah (2019), Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind (2021), Potrich, Kelmara dan Kirch (2017), Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Income Level*

Income level merupakan tingkat pendapatan yang menunjukkan perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan (Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan, 2018). *Income level* mampu menunjukkan penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang optimal (Zandi *et al.*, 2019). *Income level* didefinisikan sebagai tingkat pendapatan yang mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangannya yang diterapkan pada sikap. Terdapat empat dimensi *income level* terhadap uang termasuk percaya bahwa uang adalah simbol kekuatan, uang penting dalam hidup, uang dapat menyebabkan kecurigaan dan ketidakpercayaan orang lain, dan uang adalah simbol keberhasilan (Wang *et al.*, 2018).

Kemampuan individu terkait tingkat pendapatan sangat diperlukan oleh setiap individu dalam segala aspek terutama aspek keuangan. *Income level* membentuk cara orang menabung, menimbun dan membelanjakan uang. Seseorang yang memiliki pandangan tidak perlu menabung dan tidak memahami pentingnya menabung cenderung mengambil risiko yang lebih besar ketika memecahkan masalah keuangan (Zandi *et al.*, 2019). *Income level* yang baik dan bertanggung jawab pada seseorang tercermin dalam sikapnya dalam pengelolaan arus kas masuk dan keluar, investasi jangka panjang dan kemampuan mengelola keuangan sesuai kebutuhan (Wang *et al.*, 2018).

Indicator pengukuran *income level* menurut Wang *et al.*, (2018) sebagai berikut:

1. Individu tersebut memiliki tingkat pendapatan cukup untuk menabung dan berinvestasi selain kebutuhan konsumsi.
2. Individu tersebut bekerja secara tetap pada sector bidang tertentu dengan jumlah pendapatan pasti yang dinilai cukup.
3. Individu tersebut bekerja secara professional sebagai karyawan atau manager pada sector bidang tertentu dengan jumlah pendapatan yang cukup.

2.2.2 Education Level

Wang, Jay, Michelle, Casey dan Zhiyuan (2018) menjelaskan bahwa *education level* merupakan tingkat pendidikan individu terkait yang berdampak pada kemampuan dalam berbagi informasi teks, gambar, audio dan video antara sesama individu, kelompok maupun perusahaan sedangkan definisi lain menurut Zandi *et al.*, (2019) *education level* memiliki dampak pada jaringan sosial seperti layanan yang digunakan individu, kelompok maupun perusahaan untuk membangun profil dengan sistem tertentu dalam rangka memberikan edukasi informasi mengenai produk. *Education level* memberikan efek pada praktek *marketing* yang menggunakan saluran distribusi informasi untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, pribadi dan efektivitas biaya (Wang *et al.*, 2018).

Perusahaan saat ini dituntut menyesuaikan dengan kondisi bisnis terkait aktivitas *marketing* dengan biaya murah serta efektif (Wang *et al.*, 2018). Teknologi digital mampu mengubah aktivitas pemasaran tidak hanya meliputi aspek teknik

dan praktek namun ada aspek lain dengan cara mencapai target konsumen sebagai wadah yang sering dikunjungi oleh konsumen (Zandi *et al.*, 2019). Menurut Wang *et al.*, (2018) *education level* dapat memberikan manfaat atau berfungsi yakni keunggulan membangun *personal branding* mengenal trik maupun popularitas semu sebab konsumen yang akan menentukan. Berbagai *education level* dapat menjadi tingkatan untuk setiap individu, kelompok maupun perusahaan berkomunikasi, berdiskusi bahkan mendapatkan popularitas. *Education level* memberikan kesempatan untuk berinteraksi dan menawarkan berbagai bentuk komunikasi secara lebih personal dengan *costumer* perusahaan dapat mengetahui kebiasaan konsumen bahkan dapat melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan lebih mendalam (Zandi *et al.*, 2019). Indikator pengukuran *education level* menurut Wang *et al.*, (2018) sebagai berikut:

1. Individu tersebut memiliki background pendidikan non formal sebagai tambahan pengalaman literasi keuangan
2. Individu tersebut memiliki kemampuan membaca dan menganalisis surat perjanjian atau kesepakatan bisnis dan sebagainya.
3. Individu tersebut memiliki background pendidikan tinggi sebagai dasar ilmu pengetahuan terkait literasi keuangan

2.2.3 Behavioral Intention

Behavioral intention adalah probabilitas subjektif pengguna yang akan mempengaruhi perilakunya (Nguyen dan John, 2018). *Behavioural intention to own*

didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind, 2021). Tujuan dari variabel *behavioral intention to own* adalah untuk memprediksi perilaku pembelian dan penggunaan dari pengguna. Aspek inti dari *intention to own* adalah tentang minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, dan mencari informasi lebih lanjut tentang produk / layanan (Tam, 2012). *Behavioral intention to own* yang didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi merupakan variabel dependen utama dalam membangun studi pada TAM (Jamshidi dan Fazlollah, 2019). Indikator pengukuran *behavioral to own* menurut Nguyen dan John (2018) sebagai berikut:

1. Individu lebih menyukai kepemilikan kartu kredit
2. Individu cenderung memiliki niat untuk senantiasa terlibat dalam upaya untuk memiliki kartu kredit
3. Individu akan senang jika mampu memiliki kartu kredit

2.2.4 Perceived Financial Cost

Nguyen dan John (2018) mendefinisikan *perceived financial cost* sebagai “sejauh mana seseorang mempercayai menggunakan sistem membutuhkan biaya dalam jumlah tertentu,” maka dari itu untuk menumbuhkan penerimaan dan penggunaan sistem teknologi, hal yang harus dirasakan pengguna dari sistem teknologi tersebut adalah mudah dipelajari dan digunakan. Teknologi informasi yang mudah digunakan biasanya dianggap tidak menyulitkan individu namun perlu

adanya sejumlah biaya tertentu yang dikeluarkan (Warsame dan Yousif, 2020). Individu lebih cenderung akan berinteraksi dengan teknologi baru jika mereka menganggap bahwa upaya yang diperlukan relatif sedikit untuk menggunakan teknologi baru tersebut (Jamshidi dan Fazlollah, 2019). Apabila suatu aplikasi lebih mudah digunakan daripada aplikasi lain maka aplikasi tersebut akan lebih memungkinkan untuk diterima oleh pengguna dengan pertimbangan sejumlah biaya yang akan dikeluarkan. Pentingnya *perceived financial cost* dapat ditandakan sejauh mana suatu inovasi dianggap tidak sulit dipahami, dipelajari, atau dioperasikan dengan pertimbangan sejumlah biaya yang akan dikeluarkan (Naidu *et al.*, 2021). Indikator pengukuran *perceived financial cost* menurut Nguyen dan John (2018) sebagai berikut:

1. Biaya kepemilikan kartu kredit cukup tinggi
2. Suku bunga yang dikenakan pada kartu kredit cukup tinggi
3. Biaya penggunaan kartu kredit lebih tinggi dibandingkan fasilitas pembayaran lain yang sejenis
4. Kepemilikan kartu kredit sebagai bagian dari beban finansial

2.2.5 Perceived Self Efficacy

Perceived self efficacy yang telah diakui secara luas sebagai variabel penting dalam studi yang didefinisikan oleh Nguyen dan John (2018) sebagai persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja didukung keyakinan diri terkait kemampuan individu dalam

menggunakan teknologi tersebut. Seseorang akan cenderung menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi terlihat dari sejauh mana mereka yakin itu akan dapat membantu mereka melakukan pekerjaan didukung keyakinan diri terkait kemampuan individu dalam menggunakan teknologi. *Self efficacy* sendiri diartikan keyakinan diri untuk mampu menggunakan teknologi (Potrich *et al.*, 2017). *Perceived self efficacy* juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan diri terkait kemampuan individu tersebut (Naidu *et al.*, 2021). Maka, diketahui bahwa *perceived self efficacy* merupakan suatu kepercayaan atau keyakinan diri tentang proses pengambilan keputusan. Indikator pengukuran *perceived self efficacy* menurut Nguyen dan John (2018) sebagai berikut:

1. Individu memiliki kartu kredit jika ada pihak yang membantu mengarahkan
2. Individu memiliki kartu kredit jika ada pihak yang mampu menjelaskan proses kepemilikan kartu kredit tersebut
3. Individu memiliki kartu kredit disebabkan pengaruh melihat orang lain memiliki fasilitas kartu kredit sejenis

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Income Level* Terhadap *Perceived Financial Cost*

Penelitian Wang *et al.*, (2018) menunjukkan bahwa *income level* berpengaruh terhadap *perceived financial cost* sebab *income level* menggambarkan tingkat pendapatan yang menunjukkan perilaku keuangan dan pengelolaan

keuangan. *Income level* mampu menunjukkan penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang optimal (Zandi *et al.*, 2019). *Income level* menunjukkan tingkat pendapatan yang mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangannya yang diterapkan pada *perceived financial cost*. Penelitian Nguyen dan John (2018) memberikan hasil bahwa *income level* mampu memberikan dampak pada sikap *perceived financial cost* sebagai “sejauh mana seseorang mempercayai menggunakan sistem membutuhkan biaya dalam jumlah tertentu, ” maka dari itu untuk menumbuhkan penerimaan dan penggunaan sistem teknologi, hal yang harus dirasakan pengguna dari sistem teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan. Teknologi informasi yang mudah digunakan biasanya dianggap tidak menyulitkan individu namun perlu adanya sejumlah biaya tertentu yang dikeluarkan dipengaruhi tingkat pendapatan yang dimiliki (Warsame dan Yousif, 2020).

2.3.2 Pengaruh *Income Level* Terhadap *Perceived Self Efficacy*

Penelitian Zandi *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa *income level* mampu memberikan pengaruh terhadap *perceived self efficacy* sebab *income level* menunjukkan penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang optimal sehingga menimbulkan persepsi individu untuk memiliki kepercayaan diri (*perceived self efficacy*) terhadap kapasitas individu untuk memiliki kartu kredit. *Income level* menunjukkan tingkat pendapatan yang

mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangannya yang diterapkan persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja didukung keyakinan diri terkait kemampuan individu dalam menggunakan teknologi tersebut (Nguyen dan John, 2018). *Income level* menjadi dasar kondisi individu untuk mempertimbangkan keputusan menggunakan atau tidak menggunakan suatu fasilitas khususnya kartu kredit terlihat dari sejauh mana individu yakin (*perceived self efficacy*) akan dapat membantu melakukan pekerjaan didukung keyakinan diri terkait kemampuan individu dalam menggunakan teknologi kartu kredit tersebut khususnya (Potrich *et al.*, 2017). Naidu *et al.*, (2021) memberikan gambaran kondisi keuangan individu mampu memberikan keyakinan diri individu sebagai bentuk kepastian mampu memenuhi berbagai resiko yang akan timbul dari hasil penggunaan teknologi tersebut.

2.3.3 Pengaruh *Education Level* Terhadap *Perceived Financial Cost*

Penelitian Wang *et al.*, (2018) menunjukkan *education level* berdampak terhadap *perceived financial cost* sebab *education level* memberikan manfaat atau berfungsi yakni keunggulan membangun *personal branding* mengenal trik maupun popularitas semu sebab konsumen yang akan menentukan biaya dari penggunaan fasilitas teknologi khususnya kartu kredit tersebut. *Education level* dapat menjadi tingkatan untuk setiap individu, kelompok maupun perusahaan berkomunikasi, berdiskusi sehingga memperoleh informasi mengenai biaya yang dikeluarkan ketika menggunakan fasilitas tertentu khususnya pada hal ini berkaitan dengan kartu kredit. Nguyen dan John (2018) memberikan gambaran dampak kondisi

pendidikan sebagai dasar pemahaman individu terhadap *perceived financial cost* sebagai penerimaan dan penggunaan sistem teknologi, hal yang harus dirasakan pengguna dari sistem teknologi tersebut adalah mudah dipelajari dan digunakan. Teknologi informasi yang mudah digunakan biasanya dianggap tidak menyulitkan individu namun perlu adanya sejumlah biaya tertentu yang dikeluarkan (Warsame dan Yousif, 2020).

2.3.4 Pengaruh *Education Level* Terhadap *Perceived Self Efficacy*

Penelitian Zandi *et al.*, (2019) *education level* memiliki dampak pada *perceived self efficacy* sebagai bentuk jaringan sosial seperti layanan yang digunakan individu, kelompok maupun perusahaan untuk membangun profil dengan sistem tertentu dalam rangka memberikan edukasi informasi mengenai produk khususnya terkait fasilitas kartu kredit, tingkat pendidikan dan pemahaman yang dimiliki mampu meningkatkan keyakinan diri individu. *Education level* memberikan efek pada praktek *marketing* yang menggunakan saluran distribusi informasi untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, pribadi dan efektivitas biaya (Wang *et al.*, 2018). Menurut Nguyen dan John (2018) tingkat pemahaman individu mengenai sebuah teknologi khususnya kartu kredit dapat meningkatkan keyakinan individu (*perceived self efficacy*) sebagai persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja didukung keyakinan diri terkait kemampuan individu dalam menggunakan teknologi tersebut. Individu yang memiliki dasar informasi yang cukup cenderung

mampu meyakinkan individu memilih menggunakan sebuah teknologi tertentu khususnya fasilitas pembayaran kartu kredit.

2.3.5 Pengaruh *Income Level* Terhadap *Behavioral Intention to own*

Penelitian Potrich *et al.*, (2017) memberikan gambaran tingkat pendapatan menentukan dasar perilaku individu sebab *income level* dijadikan dasar individu dalam menunjukkan perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan. *Income level* memberikan gambaran penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan perilaku keuangan dengan sumber daya yang optimal (Zandi *et al.*, 2019). *Income level* mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangannya yang diterapkan pada sikap perilaku untuk memprediksi perilaku pembelian dan penggunaan dari pengguna. Bentuk perilaku keuangan pada *intention to own* berkaitan dengan minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, dan mencari informasi lebih lanjut tentang produk / layanan (Tam, 2012). Pengaruh antar kedua variabel ini menunjukkan hubungan kasual sebab factor kemampuan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku keuangan individu khususnya keputusan memiliki dan menggunakan kartu kredit.

2.3.6 Pengaruh *Education Level* Terhadap *Behavioral Intention to own*

Zandi *et al.*, (2019) *education level* memiliki dampak pada perilaku individu terkait dengan *behavioral intention to own* pada jaringan sosial seperti layanan yang digunakan individu, kelompok maupun perusahaan untuk memberikan edukasi informasi mengenai produk khususnya kartu kredit agar individu

terpengaruh untuk memiliki fasilitas pembayaran kartu kredit. *Education level* memberikan efek pada praktek *marketing* yang menggunakan saluran distribusi informasi untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, pribadi dan mempengaruhi perilaku individu (Wang *et al.*, 2018). Penelitian Jamshidi dan Fazlollah (2019) memberikan gambaran bahwa *behavioral intention to own* sebagai kemungkinan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi merupakan variabel dependen utama yang dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, tingkat pengetahuan informasi sebagai dasar dalam menentukan perilaku individu khususnya terkait perilaku keuangan pada penggunaan kartu kredit. Pengaruh antar kedua variabel ini menunjukkan hubungan kasual sebab factor tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perilaku keuangan individu khususnya keputusan memiliki dan menggunakan kartu kredit.

2.3.7 Pengaruh *Perceived Financial Cost* Terhadap *Behavioral Intention to own*

Penelitian Warsame dan Yousif (2020) menjelaskan bahwa *perceived financial cost* memiliki dampak terhadap *behavioral to own credit card*. Hal ini disebabkan adanya biaya penggunaan fasilitas teknologi yang mudah digunakan biasanya dianggap tidak menyulitkan individu namun perlu adanya sejumlah biaya tertentu yang dikeluarkan sehingga dijadikan dasar individu untuk memutuskan perilaku keuangan tertentu. Individu lebih cenderung akan berinteraksi dengan teknologi baru jika mereka menganggap bahwa upaya yang diperlukan relatif sedikit untuk menggunakan teknologi baru tersebut (Jamshidi dan Fazlollah, 2019). Dampak pertimbangan biaya yang dikeluarkan untuk menikmati fasilitas

pembayaran kartu kredit terhadap *behavioural intention to own* menunjukkan tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Naidu, Fang, Atishwar, Anand dan Arvind, 2021). Individu yang mampu memperhitungkan berbagai biaya yang dikeluarkan menjadi dasar dalam menentukan minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, dan mencari informasi lebih lanjut tentang produk / layanan (Tam, 2012).

2.3.8 Pengaruh *Perceived Self Efficacy* Terhadap *Behavioral Intention to own*

Penelitian Potrich *et al.*, (2017) menjelaskan *perceived self efficacy* memberikan dampak pada *behavioral intention*. Hal ini disebabkan *self efficacy* menggambarkan keyakinan diri untuk mampu menggunakan teknologi sebagai bentuk dari perwujudan perilaku khususnya perilaku keuangan untuk memiliki atau menggunakan kartu kredit (Potrich *et al.*, 2017). Keyakinan yang dimiliki individu menggambarkan sejauh mana kepercayaan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan diri terkait kemampuan individu tersebut khususnya perilaku keuangan kepemilikan kartu kredit (Naidu *et al.*, 2021). Penelitian Naidu *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa *perceived self efficacy* mampu menunjukkan suatu kepercayaan atau keyakinan diri tentang proses pengambilan keputusan terkait tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Tam (2012) keyakinan mendorong untuk memprediksi perilaku pembelian dan penggunaan dari pengguna tentang minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, dan mencari informasi lebih lanjut tentang produk / layanan khususnya pada kepemilikan kartu kredit.

2.3.9 Pengaruh *Income Level* Terhadap *Behavioral Intention to Own* dimediasi *Perceived Financial Cost*

Menurut Wang *et al.*, (2018) dampak *income level* terhadap *behavioral intention* melalui *perceived financial cost* dapat dijelaskan berdasarkan tingkat pendapatan yang menunjukkan perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan didukung persepsi pemahaman mengenai jumlah biaya yang dibebankan atas penggunaan fasilitas teknologi tersebut khususnya fasilitas pembayaran kartu kredit. *Income level* menunjukkan penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan perilaku keuangan didukung perhitungan biaya yang telah dipelajari sebelumnya (Zandi *et al.*, 2019). *Income level* menunjukkan tingkat pendapatan yang mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangannya yang diterapkan pada sikap sehingga membentuk perilaku keuangan tertentu didasari persepsi mengenai biaya keuangan yang dibebankan dalam menggunakan fasilitas teknologi khususnya kartu kredit tersebut (Nguyen dan John, 2018). Perilaku keuangan dalam hal ini berkaitan dengan *behavioral intention to own* kartu kredit memprediksi perilaku kepemilikan dan penggunaan dari fasilitas pembayaran kartu kredit didukung persepsi mengenai biaya keuangan (*perceived financial cost*). *Perceived financial cost* memberikan dukungan *income level* tentang minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, sebagai penerimaan dan penggunaan sistem teknologi, hal yang harus dirasakan pengguna dari sistem teknologi tersebut. Fasilitas kartu kredit yang digunakan biasanya dianggap tidak menyulitkan individu

namun perlu adanya sejumlah biaya tertentu yang dikeluarkan (Warsame dan Yousif, 2020).

2.3.10 Pengaruh *Education Level* Terhadap *Behavioral Intention to own* dimediasi *Perceived Financial Cost*

Zandi et al., (2019) *education level* memiliki dampak pada jaringan sosial seperti layanan yang digunakan individu, kelompok maupun perusahaan untuk membangun profil dengan sistem tertentu dalam rangka memberikan edukasi informasi mengenai produk. *Education level* memberikan efek pada praktek *marketing* yang menggunakan saluran distribusi informasi untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, pribadi dan efektivitas biaya untuk menentukan perilaku tertentu berdasarkan tingkat pendidikan dan pemahaman yang dimiliki (Wang et al., 2018). Nguyen dan John (2018) menjelaskan bahwa *perceived financial cost* dapat mendukung pemahaman atau tingkat pendidikan individu dalam mempengaruhi penentuan perilaku tertentu. Individu dengan persepsi bahwa menggunakan teknologi baru akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja didukung pemahaman terkait biaya dalam menggunakan teknologi tersebut menjadi dasar untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu teknologi atau fasilitas khususnya terkait dengan kartu kredit. Tingkat pendidikan yang didukung pemahaman *perceived financial cost* sebagai penerimaan dan penggunaan sistem teknologi, hal yang harus dirasakan pengguna dari sistem teknologi tersebut agar individu dapat memutuskan perilaku keuangan yang akan dijalankan khususnya terkait dengan memilih untuk memiliki fasilitas pembayaran kartu kredit.

2.3.11 Pengaruh *Income Level* Terhadap *Behavioral Intention to own* dimediasi *Perceived Self Efficacy*

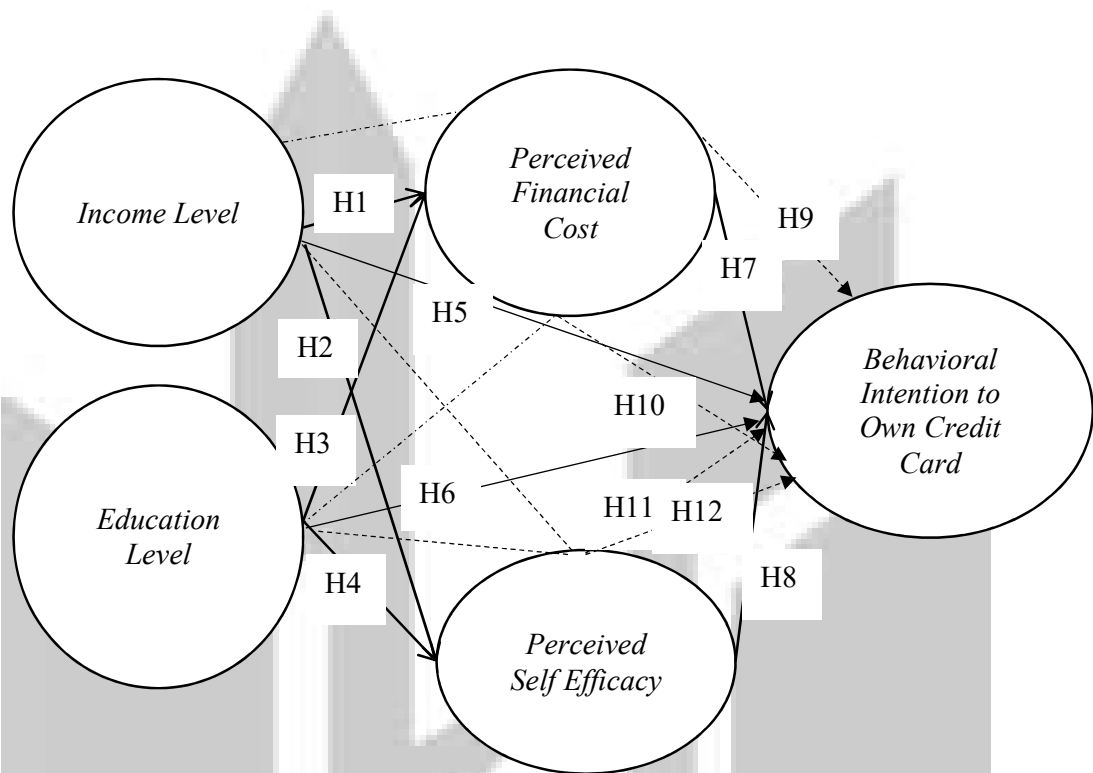
Penelitian Zandi *et al.*, (2019) menjelaskan dampak tingkat pendapatan individu yang menunjukkan penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan perilaku keuangan yang didukung pemahaman mengenai keyakinan diri terkait kapasitas atau kemampuan individu tersebut. Keyakinan diri individu terkait kemampuan diri (*perceived self efficacy*) dijadikan factor pendukung tingkat pendapatan yang mencerminkan keadaan pikiran, pendapat dan penilaian tentang keuangan yang diterapkan pada perilaku untuk memprediksi perilaku keuangan dalam menggunakan fasilitas pembayaran kartu kredit tersebut (Tam, 2012). Menurut Potrich *et al.*, (2017) kemampuan pendapatan berkaitan dengan minat pengguna, niat untuk segera menggunakan produk / layanan, dan mencari informasi lebih lanjut tentang produk / layanan sehingga muncul keyakinan diri untuk mampu menggunakan teknologi. Naidu *et al.*, (2021) memberikan gambaran terkait sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan diri terkait kemampuan individu tersebut sehingga menunjukkan suatu kepercayaan atau keyakinan diri tentang proses pengambilan keputusan perilaku keuangan tertentu.

2.3.12 Pengaruh *Education Level* Terhadap *Behavioral Intention to own* dimediasi *Perceived Self Efficacy*

Zandi *et al.*, (2019) menjabarkan bahwa *education level* memiliki dampak pada jaringan sosial seperti layanan yang digunakan individu, kelompok maupun perusahaan untuk membangun profil dengan sistem tertentu dalam rangka memberikan edukasi informasi mengenai produk. *Education level* memberikan efek pada praktek *marketing* yang menggunakan saluran distribusi informasi untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, pribadi dan efektivitas biaya (Wang *et al.*, 2018). Niat perilaku individu berhasil dibangun melalui tingkat pemahaman, informasi serta pendidikan yang dimiliki sebagai dasar pengambilan keputusan serta berbagai analisis resiko yang dipelajari (Jamshidi dan Fazlollah, 2019). Keyakinan diri individu atau *perceived self efficacy* dinilai dapat mendukung dampak *education level* terhadap *behavioral intention* sebab sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan diri terkait kemampuan individu tersebut didorong factor pemahaman dan tingkat pendidikan yang dimiliki didukung suatu kepercayaan atau keyakinan diri tentang proses pengambilan keputusan (Naidu *et al.*, 2021).

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori sebelumnya, maka kerangka konseptual penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:



Sumber : Nguyen dan John (2018), Zandi *et al.*, (2019) dan Wang *et al.*, (2018)

Gambar 2.9
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah dan landasan teori diatas, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

1. *Income level* berpengaruh signifikan terhadap *perceived financial cost* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya
2. *Income level* berpengaruh signifikan terhadap *perceived self efficacy* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya.

3. *Education level* berpengaruh signifikan terhadap *perceived financial cost* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya.
4. *Education level* berpengaruh signifikan terhadap *perceived self efficacy* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya.
5. *Income level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya
6. *Education level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya
7. *Perceived financial cost* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya.
8. *Perceived self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya
9. *Income level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya dengan dimediasi oleh *perceived financial cost*.
10. *Education level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya dengan dimediasi oleh *perceived financial cost*.
11. *Income level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya dengan dimediasi oleh *perceived self efficacy*.

12. *Education level* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to own* kartu kredit nasabah BCA di Surabaya dengan dimediasi oleh *perceived self efficacy*

