

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

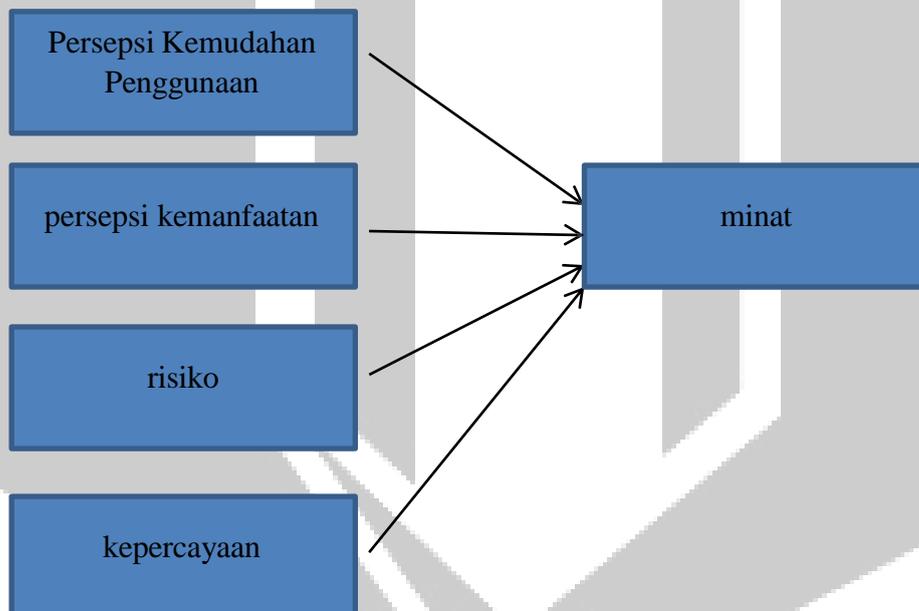
Penelitian ini merujuk kepada penelitian sebelumnya yang memperkuat dan menyempurnakan hasil penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada upaya identifikasi Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Z. Secara rinci, beberapa penelitian terdahulu dijelaskan melalui beberapa sub-bab di bawah ini.

1. Siti Rodiah, (2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi Persepsi Risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang. Berdasarkan TAM (Technology Acceptance Model) persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, dan variabel lain yang dalam penelitian ini yaitu persepsi Persepsi Risiko dan kepercayaan merupakan konstruk yang mempengaruhi minat dalam penerimaan individu terhadap teknologi baru. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial pengguna e-wallet di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu incidental sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. 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 Persepsi Risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet.

Persamaan yang dilakukan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah menggunakan variabel kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi Persepsi Risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada Generasi Millennial dan Generasi Z. Berikut adalah kerangka pemikiran oleh Siti Rodiah, (2020) disajikan pada Gambar 2.1.



Sumber: Siti Rodiah, (2020) (Widya Desita, 2022)

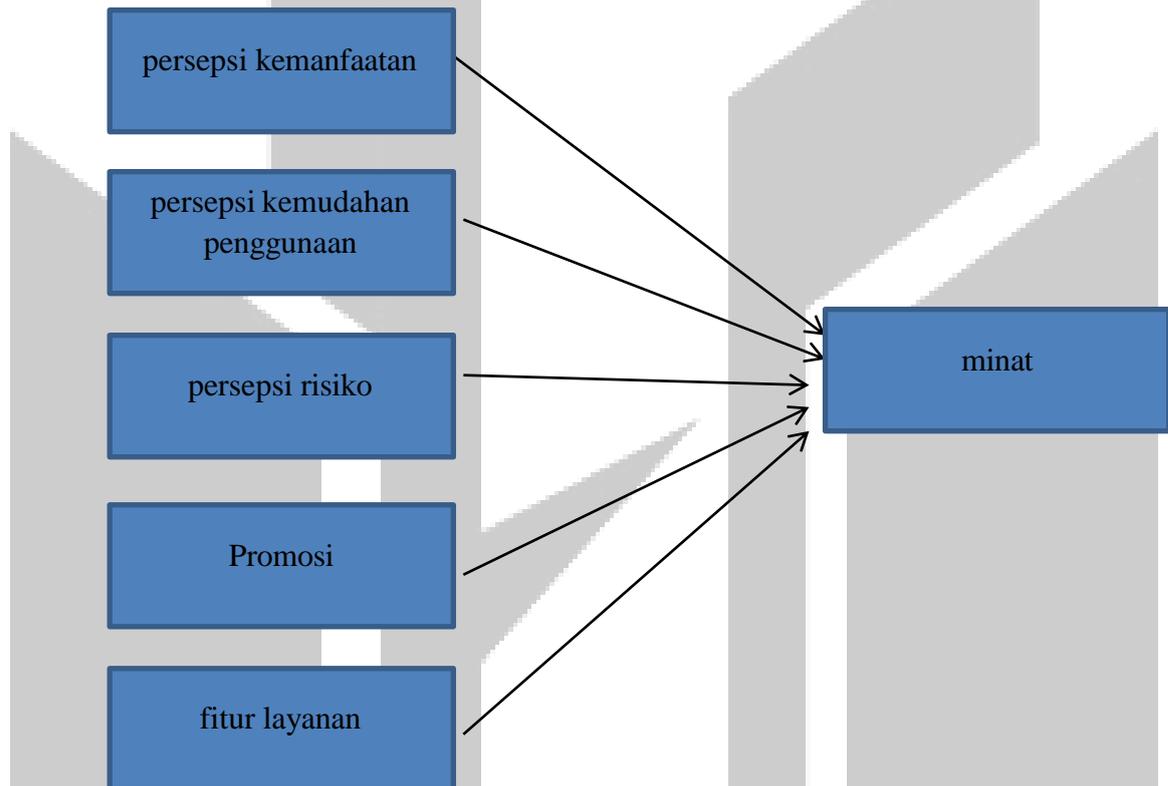
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran dari Siti Rodiah, (2020) (Wicky T. J Laloan, 2023)

2. Widya Desita, (2022)

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi Persepsi Risiko, promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada aplikasi dompet elektronik (e-wallet). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian adalah metode penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi sebagai pengguna aplikasi e-wallet. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode purposive sampling, sehingga diperoleh 247 responden. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui google form yang kemudian diolah dengan uji analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet. Sedangkan persepsi Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet.

Persamaan yang dilakukan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah menggunakan variabel Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan

Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada variabel Promosi Fitur Layanan, dan kepercayaan. Berikut adalah kerangka pemikiran oleh Widya Desita, (2022) yang disajikan pada Gambar 2.2.



Sumber: Widya Desita, (2022)

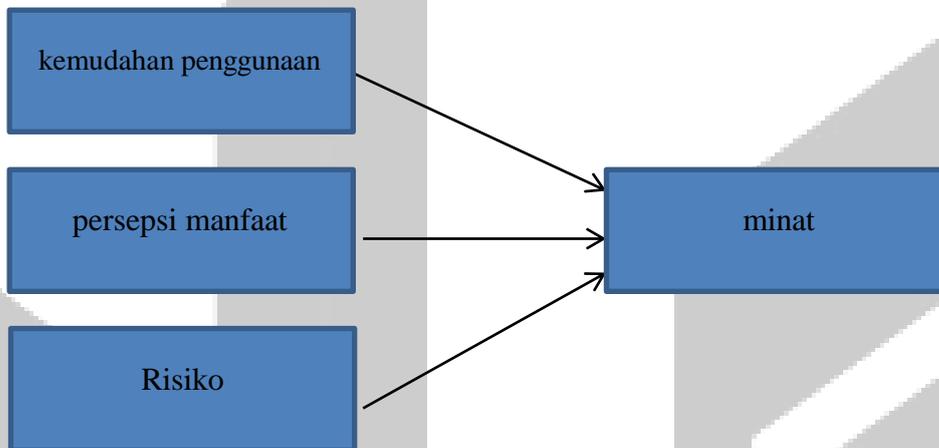
Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran dari Widya Desita, (2022)

3. Wicky T. J Laloan, (2023)

Kemudahan Penggunaan, persepsi manfaat, dan resiko merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap minat pengguna karena faktor tersebut dapat menimbulkan rasa nyaman maupun tidak nyaman bagi pelanggan. Konsumen cenderung merasa puas ketika dapat dilayani dengan baik, melakukan transaksi dengan mudah, dan aman saat melakukan proses transaksi. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan resiko terhadap minat pengguna e-payment qris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t dan F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna, Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna. Kemudahan penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Resiko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

Persamaan yang dilakukan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah menggunakan variabel Kemudahan Penggunaan, persepsi manfaat, dan terhadap minat dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel kepercayaan. Berikut adalah kerangka pemikiran oleh Wicky T. J Laloan, (2023) yang disajikan pada Gambar 2.3.



Sumber: Wicky T. J Laloan, (2023)

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran dari Wicky T. J Laloan, (2023)

4. Sati et al., (2020)

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan model Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap niat pengguna menggunakan layanan uang elektronik pada pengguna uang elektronik di Kota Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan convenience sampling dengan sampel sebanyak 100 responden sebagai sampel data. Data dianalisis secara kuantitatif, terdiri dari evaluasi model luar dan dalam menggunakan perangkat lunak SmartPLS 2.0 M3. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan layanan

e-money, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan layanan e-money, persepsi risiko. mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan e-money. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini kepada penerbit uang elektronik adalah meningkatkan niat penggunaan uang elektronik dengan meningkatkan manfaat dan kemudahan penggunaan uang elektronik melalui kerjasama dengan berbagai merchant. Penerbit uang elektronik harus meningkatkan kualitas dan keamanan uang elektronik guna mengurangi tingkat risiko penggunaan uang elektronik.

5. Nurya Dina Abriliya (2020)

Banyak faktor mempengaruhi Minat Menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA, salah satunya adalah Kemudahan dan fitur layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi. Jenis penelitian yang dipakai ialah deskriptif kuantitatif. Populasinya ialah semua pengguna aplikasi DANA. Sampel penelitian ini berjumlah 214 responden. Penggunaan teknik analisis data ialah analisis regresi linier berganda. Pada hasil penelitiannya ditunjukkan bahwa kemudahan (X1) memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan (Y) dengan nilai $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$. Fitur layanan (X2) memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan (Y) dengan nilai $\text{Sig. } 0,001 < 0,05$. Sedangkan secara simultan (X1) dan Fitur layanan (X2) mempunyai pengaruh terhadap Minat menggunakan (Y) dengan persentase 26,2%, tetapi 73,8% terpengaruh variabel lain yang tak ada dalam model penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Siti Rodiah, (2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang	Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat	Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 orang	Analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-wallet. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi Persepsi Risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet
2	Widya Desita, (2022)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet)	Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan Minat	sampel pada penelitian ini adalah 247 responden	SPSS versi 25	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet. Sedangkan persepsi

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi-wallet.
3	Wicky T. J Laloan, (2023)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment Qris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado	Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Minat	Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden	Smart PLS 3.2.8	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna, Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna. Kemudahan penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Resiko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
4	Sati et al., (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Minat	Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden	SmartPLS 2.0	Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan emoney,

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		Risiko Terhadap Minat Menggunakan emoney (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)				persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan emoney, persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan emoney
5	Nurya Dina Abriliya dan Tri Sudarwanto (2020)/	Pengaruh Persepsi kemudahan dan Fitur Layanan terhadap minat menggunakan EWalet pada aplikasi dana di Surabaya	Persepsi kemudahan, Fitur Layanan, minat	214 responden	regresi linier berganda	Kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Minat menggunakan ewallet pada aplikasi DANA di Surabaya

2.2 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar dalam penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi suatu peneliti. Berikut ini adalah pembahasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini:

2.2.1 Minat

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan hal yang penting bagi pengguna e-wallet. Bila pengguna meyakini bahwa e-wallet sulit untuk digunakan tentu tidak diminati oleh generasi z yang memiliki ciri minimalis. Sebaliknya, bila e-wallet dirasa mudah dalam penggunaannya maka minat menggunakan e-wallet semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan membuat pengguna berminat menggunakan uang elektronik karena uang elektronik dinilai mudah untuk digunakan sebagai suatu sarana pembayaran transaksi dan mudah untuk dipelajari cara penggunaannya. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Febrilia et al. (2020) menyatakan jika seseorang merasa bahwa aplikasi yang ia miliki tidak membutuhkan usaha yang keras dalam pengoperasiannya, maka minat orang tersebut untuk kembali menggunakan sistem aplikasi yang sama pun akan semakin besar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Chen (2019) dan Makanyeza (2017).

Menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2007), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012) dalam Priambodo & Prabawani (2016) minat adalah sesuatu yang timbul setelah

melihat rangsangan dari produk yang dilihatnya.

Minat menggunakan e-wallet didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan e-wallet sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik (Seetharaman, 2017).

Indikator minat menurut Walgito (2004) terdiri dari tiga indikator, sebagai berikut:

1. Ketertarikan pada obyek minat, yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada sistem.
2. Perasaan senang, yaitu calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan sistem terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan sistem dalam bertransaksi.
3. Kecenderungan untuk menggunakan, yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan sistem dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan sistem yang tinggi

Menurut Priambodo & Priambodo (2016) minat untuk menggunakan terdiri dari beberapa indikator, antara lain:

- 1) Keinginan untuk menggunakan
Ketertarikan terhadap sistem informasi sehingga muncul rasa penasaran dan rasa ingin menggunakan produk uang elektronik.
- 2) Selalu mencoba menggunakan

Usaha yang dilakukan untuk terus menggunakan uang elektronik.

3) Berlanjut di masa yang akan datang

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

Berdasarkan penjelasan diatas maka secara sederhana minat menggunakan e-wallet merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan e-wallet sebagai alat pembayaran. Indikator minat menggunakan sistem informasi yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan menurut Priambodo & Priambodo (2016) yaitu keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang.

2.2.2 Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan di mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan.

kemudahan penggunaan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Jogiyanto, 2007). kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut, 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. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

Menurut Kademaunga & Phiri (2019) kemudahan penggunaan yaitu tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. kemudahan penggunaan dapat berkontribusi dengan cara yang berperan dalam meningkatkan kinerja seseorang. kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah lebih positif.

kemudahan penggunaan memiliki beberapa sumber indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur. Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan menurut Pratiwi et al. (2017):

1. Penggunaan yang mudah dipelajari.
2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami.

3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar.
4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.2.3 Kemanfaatan

Menurut Gefen et al. (2003) dalam Priyono (2017) mengungkapkan bahwa kemanfaatan menunjukkan penilaian subjektif dari manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkannya. Penilaian positif terhadap faktor kemanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi. Jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat atau sistem yang digunakan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Konsep manfaat dari sistem yang digunakan adalah berkaitan dengan produktivitas, kinerja dalam mengerjakan tugas, efektifitas, pentingnya bagi pekerjaan serta kebermanfaat secara keseluruhan (Pratiwi et al. 2017).

Sistem pembayaran elektronik seperti *e-wallet* memberikan banyak manfaat daripada menggunakan uang tunai maupun non-tunai. Penggunaan *e-wallet* dapat menghindarkan dari kesalahan penghitungan kembalian, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi menggunakan *e-wallet* lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan alat pembayaran seperti ATM, kartu debit, kartu kredit yang memerlukan PIN atau tanda tangan pengguna.

kemanfaatan memiliki beberapa sumber indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur. Menurut Pratiwi et al. (2017) indikator pengukur kemanfaatan terdiri dari:

1. Meningkatkan produktivitas.

2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Mengurangi waktu bertransaksi.
4. Sangat bermanfaat.

Venkatesh dan Davis (2000) dalam Oentario et al (2017) membagi dimensi kemanfaatan menjadi berikut:

1. *Improves job performance* (penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu).
2. *Increases productivity* (penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu).
3. *Increases effectiveness* (penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu).
4. *The system is useful* (penggunaan sistem bermanfaat bagi individu).

Menurut Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) membagi konstruk untuk pengukuran kemanfaatan menjadi 6, antara lain :

1. *Work More Quickly* (mempercepat pekerjaan)

Sistem informasi menjadikan pekerjaan yang dilakukan oleh pengguna dapat dikerjakan lebih cepat.

2. *Job Performance* (meningkatkan kinerja pekerjaan)

Sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaan pengguna.

3. *Increase Productivity* (meningkatkan produktivitas)

Sistem informasi dimanapun dan kapanpun dapat meningkatkan produktivitas pengguna.

4. *Effectiveness* (efektivitas)

Penggunaan sistem informasi dapat meningkatkan keefektifan

dalam pekerjaan.

5. *Makes Job Easier* (mempermudah pekerjaan)

Sistem informasi memberikan kemudahan dalam pekerjaan sehingga lebih efisien.

6. *Useful* (bermanfaat)

Sistem informasi dapat memberikan kebermanfaatan yang mendukung pekerjaan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemanfaatan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Selain itu konstruk persepsi kemanfaatan merupakan konstruk paling signifikan dan penting mempengaruhi sikap, minat dan perilaku di dalam menggunakan teknologi informasi dibandingkan dengan konstruk yang lain. kemanfaatan dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Kegunaan, meliputi beberapa ukuran yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, dan dapat menambah produktivitas.
2. Efektivitas, meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu dapat mempertinggi efektivitas serta dapat mengembangkan kinerja pekerjaan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana kemanfaatan adalah keyakinan pengguna sistem informasi mengenai manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Indikator kemanfaatan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan oleh Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan produktivitas, efektivitas,

mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat.

2.2.4 Persepsi Risiko

Menurut Sjöberg et al. (2004) dalam Andriyano (2014) Persepsi Risiko merupakan penaksiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikkan kecelakaan yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan konsekuensi yang ditimbulkan. Persepsi Risiko mencakup evaluasi kemungkinan atas konsekuensi dari akibat yang negatif.

Menurut Pavlou (2003) mengungkapkan bahwa Persepsi Risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur Persepsi Risiko pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Berupa adanya Persepsi Risiko tertentu

Mengetahui informasi-informasi terkait Persepsi Risiko atau kerugian yang akan didapat saat menggunakan produk atau layanan.

2. Mengalami kerugian

Kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi pada saat menggunakan produk atau layanan yang dapat merugikan pengguna.

3. Pemikiran bahwa Persepsi Risiko

Berpikir tentang kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi sebagai suatu konsekuensi negatif dari penggunaan sebuah produk atau layanan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana Persepsi Risiko merupakan kepercayaan akan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam bertransaksi menggunakan layanan. Indikator

Persepsi Risiko yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan oleh Pavlou (2003) yaitu berupa adanya Persepsi Risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa bePersepsi Risiko.

2.2.5 Kepercayaan

Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung Persepsi Risiko. Kondisi yang Persepsi Risiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan Mayer & Davis (1995) dalam Priyono (2017). Kepercayaan adalah faktor higienis. Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai hambatan untuk mengadopsi e-wallet (Seetharaman, 2017). Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi sebuah produk. Kepercayaan yang dimiliki mampu mengatasi adanya persepsi yang muncul. Meskipun mereka percaya akan adanya Persepsi Risiko, akan tetapi adanya kepercayaan tetap mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Kepercayaan memiliki beberapa sumber indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur Menurut Mayer & Davis (1995) dalam Priyono (2017), kepercayaan dapat dibentuk melalui tiga dimensi yaitu:

1. Kemampuan (ability).

Mengacu pada kompetensi dan karakteristik dari penyedia usaha.

2. Kebaikan hati (benevolence).

Merupakan kemauan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3. Integritas (integrity)

Berkaitan dengan bagaimana perilaku dalam menjalankan usahanya, apakah informasi yang diberikan kepada nasabah benar dan sesuai dengan fakta atau tidak.

Menurut Utami & Kusumaningsih (2016) terdapat 3 indikator mengenai kepercayaan (trust). Ketiga indikator tersebut adalah :

1. Menjaga kerahasiaan data pengguna
2. Menjaga kepercayaan pengguna
3. Menjaga keamanan proses transaksi

Sindi Pamungkas (2018) dalam Chauhan (2018) mengukur kepercayaan dengan indikator sebagai berikut :

1. Terpercaya.
2. Perlindungan terhadap produk.
3. Keamanan produk.
4. Menjaga kualitas produk.

Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana kepercayaan adalah keyakinan bahwa yang pihak yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Indikator kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan menurut Mayer & Davis (1995) dalam Priyono (2017) yaitu kemampuan, kebaikan hati, dan integritas.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

kemudahan penggunaan merupakan hal yang penting bagi pengguna e-wallet. Bila pengguna pengguna meyakini bahwa e-wallet sulit untuk digunakan

tentu tidak diminati oleh generasi milenial yang memiliki ciri minimalis. Sebaliknya, bila e-wallet dirasa mudah dalam penggunaannya maka minat menggunakan e-wallet semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan membuat pengguna berminat menggunakan uang elektronik karena uang elektronik dinilai mudah untuk digunakan sebagai suatu sarana pembayaran transaksi dan mudah untuk dipelajari cara penggunaannya. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Febrilia et al. (2020) menyatakan jika seseorang merasa bahwa aplikasi yang ia miliki tidak membutuhkan usaha yang keras dalam pengoperasiannya, maka minat orang tersebut untuk kembali menggunakan sistem aplikasi yang sama pun akan semakin besar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Chen (2019) dan Makanyeza (2017).

2.3.2 Hubungan antara kemanfaatan terhadap minat

Maghfira (2018) menyatakan bahwa sebelum mengambil keputusan seseorang memiliki banyak pertimbangan, salah satunya adalah mempertimbangkan manfaat dari suatu produk atau layanan yang akan diambil atau digunakan, seseorang akan menggunakan produk atau layanan yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat untuk mendukung kinerja pekerjaan mereka menjadi lebih efektif dan juga dalam hal-hal lain. Selain itu, Jogiyanto (2007) menemukan bahwa konstruk persepsi kemanfaatan merupakan penyebab utama minat menggunakan sistem. Dengan demikian, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Jadi dalam hal ini persepsi kemanfaatan yang tinggi dapat

menjadi sebab minat yang tinggi pula untuk menggunakan e-wallet.

2.3.3 Hubungan antara Persepsi Risiko terhadap minat

Penelitian Priambodo & Prabawani (2016) menyatakan bahwa Persepsi Risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat masyarakat menggunakan uang elektronik untuk mengambil bagian dalam kegiatan bertransaksi sehingga persepsi Persepsi Risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan suatu transaksi. Namun, bila terjadi suatu konsekuensi atau ketidakpastian pada saat bertransaksi maka tidak selamanya pengguna teknologi tidak menginginkan untuk menggunakan kembali, tetapi akan mempertimbangkan lagi untuk menggunakan atau tidak menggunakannya. Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung Persepsi Risiko, dan dalam kondisi yang berpersepsi Risiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hampshire (2017) dan Chen (2019).

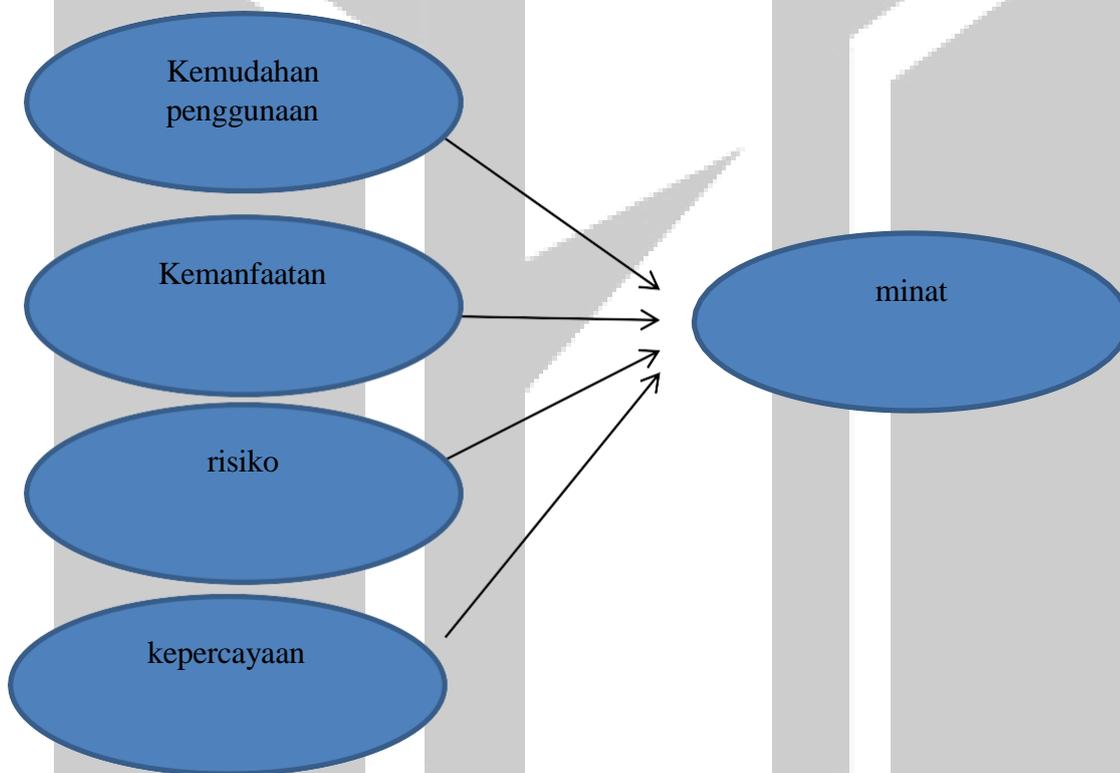
2.3.4 Hubungan antara kepercayaan terhadap minat

Kepercayaan merupakan pondasi bisnis yang penting. Transaksi bisnis antara dua pihak akan terjadi apabila saling mempercayai. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui mitra bisnis. Kepercayaan harus dibangun mulai awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan merujuk pada suatu konsep yang terdiri dari tiga karakter, yaitu kemampuan, *benevolence* (kebaikan hati), dan integritas. Kepercayaan yang dimiliki pengguna e-wallet mampu mengatasi adanya persepsi yang muncul. Meskipun mereka percaya akan adanya Persepsi Risiko, akan tetapi adanya kepercayaan tetap mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi

(Priyono, 2017). Artinya, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan e-wallet maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakannya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Shanker (2018) dan Prayitno (2018).

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pemikiran sebelumnya, maka bisa diambil kaitannya antara kemudahan penggunaan, kemanfaatan, Persepsi Risiko, kepercayaan dan minat dengan kerangka pemikiran dengan Gambar 2.12. sebagai berikut:



Sumber: Sandi Aji (2024)

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

Penelitian ini dapat diambil beberapa hipotesis sebagai tolak ukur awal untuk penelitian ini yang mendasari pada teori dan penelitian terdahulu:

- H1 : kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi z.
- H2 : kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi z.
- H3 : Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi z.
- H4 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi z.