

## **BAB II**

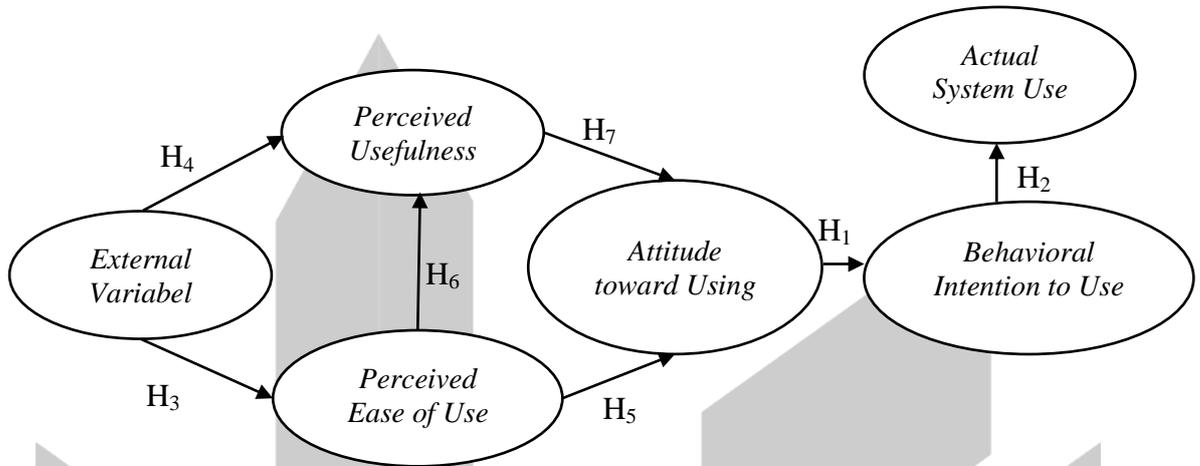
### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **2.1.1 Ahmad Galih Nur Jati, Ferdi Puguh Margono, Taufiq Arinta Ardiyono, Anita Wulansari (2023)**

Topik pada penelitian tersebut adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan QRIS pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Surabaya dengan menggunakan model TAM. Penelitian tersebut mengukur variabel endogen yang terdiri dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Variabel eksogen dari penelitian tersebut adalah sikap terhadap penggunaan dan niat berperilaku pada penggunaan QRIS yang di mediasi oleh sikap. Teknik pengambilan sampel pada penelitian tersebut adalah *purposive sampling*. Sampel pada penelitian tersebut berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Kerangka penelitian dari penelitian tersebut tercantum pada Gambar 2.1.



Sumber : Jati *et al.*, (2023)

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Ahmad Galih Nur Jati, Ferdi Puguh Margono, Taufiq Arinta Ardiyono, Anita Wulansari (2023)

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

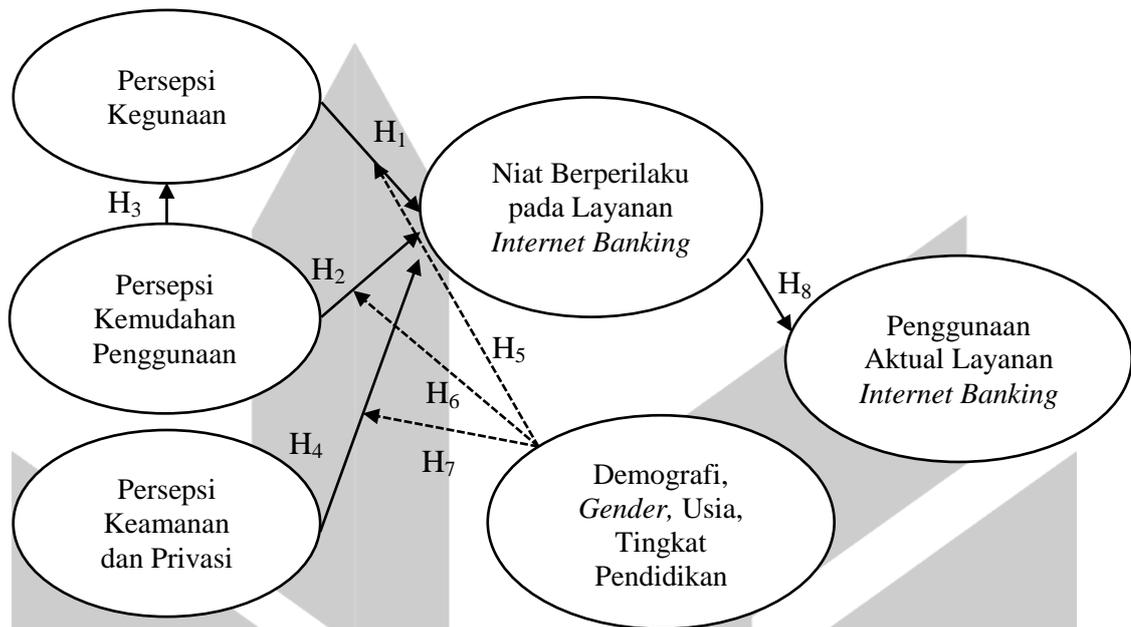
- a. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan positif serta signifikan terhadap sikap penggunaan QRIS.
- b. Persepsi kemudahan penggunaan negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan QRIS.
- c. Sikap terhadap penggunaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku untuk menggunakan QRIS.
- d. Variabel eksternal positif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan penggunaan QRIS.
- e. Niat berperilaku positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual QRIS.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah objek penelitian yaitu QRIS dan menggunakan konsep TAM pada pengukuran variabel-variabelnya. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan mengukur

variabel persepsi kepercayaan, sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel tersebut.

### **2.1.2 Ellen Theresia Sihotang, Dewi Murdiawati (2022)**

Topik pada penelitian tersebut adalah pengukuran perilaku penerimaan layanan *internet banking* yang dimoderasi dengan elemen demografi berdasarkan konsep TAM. Penelitian tersebut menggunakan variabel bebas persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dimediasi dengan sikap. Variabel terikat adalah niat berperilaku pada penggunaan layanan *internet banking*. Penelitian tersebut menggunakan variabel moderasi demografi yang meliputi *gender*, usia dan tingkat pendidikan. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan sampel *judgement sampling*, yaitu nasabah perseorangan bank konvensional dan syariah di Surabaya yang telah menggunakan layanan internet banking minimal enam bulan dengan jumlah responden 282 orang. Pengambilan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada pengguna layanan *internet banking*. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM. Kerangka penelitian tersebut digambarkan pada Gambar 2.2.



Sumber : Sihotang & Murdiawati, (2022)

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Ellen Theresia Sihotang & Dewi Murdiawati (2022)

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan privasi positif serta signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan *internet banking*.
- b. Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.
- c. *Gender*, usia, dan tingkat pendidikan memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat berperilaku secara signifikan.
- d. *Gender* dan usia memoderasi persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan terhadap niat berperilaku pada layanan *internet banking*. Namun, tingkat pendidikan tidak memoderasi persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku pada layanan *internet banking*.

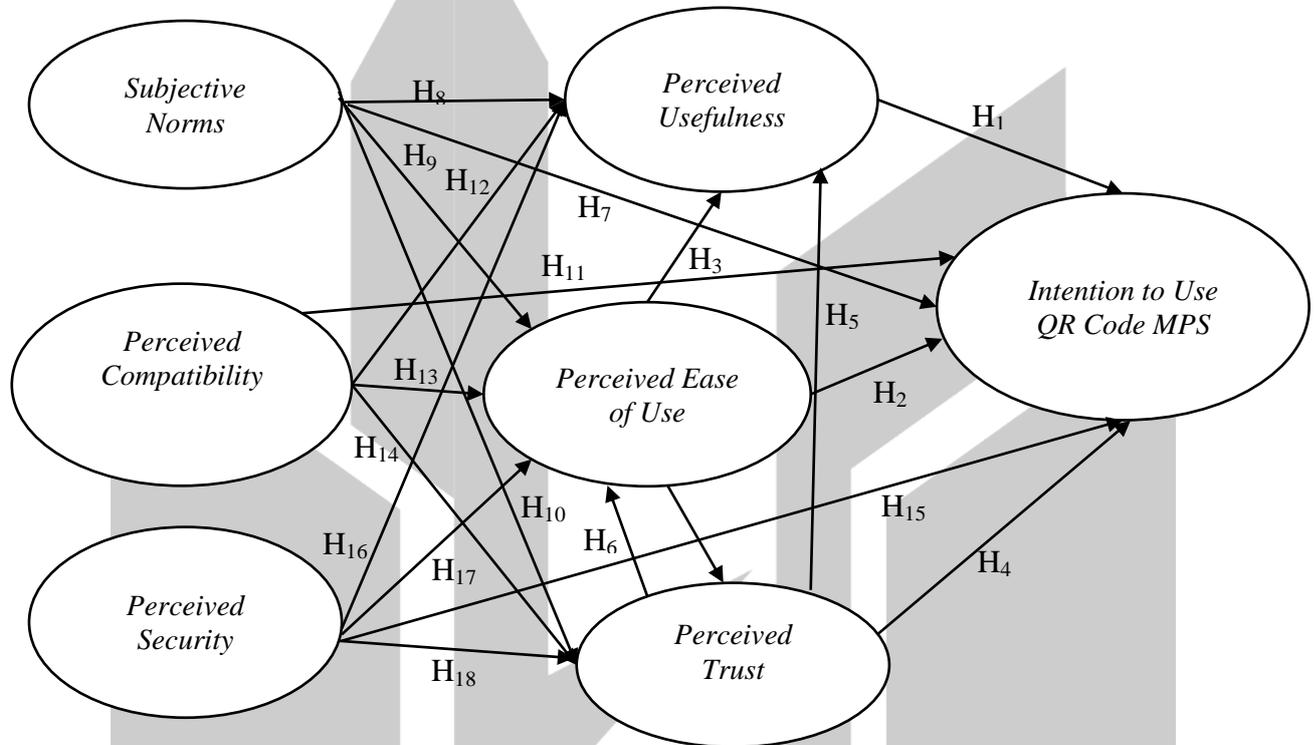
- e. *Gender* dan usia tidak memoderasi persepsi keamanan dan privasi terhadap niat berperilaku pada layanan *internet banking*. Namun, tingkat pendidikan memoderasi secara signifikan persepsi keamanan dan privasi terhadap niat berperilaku pada layanan *internet banking*.
- f. Niat berperilaku pada layanan *internet banking* positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual layanan *internet banking*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah pada kesamaan konsep TAM dengan konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai variabel bebas. Perbedaannya pada penelitian tersebut menggunakan variabel bebas persepsi keamanan dan privasi, sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan variabel persepsi kepercayaan. Objek penelitian tersebut adalah layanan *internet banking*, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan layanan QRIS sebagai objek penelitian.

### **2.1.3 Cansu Türker, Burak Bisa Altay, Abdullah Okumus (2022)**

Topik pada penelitian yang dilakukan oleh Türker *et al.*, (2022) adalah prediksi teknologi dan perubahan sosial dengan fokus pada pemahaman penerimaan penggunaan pada sistem pembayaran seluler kode QR dengan menggunakan kerangka teori TAM. Variabel bebas dari penelitian tersebut adalah persepsi kepercayaan, persepsi kompatibilitas, persepsi kegunaan, dan persepsi keamanan. Variabel terikat pada penelitian tersebut adalah niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran *QR code*. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *convenience sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan metode survey kepada 485 pengguna kode QR-MPS di Turki.

Teknik analisis data dari penelitian tersebut menggunakan PLS-SEM. Adapun kerangka penelitiannya tercantum pada Gambar 2.3.



Sumber : Türker *et al.*, (2022)

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran Cansu Türker, Burak Bisa Altay, Abdullah Okumus (2022)

Kesimpulan dari penelitian ini tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan serta norma subjektif positif dan tidak signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS.
- b. Persepsi kepercayaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi kegunaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS.

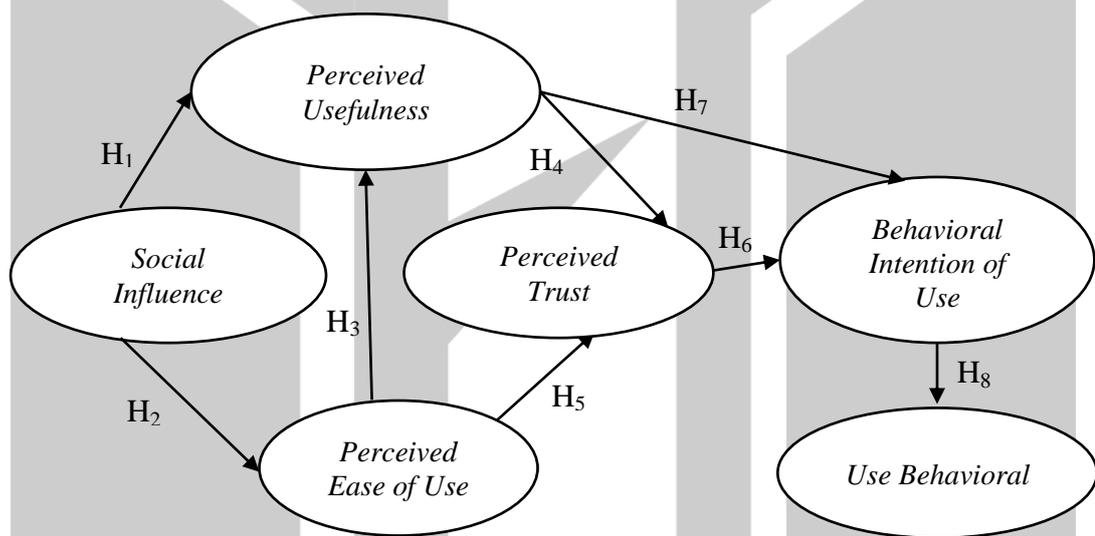
- c. Persepsi keamanan negatif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS.
- d. Persepsi kemudahan, norma subjektif, persepsi kompatibilitas, serta persepsi keamanan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.
- e. Persepsi kepercayaan positif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan.
- f. Persepsi kompatibilitas serta norma subjektif positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan.
- g. Norma subjektif, persepsi kompatibilitas, serta persepsi keamanan positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan tidak mengukur variabel persepsi kompatibilitas, norma subjektif, dan persepsi keamanan.

#### **2.1.4 Ali Gunawan, Alifia Farrah Fatikasari, Selva Aisah Putri (2023)**

Topik pada penelitian tersebut mengukur pengaruh penggunaan QRIS terhadap transaksi pembayaran dengan konsep TAM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penggunaan QRIS dan kepuasan pengguna QRIS. Penelitian ini menggunakan metode TAM untuk mengukur faktor-faktor seperti pengaruh sosial, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap niat dan perilaku penggunaan QRIS. Variabel endogen penelitian tersebut adalah pengaruh sosial, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. Variabel eksogen pada penelitian tersebut

adalah niat penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian tersebut menggunakan *random sampling*. Sampel pada penelitian tersebut berjumlah 576 responden yang merupakan pengguna QRIS dengan rentang usia 17 hingga 35 tahun. Teknik pengambilan data dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan menggunakan *Google Form (G-Form)*. Teknik analisis data dari penelitian tersebut menggunakan PLS-SEM. Kerangka penelitian tersebut tercantum pada Gambar 2.4



Sumber: Gunawan *et al.*, (2023)

Gambar 2.4

Kerangka Pemikiran Ali Gunawan, Alifia Farrah Fatikasari, dan Selva Aisah Putri (2023)

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Pengaruh sosial positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan QRIS.

- b. Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan penggunaan QRIS.
- c. Persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan positif serta signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan QRIS.
- d. Persepsi kemudahan penggunaan QRIS positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan.
- e. Persepsi kegunaan penggunaan QRIS positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan.
- f. Niat berperilaku positif dan signifikan terhadap perilaku pada penggunaan QRIS.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan konsep TAM. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan tidak mengukur variabel pengaruh sosial (*social influence*) sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian terdahulu mengukur variabel tersebut sebagai variabel bebas.

Tabel 2.1  
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Galih Nur Jati, Ferdi Puguh Margono, Taufiq Arinta Ardiyono, Anita Wulansari (2023)	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan QRIS pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Surabaya dengan menggunakan model TAM.	<p>Variabel eksogen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Persepsi kegunaan</li> <li>Persepsi kemudahan</li> <li>Sikap penggunaan</li> </ol> <p>Variabel endogen: Niat berperilaku</p>	Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan karyawan dari UMKM di Surabaya	PLS-SEM	<ol style="list-style-type: none"> <li>Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan positif serta signifikan terhadap sikap penggunaan QRIS.</li> <li>Persepsi kemudahan penggunaan negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan QRIS.</li> <li>Sikap terhadap penggunaan positif dan</li> </ol>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>signifikan terhadap niat berperilaku untuk menggunakan QRIS.</p> <p>d. Variabel eksternal positif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan penggunaan QRIS.</p> <p>e. Niat berperilaku positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual QRIS.</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
2.	Ellen Theresia Sihotang, Dewi Murdiawati (2022)	Faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam menggunakan layanan internet banking.	Variabel eksogen: a. Persepsi kegunaan b. Persepsi kemudahan penggunaan c. Persepsi keamanan dan privasi  Variabel endogen: a. Niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i> b. Penggunaan aktual	Nasabah bank konvensional dan syariah di Surabaya yang menggunakan layanan internet banking sebanyak 282 responden.	PLS-SEM	a. Persepsi kegunaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan <i>internet banking</i> . b. Persepsi kemudahan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan <i>internet banking</i> . c. Persepsi keamanan dan privasi positif serta signifikan terhadap niat

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>berperilaku pada penggunaan <i>internet banking</i>.</p> <p>d. Persepsi kemudahan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.</p> <p>e. <i>Gender</i>, usia, dan tingkat pendidikan memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat berperilaku secara signifikan</p> <p>f. <i>Gender</i> dan usia memoderasi</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan terhadap niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i>. Namun, tingkat pendidikan tidak memoderasi persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i>.</p> <p>g. <i>Gender</i> dan usia tidak memoderasi</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>persepsi keamanan dan privasi terhadap niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i>. Namun, tingkat pendidikan memoderasi secara signifikan persepsi keamanan dan privasi terhadap niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i>.</p> <p>h. Niat berperilaku pada layanan <i>internet banking</i> positif dan signifikan terhadap</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						penggunaan aktual layanan <i>internet banking</i> .
3.	Cansu Türker, Burak Bisa Altay, Abdullah Okumus (2022)	Peramalan teknologi dan perubahan sosial dengan fokus pada pemahaman penerimaan pengguna terhadap sistem pembayaran seluler kode QR dengan menggunakan kerangka teori TAM	Variabel eksogen: a. Persepsi kegunaan b. Persepsi kemudahan penggunaan c. Persepsi keamanan d. Persepsi kompatibilitas e. Persepsi kepercayaan f. Norma subjektif  Variabel endogen: Niat berperilaku	Sampel penelitian ini sebanyak 485 responden, targetnya adalah pengguna sistem pembayaran seluler kode QR di Turki	PLS-SEM	a. Persepsi kemudahan serta norma subjektif positif dan tidak signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS b. Persepsi kepercayaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi kegunaan positif dan

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS.</p> <p>c. Persepsi keamanan negatif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan sistem pembayaran seluler kode QR MPS.</p> <p>d. Persepsi kemudahan, norma subjektif,</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>persepsi kompatibilitas, serta persepsi keamanan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.</p> <p>e. Persepsi kepercayaan positif dan tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan.</p> <p>f. Persepsi kompatibilitas serta norma subjektif positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan.</p> <p>g. Norma</p>

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						subjektif, persepsi kompatibilitas, serta persepsi keamanan positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan.
4.	Ali Gunawan, Alifia Farrah Fatikasari, Selva Aisah Putri (2023)	Pengaruh penggunaan QRIS terhadap transaksi pembayaran harian dengan menggunakan kerangka TAM	Variabel eksogen: a. Pengaruh sosial b. Persepsi kegunaan c. Persepsi kemudahan penggunaan d. Persepsi kepercayaan	Responden sebanyak 576 orang terdiri dari pengguna QRIS di berbagai wilayah di Indonesia	PLS-SEM	a. Pengaruh sosial positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan QRIS b. Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
			Variabel endogen: a. Niat berperilaku b. Perilaku penggunaan			terhadap persepsi kegunaan penggunaan QRIS c. Persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan positif serta signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan QRIS. d. Persepsi kemudahan penggunaan QRIS positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan. e. Persepsi

No.	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						kegunaan penggunaan QRIS positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan. f. Niat berperilaku positif dan signifikan terhadap perilaku pada penggunaan QRIS

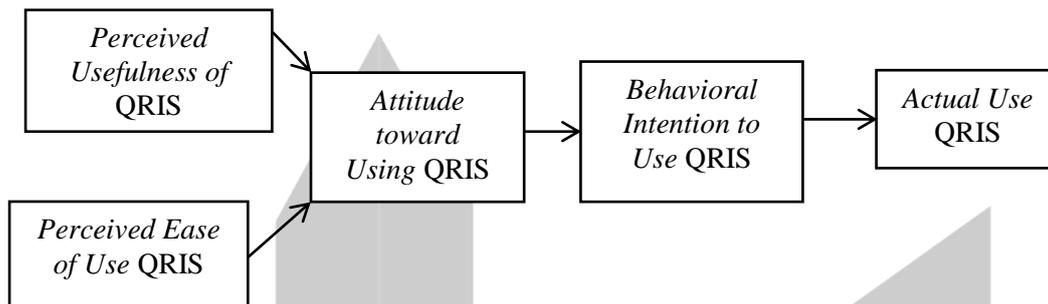
Sumber : Gunawan *et al.*, (2023); Jati *et al.*, (2023); Sihotang & Murdiawati, (2022); Türker *et al.*, (2022)

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana teknologi diterima dari sudut pandang pengguna. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis, (1989) sebagai aplikasi pengembangan *Theory of Reasoned Action/ TRA* (Ajzen, 2012 ; Fishbein & Ajzen, 1975) yang dirancang untuk memodelkan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi sikap dalam penerimaan teknologi informasi adalah persepsi pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi. Persepsi ini menjadi dasar bagi individu untuk menilai manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi sebagai tolak ukur penerimaan suatu teknologi (Rafiani *et al.*, 2024).

Teori TAM memiliki dua faktor utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Pada penelitian Davis, (1989) menjelaskan bahwa penggunaan sebuah sistem informasi ditentukan oleh minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Sebaliknya, minat penggunaan ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan suatu sistem. Adapun konsep dari TAM tercantum pada Gambar 2.5



Sumber : Davis (1989)

Gambar 2.5  
Kerangka Model TAM

### 2.2.2 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan adalah persepsi terhadap tingkat kegunaan dari teknologi tertentu yang digunakan. Kegunaan sebagai manfaat yang ditawarkan oleh suatu sistem akan mempengaruhi persepsi individu, sehingga penggunaannya akan meningkat (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Huddin & Masitoh, (2021) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap pada penggunaan *mobile payment* dengan menganalisis bahwa responden merasakan manfaat ketika menggunakan layanan tersebut karena mengefisienkan waktu, meningkatkan efektifitas kerja, dan mendorong sikap positif terhadap penerimaan layanan.

Persepsi kegunaan merupakan suatu keadaan yang dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Shomad & Purnomosidhi, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Türker *et al.*, (2022) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat berperilaku pada sistem pembayaran seluler kode QR MPS, karena mengefisienkan waktu pada saat melakukan transaksi pembayaran.

### **2.2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada persepsi individu terhadap kesederhanaan penggunaan sistem tertentu. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan sistem atau inovasi tertentu akan memerlukan tenaga fisik atau kognitif yang minimal. Kemungkinan adopsi pelanggan terhadap suatu inovasi atau sistem berkorelasi positif dengan kemudahan pembelajaran dan kegunaannya (Sang, 2023)

Persepsi kemudahan penggunaan digunakan untuk mengukur kepercayaan seseorang terhadap kemudahan penggunaan teknologi dan pemahamannya, sehingga pengguna terbebas dari kesulitan yang dirasakan (Rafiani *et al.*, 2024). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah ukuran dimana seseorang memiliki kepercayaan suatu teknologi dapat dengan mudah untuk dipelajari dan diimplementasikan serta dapat membantu pekerjaan tertentu (Davis, 1989).

### **2.2.4 Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)**

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang menyusun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan atas niat atau perilaku orang lain (Wang *et al.*, 2015). Persepsi kepercayaan berkaitan keamanan dan privasi dari teknologi pembayaran tertentu (Kosim & Legowo, 2021; Madan & Yadav, 2016) sehingga memerlukan kesiapan individu untuk mengambil perilaku tertentu tanpa memiliki pengalaman atau informasi masa lalu tentang upaya tersebut. Kepercayaan dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi keinginan pengguna secara signifikan. Hal tersebut mengacu pada pandangan

pelanggan mengenai sistem pembayaran yang dapat dipercaya berkaitan dengan kebijakan keamanan dan privasi yang diterapkan.

Persepsi kepercayaan merupakan keadaan individu dalam menetapkan niat untuk menerima kepekaan perilaku individu (Gunawan *et al.*, 2023). Persepsi kepercayaan menyangkut kepercayaan konsumen terhadap kemampuan produk untuk memberikan manfaat atau tidak. Persepsi kepercayaan memiliki peran penting dalam memahami bagaimana kepercayaan mempengaruhi sikap pengguna serta factor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi kepercayaan (Rafiani *et al.*, 2024).

#### **2.2.5 Sikap terhadap Penggunaan (*Attitude toward Using*)**

Sikap terhadap penggunaan mengacu pada perasaan individu sebagai evaluasi yang disukai atau tidak disukai, atau kecenderungan untuk bertindak terhadap suatu objek atau informasi. Pengamat dapat memahami watak psikologis, kesukaan dan ketidaksukaan seseorang terhadap suatu objek atau subjek dengan cara mengkaji sikapnya. Sikap seseorang dapat mempengaruhi penilaian, kegiatan pada proses informasi, dan perilakunya (Sang, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Suebrimat & Vonguai, (2021) menyatakan bahwa sikap merupakan faktor yang menguntungkan dimana perilaku tertentu bersifat positif atau negatif. Sikap yang disukai atau tidak disukai secara langsung mempengaruhi perilaku dan keyakinan mengenai kemungkinan hasil. Sikap berkembang seiring berjalannya waktu ketika adanya pengalaman dari penggunaan suatu sistem teknologi tertentu (Liébana-Cabanillas *et al.*, 2015).

### 2.2.6 Niat Berperilaku (*Behavioral Intention to Use*)

Niat berperilaku pada penggunaan teknologi tertentu merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Shomad & Purnomosidhi, (2013) menyatakan bahwa niat berperilaku menggunakan merupakan suatu keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Niat berperilaku dapat juga dideskripsikan sebagai suatu perilaku yang ditunjukkan melalui hal-hal positif, rekomendasi, penggunaan jangka panjang, atau kesediaan untuk membayar harga premium berdasarkan kemampuan penyedia aplikasi dalam memberikan kepuasan (Purnamaningsih *et al.*, 2017).

Niat berperilaku merujuk pada kecenderungan atau kemauan individu, khususnya gen-Z dalam menggunakan sistem pembayaran seluler kode QR MPS (Türker *et al.*, 2022). Niat berperilaku mencerminkan keputusan yang diambil oleh pengguna berdasarkan evaluasi terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan pengaruh sosial (Türker *et al.*, 2022).

### 2.2.7 *Stimulus Organism Response (S-O-R)*

S-O-R adalah salah satu model paling berpengaruh dan menyeluruh yang digunakan sebagai landasan teoritis untuk perilaku konsumen. Hasil dari penelitian tersebut mencerminkan kekuatan prediksi yang signifikan ketika menyelidiki reaksi individu terhadap *stimulus* eksternal yang baru dan tiba-tiba (Sherman *et al.*, 1997). S-O-R terdiri dari tiga tahap yaitu *stimulus*, *organism*, *response*. *Stimulus* mengacu pada lingkungan sosial atau isyarat lingkungan yang

dapat membangkitkan respon atau perubahan psikologis dan perilaku individu (Eroglu *et al.*, 2003) Penelitian yang dilakukan oleh Eroglu *et al.*, (2001) juga menyatakan bahwa dalam kerangka S-O-R, *stimulus* dikonseptualisasikan sebagai pengaruh yang membangkitkan individu. Ini adalah faktor yang mempengaruhi keadaan internal *organism*, dan *response* dijelaskan sebagai perilaku akhir yang ditunjukkan oleh pengguna.

### **2.2.8 Gen-Z**

Gen-Z adalah generasi yang dilahirkan pada periode 1997-2012 (Dimock, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Tangkelangan *et al.*, (2022) menyatakan bahwa gen-Z adalah generasi teknologi yang telah dikenalkan dengan teknologi internet sejak usia dini. Gen-Z terlahir pada era internet, sehingga generasi tersebut dikenal juga dengan generasi internet. Generasi tersebut mengenal internet dengan maksud untuk mencari berbagai informasi sebelum mengambil keputusan termasuk keputusan pada pembelian suatu barang atau jasa tertentu (Haqi & Astuti, 2024).

### **2.2.9 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

Penggunaan uang elektronik QRIS merupakan sebuah inovasi dalam mewujudkan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan membantu memudahkan kebutuhan aktivitas masyarakat Indonesia (Yuliati & Handayani, 2021). Kode *Quick Response* (QR) merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi dimana terdapat kumpulan informasi berkode tentang pengguna, nominal transaksi, dan mata uang yang digunakan dalam transaksi (Nada *et al.*, 2021). *QR Code* di Indonesia diterbitkan oleh BI dan Asosiasi Sistem

Pembayaran Indonesia (ASPI) yang menjadi standar kode QR untuk transaksi pembayaran non tunai yaitu QRIS.

QRIS bertujuan untuk memudahkan pembayaran digital bagi masyarakat dalam melakukan transaksi non tunai untuk seluruh transaksi jual beli (Rafiani *et al.*, 2024). QRIS dapat memudahkan transaksi pembayaran antara penjual dan pembeli, penjual hanya perlu memberikan *QR Code*, dan pembeli hanya perlu memindai *QR Code* yang disediakan penjual untuk menyelesaikan transaksi pembayaran (Gunawan *et al.*, 2023). QRIS merupakan kode dua dimensi dengan penanda tiga persegi di sudut kiri atas, kiri bawah, dan kanan atas. Model kode ini memiliki modul berwarna hitam berupa titik-titik persegi dan dapat menyimpan data yang dapat digunakan untuk mendukung transaksi pembayaran dengan cara pemindaian (Hasyim *et al.*, 2024)

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Menggunakan QRIS**

Persepsi kegunaan adalah persepsi tingkat kegunaan yang dirasakan pengguna terhadap suatu teknologi. Manfaat yang ditawarkan oleh suatu sistem juga mempengaruhi persepsi seseorang, sehingga penggunaannya akan meningkat (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Zhong *et al.*, (2021) menyatakan bahwa persepsi kegunaan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan sistem teknologi.

### **2.3.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Menggunakan QRIS**

Kemudahan penggunaan adalah tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem (Davis, 1989). Pada penelitian terdahulu menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik mempengaruhi sikap atau perilaku pengguna karena perilaku penggunaan mencerminkan perasaan seseorang terhadap suatu objek tertentu (Hasyim *et al.*, 2024).

### **2.3.3 Persepsi Kegunaan terhadap Niat Berperilaku Penggunaan QRIS**

Persepsi kegunaan pada pengukuran niat berperilaku pada penggunaan QRIS berdasarkan pada penelitian sebelumnya adalah positif dan signifikan (Hasyim *et al.*, 2024; Türker *et al.*, 2022). Hasil tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna terhadap kegunaan QRIS, maka niat berperilaku penggunaan QRIS semakin meningkat (Türker *et al.*, 2022)

### **2.3.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan**

Persepsi kemudahan terhadap pengukuran persepsi kegunaan pada penggunaan QRIS berdasarkan penelitian sebelumnya adalah positif dan signifikan (Gunawan *et al.*, 2023). Hasil tersebut menyatakan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka persepsi kegunaan semakin meningkat (Venkatesh, 2000).

### **2.3.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kepercayaan**

Penelitian yang dilakukan oleh Chawla & Joshi, (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kepercayaan adalah

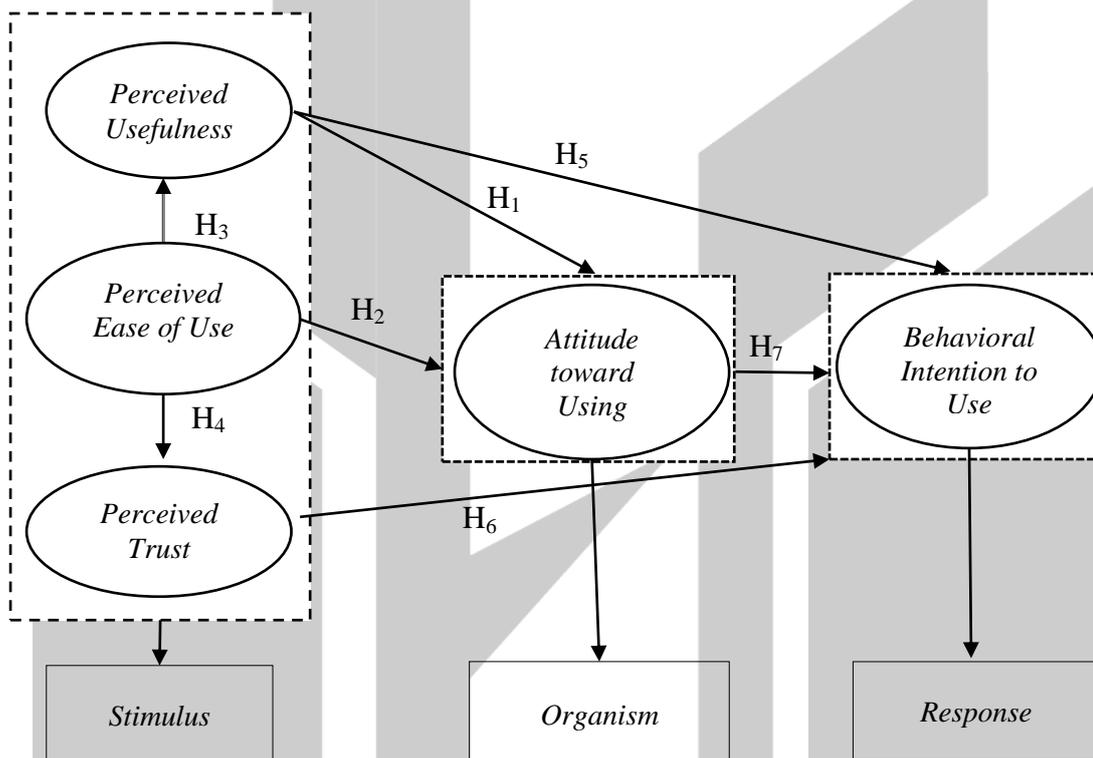
positif dan signifikan. Hasil tersebut menjelaskan persepsi kepercayaan muncul ketika pengguna merasa teknologi tersebut mudah digunakan dan jika pengguna mengalami kesulitan maka pengguna kehilangan kepercayaan terhadap teknologi tersebut (Primandari & Suprapti, 2022)

### **2.3.6 Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Berperilaku pada Penggunaan QRIS**

Persepsi kepercayaan pada pengukuran niat berperilaku pada penggunaan QRIS berdasarkan pada penelitian sebelumnya adalah positif dan signifikan (Türker *et al.*, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan *et al.*, (2023) juga berpendapat bahwa persepsi kepercayaan positif terhadap niat berperilaku pada penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafiani *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan negatif dan tidak signifikan terhadap niat berperilaku pada penggunaan QRIS.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan landasan teori TAM dan konsep S-O-R maka kerangka pemikiran dari penelitian ini tercantum pada Gambar 2.6



Gambar 2.6  
Kerangka Pemikiran

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang didasarkan pada konstruk TAM maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- $H_1$ : Persepsi kegunaan positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan QRIS pada gen-Z
- $H_2$ : Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan QRIS pada gen-Z

- c. H<sub>3</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan QRIS pada gen-Z
- d. H<sub>4</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan
- e. H<sub>5</sub>: Persepsi kegunaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku gen-Z pada penggunaan QRIS.
- f. H<sub>6</sub>: Persepsi kepercayaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku gen-Z pada penggunaan QRIS.
- g. H<sub>7</sub>: Sikap penggunaan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku gen-Z pada penggunaan QRIS.