

BAB II

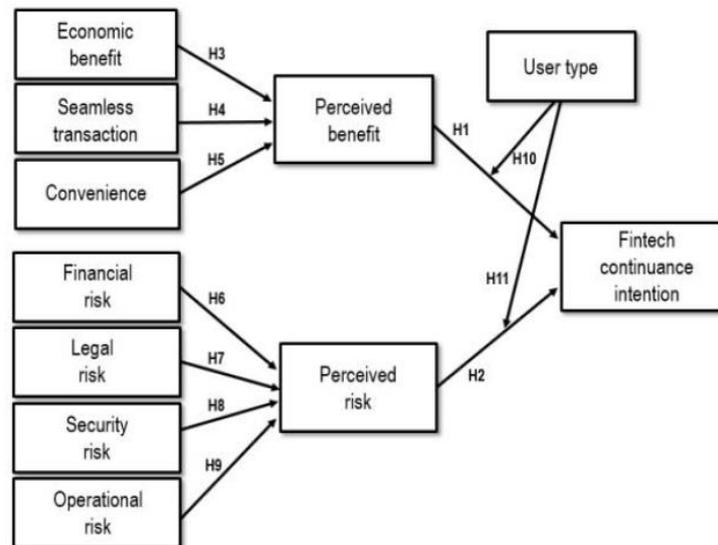
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini pada dasarnya bukan penelitian yang pertama, namun pada sebelum-sebelumnya sudah terdapat beberapa penelitian yang sudah diteliti seperti yang saat ini peneliti sedang teliti dan itulah yang sangat membantu peneliti untuk memberikan referensi seperti berikut ini :

2.1.1 Hyun-Sun Ryu, (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Hyun-Sun Ryu, (2018) ini melakukan penelitian mengenai “*What makes users willing or hesitant to use Fintech*”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk lebih memahami mengapa orang mau atau ragu untuk menggunakan teknologi keuangan (*Fintech*) serta untuk menentukan apakah efek manfaat yang dirasakan dan risiko kelangsungan niat berbeda-beda tergantung pada jenis pengguna. Hal tersebut di uji oleh peneliti terdahulu dengan menggunakan *parsial least square structural equation modeling* dan menggunakan sampel sebesar 265 namun yang digunakan hanya 243 dengan di bantu oleh www.embrio.com (perusahaan riset di korea). Berikut kerangka pemikiran dari peneliti terdahulu.



Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

Persamaan penelitian Hun-Syun Ryu (2018) dengan peneliti adalah:

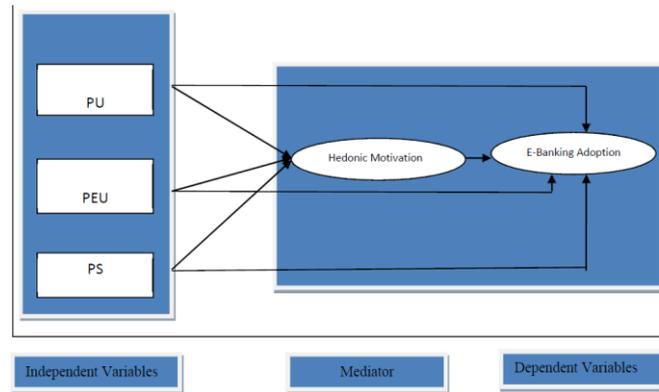
- Terdapat persamaan variabel independen yaitu mengenai persepsi manfaaat ekonomi dan transaksi tanpa hambatan.
- Tedapat Persaman variabel mediasi yaitu persepsi manfaat
- Terdapat persamaan variabel Y yaitu niat penggunaan kembali fintech
- Terdapat persamaan dalam penggunaan alat uji yang sama yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti yaitu menggunakan *Parsial least square structural equation modeling*.

Selain adanya persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti. Juga terdapat perbedaan dari kedua peneliti terkait dengan:

- Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dahulu menggunakan 6 variabel independen sedangkan peneliti menggunakan 2 variabel independen
- Sampel yang digunakan oleh peneliti dahulu menggunakan responden di korea sedangkan peneliti menggunakan responden TokoCashdi SurabayaIndonesia.

**2.1.2 Maruf Gbadebo Salimon, Rushami Zien, Sany Sanuri M. Kohar
(2017)**

Penelitian yang dilakukan oleh Maruf G.S, Rushami Z, Sany S.M Kohar (2017) ini melakukan penelitian mengenai “*the mediating role of hedonic motivation on the relationship between adoption of e-banking and its determinants*”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat dan mengetahui peran dari gabungan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan yang terakhir adalah motivasi hedonik dalam menentukan adopsi *e-banking*, Selain itu penelitian ini juga membahas mengenai seberapa besar kemampuan motivasi hedonik untuk mengalihkan pengaruh faktor penentu dari adopsi *e-banking*, kedua hal tersebut di uji oleh peneliti terdahulu dengan menggunakan *partial least square structural equation modeling* dan menggunakan sampel sebesar 266 kuesioner pada pengguna *e-banking* di Nigeria. Berikut indikator dari peneliti terdahulu.



Notes : PU (*Perceived Usefulness*) PEU (*Perceived Ease of Use*) PS (*Perceived Security*)

Sumber : Maruf Gbadebo Salimon, Rushami Zien, Sany Sanuri M. Kohar *International Journal of Bank Marketing*(2017)

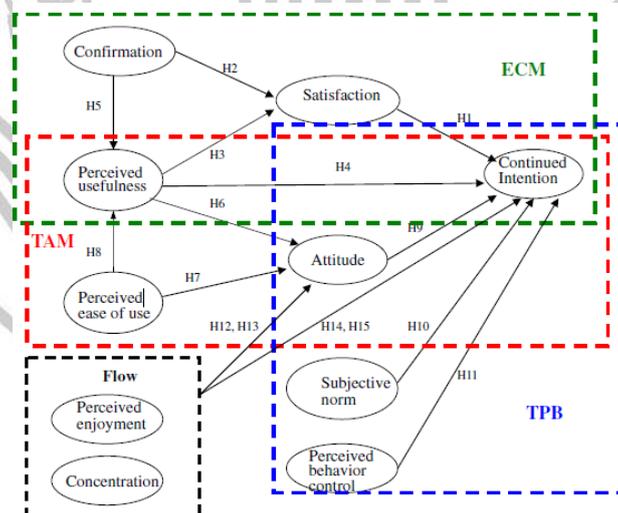
Gambar 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan peneliti saat ini yaitu:

1. Terdapat persamaan variabel independen yaitu persepsi kegunaan.
 - a. Model pendekatan alat untuk menguji peneliti dahulu sama-sama menggunakan *partial least square structural equation modeling*.
2. selain adanya persamaan antara peneliti dengan peneliti terdahulu juga terdapat perbedaan kedua penelitian ini, yaitu terkait:
 - a. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan objek Adopsi *mobile banking* sedangkan peneliti menggunakan penggunaan berkelanjutan TokoCash.
 - b. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dahulu menggunakan sampel responden dari bank di Malaysia sedangkan peneliti menggunakan sampel responden TokoCash di Surabaya.

2.1.3 Lee M.C. (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Lee M.C (2016) ini melakukan penelitian mengenai “*Explaining and predicting users continuance intention toward e-learning An extension of the expectation–confirmation model*”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat dan memprediksi niat penggunaan untuk terus menggunakan *e-learning* selain itu penelitian ini juga ingin mengetahui apakah kepuasan memiliki efek yang signifikan pada niat kelanjutan penggunaan, dengan diikuti oleh mandaat yang dirasa, sikap, konsentrasi, norma subjektif dan kontrol perilaku seseorang dalam mempengaruhi niat penggunaan kembali pada *fintech*. Uji yang dilakukan oleh peneliti dahulu menggunakan *structural equation modeling* dan menggunakan sampel kuesioner sebesar 363 pada pengguna *E-learning* di Taiwan. Berikut indikator yang digunakan oleh peneliti terahulu :



Sumber : M.-C. Lee / Computers & Education 54 (2010) 506–516

Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN

1. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan peneliti saat ini yaitu:
 - a. Terdapat persamaan variabel independen sama yaitu kegunaan.
 - b. Model pendekatan alat untuk menguji peneliti dahulu sama-sama menggunakan *structural equation modeling*.
2. selain adanya persamaan antara peneliti dengan peneliti terdahulu juga terdapat perbedaan kedua penelitian ini, yaitu terkait:
 - a. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan objek *E-learning* sedangkan peneliti Tekfin.
 - b. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dahulu menggunakan sampel responden *University in Taiwan* sedangkan peneliti menggunakan sampel responden TokoCashdi Surabaya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Hyun-Sun Ryu, (2018)	Maruf Gbadebo Salimon, Rushami zien,Sany Sanuri M.K (2016)	Lee M. C (2016)	Wildana Abdillah Defri (2017)
Judul Penelitian	“ <i>What makes users willing or hesitant to use Fintech</i> ”.	<i>The mediating role of hedonic motivation on the relationship between adoption of e-banking and its determinants</i>	<i>‘Explaining and predicting users’ continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation–confirmation model’</i> .	Pengaruh Manfaat Ekonomi, Kelancaran Transaksi, Kegunaan terhadap Prnggunaan Berkelanjutan Fintech dengan di Mediasi oleh Perspsi Manfaat pada TokoCash di Surabaya
Variabel	<i>Economic Benefit</i>	Perceived Usefulness	Confirmation	Manfaat Ekonomi
	<i>Seamless Transaction</i>	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Kelancaran Transaksi
	<i>Convenience</i>	Perceived Security	Perceived Ease Of Use	Kegunaan
	<i>Financial Risk</i>		Perceived Enjoyment	
	<i>Legal Risk</i>		Concentration	
	<i>Security Risk</i>			
<i>Operational Risk</i>				
Lokasi Penelitian	Korea	Nigeria	Nigeria	Surabaya Indonesia
Populasi	Pengguna Fintech di Korea	Bank di Nigeria	Universitas di Taiwan	Pengguna TokoCash di Surabaya
Jumlah Sampel	243	266	363	130
Metode Pengumpulan Data	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Teknik Analisis Data	PLS	PLS SEM	SEM	PLS
Hasil Penelitian	<i>Economic Benefit, Seamless Transaction, Convenience dan Perceived Benefit</i> berpengaruh positif terhadap <i>Fintech continuance intention</i>	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan Motivasi hedonik ber pengaruh terhadap adopsi <i>e-banking</i>	<i>Perceived enjoyment Concentration</i> memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat penggunaan kembali	Manfaat Ekonomi, Kelancaran Transaksi, Kegunaan dan Persepsi Manfaat Berpengaruh Signifikan Pofitif Terhadap Penggunaan Berkelanjutan Tekfin TokoCash di Surabaya.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori ini akan menjelaskan mengenai berbagai macam-macam teori yang mana peneliti menggunakan landasan tersebut sebagai dasar untuk menganalisis variabel yang ada serta untuk memecahkan masalah yang ada.

2.2.1 Tekfin

Financial Technology (Tekfin) merupakan inovasi dalam layanan keuangan dengan teknologi sebagai *anable* kunci. Seiring dengan berkembangnya teknologi ini,

banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang keuangan yang menggunakan teknologi sebagai dasar bisnisnya (Lee & Kimm (2015)). Dengan adanya perusahaan-perusahaan baru yang menyediakan kegiatan keuangan menjadi lebih mudah membuat persaingan bisnis di bidang keuangan semakin ketat. Layanan dari perusahaan-perusahaan Tekfin ini dapat dipermudah untuk menjangkau banyaknya konsumen, layanan yang dapat diakses melalui internet membuat masyarakat Indonesia yang memiliki tempat tinggal di wilayah desa pun bisa melakukan transaksi dengan produk-produk Tekfin hanya cukup dengan menggunakan ponsel.

Teknologi keuangan atau Tekfin melibatkan desain dan pengiriman produk keuangan dan teknologi *servicesthrough*, ini berdampak pada lembaga industri keuangan, regulator, pelanggan dan pedagang di berbagai industri. Teknologi digital yang meresap menantang dasar-dasar sektor keuangan yang sangat ketat, yang menyebabkan munculnya sistem pembayaran non-tradisional, pertukaran yang *peer to peer* dan peningkatan turbulensi di pasar mata uang. Tekfin dapat dicirikan sebagai pemanfaatan seluler dan teknologi lainnya yang mudah digunakan seperti *Platform* untuk mengakses rekening, pemberitahuan transaksi, dan pemberitahuan debit, pengecekan saldo dll. Kemajuan teknologi perangkat seluler oleh penggunaannya telah memberikan penyerapan finansial, jadikan Tekfin sebagai pintu gerbang untuk meningkatkan peluang bisnis.

Tekfin adalah sektor layanan yang menggunakan IT yang berpusat seluler untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan, sebagai istilah itu

merupakan senyawa dari keuangan dan teknologi, dan secara kolektif mengacu pada perubahan industri ditempa dari konvergensi layanan keuangan. Tekfin ini adalah layanan inovatif yang menyediakan layanan keuangan terdeferensiasi yang menggunakan teknologi baru seperti seluler, sosial media dan IOT (*Internet Of Things*). Contoh terbaru adalah sistem pembayaran dan penyelesaian berbasis seluler yang merupakan layanan yang paling *representatif* dari jenisnya, dalam hal industri ini mengacu pada fenomena dimana bisnis non keuangan menggunakan teknologi inovatif untuk menyediakan layanan seperti pengiriman uang, pembayaran penyelesaian dan investasi.

2.2.2 Persepsi Manfaat

Dalam kamus besar bahasa indonesia (KBBI) Persepsi merupakan tanggapan secara langsung atau suatu proses seseorang individual dalam merasakan dengan menggunakan panca indranya. Dari tindakan individu tersebut nantinya akan menghasilkan suatu keputusan pada diri seseorang entah mereka akan percaya dan mencobanya di kemudian hari atau sebaliknya. Menurut (Kim et al., 2008; Lee et al., 2013; Melewar et al., 2013) Manfaat yang dirasa merupakan persepsi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi persepsi seseorang agar memberikan potensi yang besar bagi perusahaan dalam penggunaan Tekfin dan menghasilkan persepsi yang positif, hal itu yang dilakukan oleh perusahaan Tekfin dengan memberikan inovasi yang baru seperti mempermudah layanan Tekfin menjadi hal yang praktis, aman dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai *The degree to which a person believe that using a particular system would enhance his or her job performance*, yaitu tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut, Malhota dan Galleta (1999). Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakaiannya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, dan *overall usefulness*. Wibobo (2008) menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana pengguna suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya, sikap seseorang dalam menggunakan teknologi informasi di prediksi jika seseorang tersebut mempercayai bahwa teknologi informasi dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya, oleh karena itu tingkat kemanfaatan teknologi ini mempengaruhi pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Venkatesh (2000) mengemukakan membagi dimensi persepsi manfaat menjadi 4 yaitu penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individual, mampu menambah tingkat produktivitas individu, mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu, dan sistem bermanfaat bagi individu.

2.2.3 Manfaat Ekonomi

Manfaat Ekonomi merupakan motivasi ekstrinsik yang sudah sangat umum dan terus konsisten dalam membantu untuk segala pengambilan keputusan. Dalam konteks Tekfin manfaat ekonomi untuk manusia dapat mengurangi biaya keuangan karena dengan memberikan manfaat yang besar terhadap konsumen dapat membuat konsumen ingin menggunakan kembali Tekfin, dengan adanya

pemikiran bahwa adanya manfaat ekonomi dalam penggunaan Tekfin akan membantu kelancaran dalam memasarkan Tekfin akan lebih mudah (Kuo-Chuendan Teo, 2015).

Manfaat adalah arti dari mendapatkan suatu keinginan konsumsi atau akumulasi selama periode tertentu atau dimasa depan. Manfaat ekonomi (*economic benefit*) adalah manfaat yang didapat oleh individual, bisnis atau masyarakat yang dapat diukur secara *financial*. Arti dari manfaat ekonomi pada Tekfin adalah kemampuan atau potensi dari Tekfin untuk menghasilkan keuntungan bagi para perusahaan Tekfin, pada Tekfin ini pastinya memiliki manfaat yang sangat diperlukan oleh seseorang yang memerlukannya. Manfaat-manfaat ini menurut Darmawi (2004) sebagai berikut :

1. Rasa aman dan Perlindungan

Perlindungan dari perusahaan Tekfin yang dimiliki oleh konsumen akan memberikan rasa aman dari resiko kejahatan yang ada pada saat ini, karena kita tahu semakin canggihnya era teknologi saat ini juga semakin besar tingkat kejahatan mengenai pembobolan blok pada setiap kegiatan *online*. Maka dari itu perusahaan *fintech* harus memiliki tingkat kepastian yang tinggi dalam memberikan keamanan yang baik bagi setiap konsumennya, apakah dalam privasi kepemilikan mereka masing-masing.

2. Tekfin menjamin kestabilan untuk setiap konsumen.

Di zaman sekarang, perusahaan perusahaan Tekfin menyediakan *police* pada setiap aplikasi yang ada dalam produk mereka masing-masing, seperti yang

sedang saat ini peneliti sedang teliti yaitu TokoCash menyediakan keamanan yang tinggi, contoh ketika kita sedang melakukan transaksi pembayaran untuk pembelian barang atau lainnya maka secara otomatis kas yang kita transfer tersebut tidak akan langsung kepada sang penjual namun harus melewati prosedur dan di tangani oleh TokoCash terlebih dahulu hingga benar sesuai dengan kriteria maka TokoCash akan melakukan pemberitahuan kepada kedua belah pihak.

Manfaat ekonomi memberikan dorongan tersendiri pada setiap konsumen dalam menangani kecurangan, perusahaan-perusahaan Tekfin banyak melakukan usaha yang mana dapat mendorong masyarakat untuk memberikan kemudahan yang aman dan nyaman agar terhindar dari segala hal yang rumit agar tidak terjadi kerugian yang sewaktu-waktu dapat merugikan masyarakat seperti jika tidak menggunakan Tekfin kita harus melakukan transaksi pembayaran secara langsung, ketika seseorang melakukan transaksi maka akan memberikan kesibukan lebih, itu yang akan menjadi dorongan tersendiri dari perusahaan Tekfin untuk memberikan perlindungan dari kemudahan penggunaan Tekfin.

2.2.4 Kelancaran Transaksi

Transaksi yang mulus mengacu pada manfaat transaksi pada penggunaan Tekfin seperti mentransfer uang ,transaksi pembayaran, transaksi penjualan dll. Proses transaksi yang mulus adalah hal yang di inginkan oleh setiap konsumen, karena hal ini memungkinkan pengguna untuk mengelola transaksi pada *platform* mereka sendiri yang pastinya menghemat biaya dan waktu bagi setiap seseorang yang menggunakannya. Transaksi tanpa batas menginduksi perusahaanTekfinmengembangkan produk dan layanan keuangan baru dan

inovatif untuk bersaing dengan lembaga keuangan tradisional dan bertahan di pasar keuangan, dengan demikian, perusahaan-perusahaan Tekfin ini membentuk kembali ekosistem bisnis industri jasa keuangan (Chishti, 2016; Zavolokina et al., 2016a).

Kelancaran Transaksi adalah hal yang dapat membuat seseorang tidak merasa bosan dengan tampilan maupun kegiatan yang dilakukan oleh konsumen yang ada pada teknologi finansial (Tekfin), melihat jelas keadaan seperti ini memang sangat penting untuk menjadikan suatu sistem dan aplikasi baru yang lebih moderen agar pengguna mendapatkan hal yang menjadi penentu rasa bagi konsumen misalkan seperti layar, font tulisan yang simpel yang bisa membuat konsumen dengan mudah memahami cara pemakaian dari suatu produk finansial teknologi ini, Saffena dkk (2012).

Kelancaran Transaksi mirip dengan persepsi kegunaan yaitu sama-sama menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*, menurut Davis (1989) mendefinisikan bahwa Kelancaran Transaksi ini sebagai sejauh mana pengguna atau seseorang itu dapat percaya bahwa menggunakan teknologi itu tidaklah mudah, namun di balik itu kemudahan sistem dapat berinteraksi dengan mudah apabila pengguna menganggapnya tidak rumit. Safenaa dkk (2012) mengemukakan bahwa atribut itu mungkin tidak dioptimalkan dengan baik sehingga membuat pengguna tidak nyaman dan merasa rumit ketika melakukan transaksi, dibalik dari itu semua maka setiap perusahaan harus memberikan hal yang sesimpel dan semudah mungkin di setiap langkah dalam melakukan transaksi.

Jadi Kelancaran Transaksi merupakan sebuah pandangan pengguna bahwa sebuah teknologi yang baru dapat memberikan kemudahan dalam menggunakannya dan menggantikan teknologi yang lama.

2.2.5 Kegunaan

Menurut Davis (1993) kegunaan adalah sebuah pemikiran individu bahwa apabila menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan atau memperbaiki kinerjanya. Kegunaan merupakan sebuah pemikiran bahwa pengguna apabila menggunakan kegunaan tersebut akan membawa kepada keuntungan tertentu (Kumar dan Ravindan, 2012). Kegunaan dapat menunjukkan sejauh mana pengguna tersebut memperoleh sebuah manfaat, melihat keadaan seperti kegunaan sangat diperlukan untuk meningkatkan penggunaan kembali Tekfin karena untuk meyakinkan kepada konsumen bahwa menggunakan Tekfin dapat meningkatkan kinerjanya dan terdapat manfaat yang diterima oleh nasabah dalam menggunakan Tekfin seperti, layanan transfer yang bebas dimana saja, mudah dan aman (Kumar dan Ravindan (2012)).

Fakta ini dikuatkan kembali oleh Davis et al. (1992) saat dirasakan kegunaannya maka persepsi dari konsumen dengan hasil yang diharapkan dari pengalaman layanan, Kumar dan Ravindran (2012) menegaskan bahwa persepsi kegunaan harus dapat memberikan suatu pemikiran bahwa pengguna percaya bahwa ketika menggunakan sistem akan menghasilkan kemudahan atau manfaat terhadap sistem serupa lainnya. Teori ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rogers (1962) dimana kegunaan dikonseptualisasikan sebagai sejauh mana inovasi dianggap sebagai alternatif yang lebih baik dari layanan atau produk yang

sudah ada sebelumnya. Untuk penelitian ini persepsi kegunaan didefinisikan sebagai prasarana pengguna tentang manfaat yang dapat di peroleh dari TokoCash terhadap layanan *offline* akan membuat mereka berada pada posisi menguntungkan dan karena itulah maka TokoCash dianggap lebih mudah.

2.2.6 Pengaruh Manfaat Ekonomi terhadap Persepsi Manfaat

Ekonomi bagi setiap seseorang adalah faktor utama dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi mengenai keuntungan ekonomi akan selalu ada dalam benak pikiran manusia, karena manusia siapa yang ingin mengalami kerugian ekonomi di dunia ini? Tidak ada bukan. Menurut (Kuo-Chuendan Teo, 2015). motivasi ekstrinsik yang sudah sangat umum dan terus konsisten dalam membantu untuk segala pengambilan keputusan.

Dalam konteks Tekfin manfaat ekonomi untuk manusia dapat mengurangi biaya keuangan karena dengan memberikan manfaat yang besar terhadap konsumen dapat membuat konsumen ingin menggunakan kembali Tekfin. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang dari awal sudah memiliki persepsi yang baik untuk kehidupan mereka khususnya dalam hal ekonomi maka persepsi tersebut akan terus ada dalam pikiran seseorang, dengan segala kemudahan dan keuntungan yang baik seperti itu maka seseorang dengan sukarela akan menggunakan Tekfin secara terus menerus (Gerber et al., 2012; Lee and Lee, 2012). Hasil yang di dapat oleh para peneliti terdahulu ini memberikan argumen teoritis di atas maka terciptalah sebuah hipotesis yaitu Manfaat Ekonomi secara positif berpengaruh terhadap Persepsi Manfaat.

2.2.7 Pengaruh kelancaran transaksi terhadap persepsi manfaat

Setiap manusia menginginkan hal yang praktis dan aman dalam ber transaksi, namun selain praktis dan aman seseorang juga menginginkan hal yang ingin mereka lakukan tidak ada hambatan. Dalam ranah Tekfin ini Kelancaran Transaksi juga sangat berpengaruh dalam membangun pemikiran yang positif karena melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun seseorang inginkan adalah hal yang di idam-idamkan bagi setiap seseorang.

Menurut (Chishti, 2016; Zavolokina et al., 2016), persepsi yang dihasilkan dalam keinginan Kelancaran Transaksi di artikan sebagai suatu hakikat bagi setiap seseorang, bahkan bisa jadi menjadi hal utama dalam membantu kegiatan seseorang. Bayangkan jika dulu seseorang ketika ingin melakukan transaksi pembayaran, menabung dll harus meluangkan waktu dan tenaga untuk datang langsung ke tempat yang dapat membantu transaksi mereka, namun dengan kehadiran Tekfin hal tersebut akan dengan mudah hilang karena hanya dengan modal *Gadget* seseorang dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun yang mereka mau, khususnya dalam kegiatan pembayaran. Hasil temuan penelitian ini menemukan hipotesis sebagai berikut: Kelancaran transaksi secara positif mempengaruhi Persepsi Manfaat

2.2.8 Pengaruh kegunaan terhadap penggunaan berkelanjutan.

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, persepsi didefinisikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seorang individu mengetahui beberapa hal melalui panca indra. Tindakan individu didasarkan pada persepsinya tanpa memperhatikan apakah persepsi tersebut akurat atau tidak akurat dalam

menggambarkan kenyataan. Dimana tentunya penjelasan antar individu yang satu dengan yang lain akan sangat berbeda. Dengan kehadiran dari suatu teknologi baru akan ada yang mempersepsikan bahwa teknologi baru tersebut akan mempermudah dan memberikan manfaat namun ada pula yang berpikir sebaliknya.

Menurut (Davis 1989) suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Kegunaan dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, yang akan membuat pekerjaan menjadi lebih mudah serta secara keseluruhan manfaat dari teknologi yang digunakan dapat dirasakan (Davis, 1989: 319-339). Dalam Yahyapour (2008:136) disebutkan bahwa Kegunaan mampu diukur dengan menggunakan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kinerja lebih efektif dan pekerjaan menjadi selesai lebih cepat. Hasil temuan penelitian ini menemukan hipotesis sebagai berikut: Kegunaan secara positif mempengaruhi Penggunaan Kembali pada Tekfin.

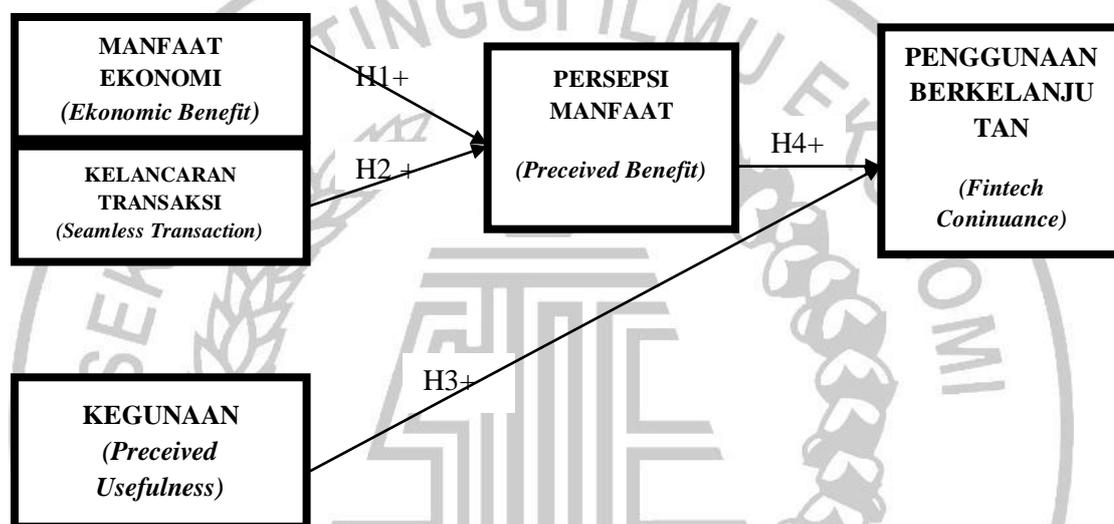
2.2.9 Pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan berkelanjutan

Menurut KBBI manfaat merupakan kejadian langsung yang dapat dinikmati karena adanya investasi dari dalam diri yang dapat berupa kenaikan fisik, bertambahnya ilmu, perbaikan kualitas diri dll. Menurut Mowday (1992) dan Griffin (1986) persepsi manfaat dapat menjadi bahwa setiap seseorang memiliki sikap refleksi yang bisa merefleksikan dirinya sendiri entah itu senang atau pun tidak senang, selain itu persepsi manfaat setiap orang dapat memberikan seseorang individual mengenal dan terikat pada kegiatan yang telah dia rasakan.

Hasil dari temuan penelitian ini menemukan hasil hipotesis sebagai berikut :
Pengaruh persepsi manfaat secara positif berpengaruh pada niat berkelanjutan.

2.3 Kerangka pemikiran

Berdasarkan uraian yang sudah ada diatas, maka dapat disusun model kerangka pemikiran penelitian seperti berikut:



Gambar 2.4
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Peneliti telah menentukan hipotesis yang akan diangkat oleh peneliti kali ini sebagai berikut:

H₁ : Manfaat Ekonomi berpengaruh positif terhadap Persepsi Manfaat pada TokoCash.

H₂ : Kelancaran Transaksi berpengaruh positif terhadap Persepsi Manfaat pada TokoCash

H₃ : Kegunaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan pada TokoCash

H₄ : Persepsi Manfaatberpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan pada TokoCash

