

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh karakteristik individu dan karakteristik kualitas terhadap ekspektasi, kepuasan dan keinginan untuk terus menggunakan *ShopeePay*. Kesesuaian judul yang dipilih dan disusun berdasarkan jurnal pendukung dengan penelitian sebelumnya. Secara garis besar, penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana karakteristik individu dan karakteristik kualitas yang dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan *mobile payment*.

2.1.1 Samar Mouakket (2020)

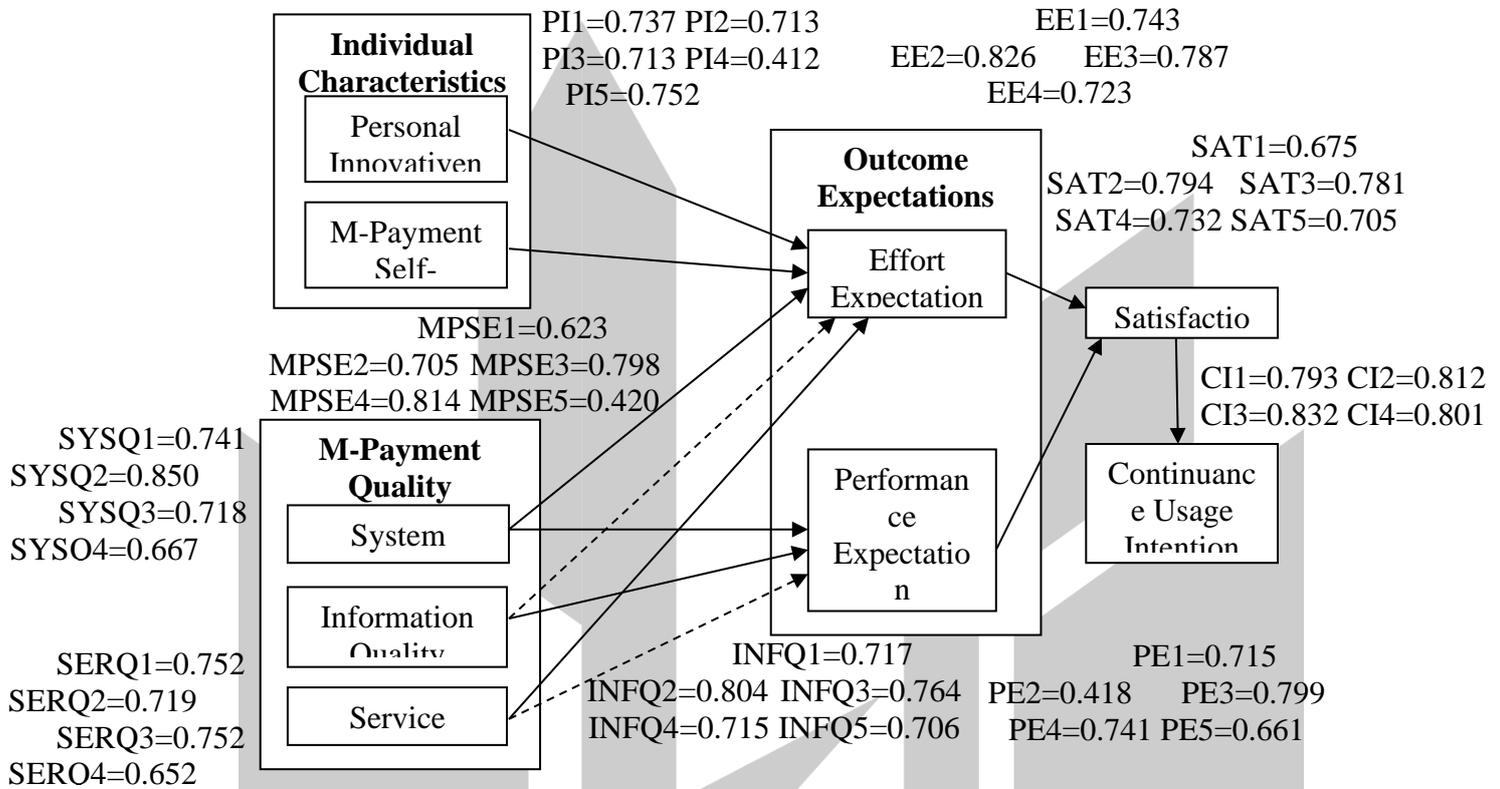
Penelitian terdahulu ini telah dilakukan oleh Samar Mouakket dengan judul “*Investigating the role of mobile payment quality characteristics in the United Arab Emirates: implications for emerging economies*” yang diterbitkan oleh *EmeraldInsight, Published Online 26 August 2020*. Penelitian Mouakket (2020) bertujuan untuk mengetahui karakteristik individu dan karakteristik kualitas *mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan *mobile payment* di Universitas Emirat Arab. *Variabel* pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang dikumpulkan dari 416 responden pengguna pembayaran seluler *mobile payment*. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu karakteristik kualitas, dan kualitas sistem yang secara

signifikan mempengaruhi harapan pengguna akan kemudahan penggunaan dan kegunaan *Mobile Payment*.

Persamaan penelitian dari Mouakket (2020) pada penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

- a. Adanya persamaan dalam menggunakan *variabel* bebas (*Independen*) yakni karakteristik kualitas pembayaran seluler (*M-Payment Quality Characteristics*).
- b. Adanya persamaan dalam menggunakan *variabel* terikat (*Dependen*) yakni keinginan untuk terus menggunakan (*Continuance Usage Intention*).
- c. Adanya persamaan dalam pengumpulan data yakni dengan menggunakan data dari kuesioner.

Perbedaan penelitian dari Moukket (2020) pada penelitian yang akan dilakukan yaitu data yang digunakan peneliti yang akan dilakukan yakni terhadap masyarakat yang menggunakan *ShopeePay* di Indonesia, sedangkan pada penelitian saat ini Moukket (2020) yaitu pengguna *mobile payment* di *United Arab Emirates*.



Sumber : Mouakket (2020)

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN SAMAR MOUAKKET (2020)

2.1.2 Pardis Mohajerani dan Alireza Miremadi (2012)

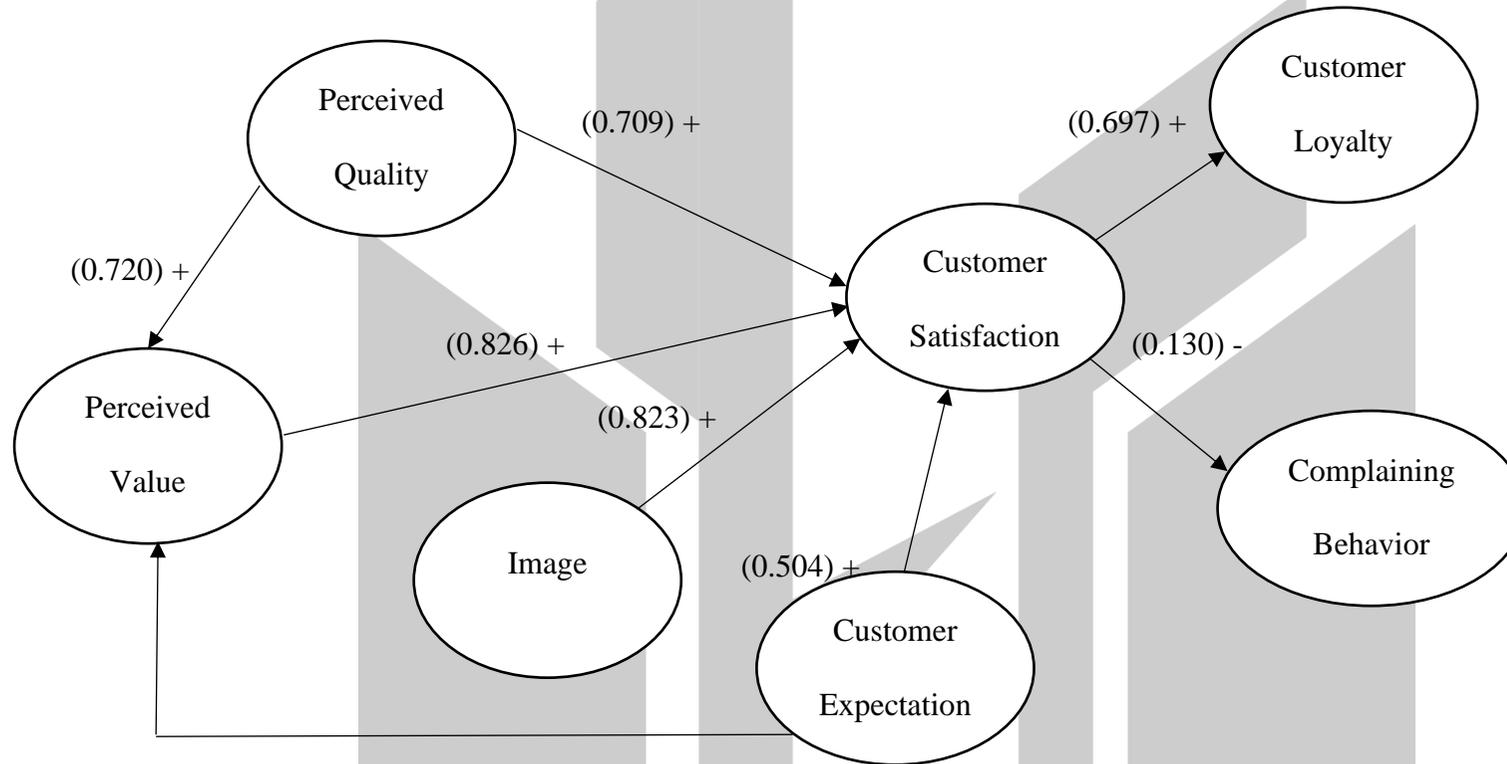
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pardis Mohajerani dan Miremadi pada tahun 2012 dengan judul “*Customer satisfaction modelling in hotel industry : A case study of Kish Island in Iran*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara citra, ekspektasi konsumen, kualitas layanan, persepsi nilai, loyalitas, serta perilaku keluhan terhadap kepuasan konsumen industri perhotelan di Pulau Kish, Iran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekspektasi konsumen, persepsi harga, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 401 responden

yang merupakan nasabah bank yang berbeda di Syria. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisa menggunakan AMOS 18.

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas, demikian pula persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas, sementara kepuasan juga ditemukan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Persamaan penelitian saat ini menggunakan variabel ekspektasi konsumen dan kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan variabel ekspektasi dan kepuasan.

Perbedaan Penelitian saat ini dengan yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian ini berada di Iran , sedangkan penelitian yang akan dilakukan berada di Indonesia.



Sumber : Pardis Mohajerani dan Alireza Miremadi (2012)

Gambar 2.2

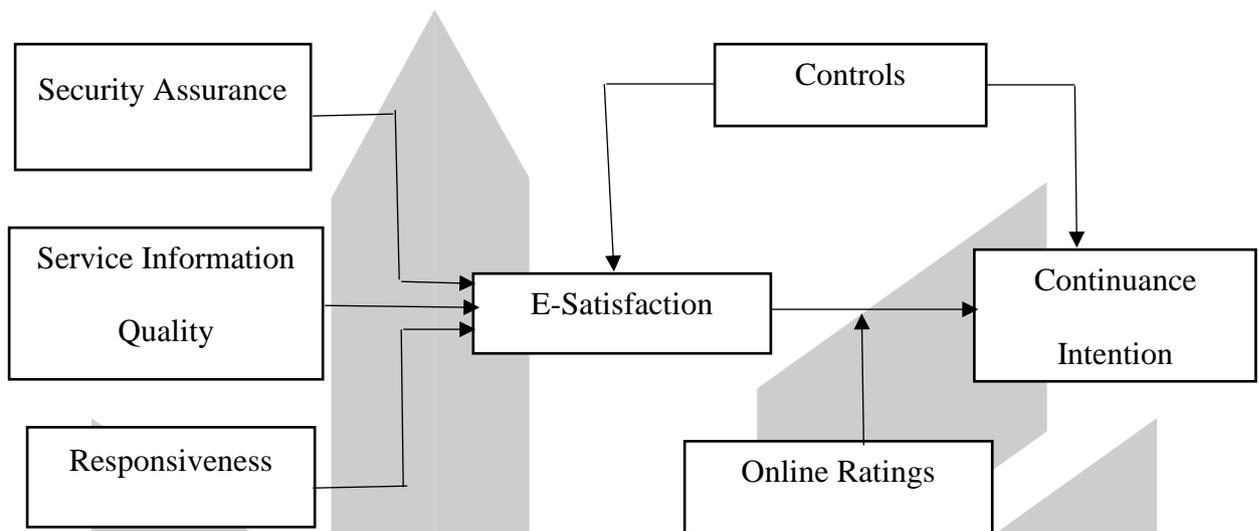
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN PARDIS MOHAJERANI DAN ALIREZA MIREMADI (2012)

2.1.3 Tran (2018)

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Lobel Trong Thuy Tran (2018) dengan judul “*E-Satisfaction And Continuance Intention: The Moderator role of online ratings*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model kausalitas yang menghubungkan *online informative motivation* (OIM), kepuasan elektronik (*e-satisfaction*), serta peringkat online untuk memastikan keinginan untuk terus menggunakan secara online. Penelitian ini untuk pengumpulan data menggunakan data *empiris* dan data dari *survey*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 313 pelanggan hotel yang melakukan reservasi secara online. Data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online informative motivation* (OIM) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan, serta kepuasan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan.

Persamaan penelitian saat ini menggunakan variabel kepuasan terhadap keinginan untuk terus menggunakan. Selain itu penelitian ini juga sama-sama menggunakan PLS sebagai alat analisa data.

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi penelitian ini berada di Vietnam sedangkan penelitian yang akan dilakukan berada di Indonesia. Selain itu objek penelitian pada penelitian ini adalah pelanggan hotel di Vietnam, sementara penelitian yang akan dilakukan adalah konsumen *mobile payment Shopeepay*.



Sumber : Tran (2018)

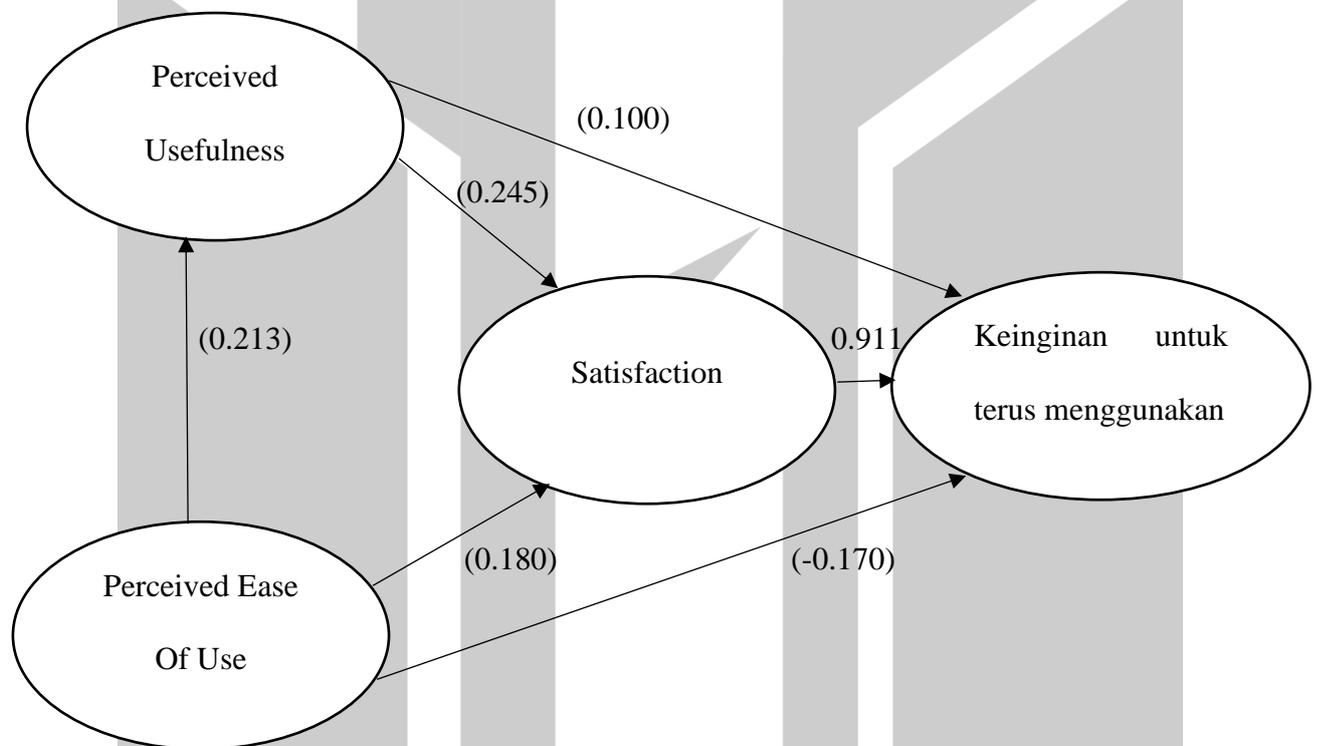
Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN LOBEL TRONG THUY TRAN
(2018)

2.1.4 Michael Humbani dan Melanie Wiese (2019)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Michael Humbani dan Melanie Wiese pada tahun 2019 dengan judul “ *An Integrated Framework for the Adoption and Continuance Intention to Use Mobile Payment Apps*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model terintegrasi dari teknologi yang dimodifikasi indeks kesiapan (TRI) dengan model konfirmasi harapan yang diperluas dalam konteks informasi teknologi (E-ECM-IT) untuk menjelaskan adopsi dan niat untuk terus menggunakan pembayaran seluler aplikasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegunaan yang dirasakan, kemudahan pengguna yang dirasakan, kepuasan konsumen, dan keinginan untuk terus menggunakan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 426 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisa menggunakan AMOS versi 24.

Persamaan penelitian saat ini dengan yang akan di lakukan yaitu menggunakan variabel kepuasan konsumen dan Keinginan untuk terus menggunakan.

Perbedaan Penelitian saat ini dengan yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian ini berada di Australia , sedangkan penelitian yang akan dilakukan berada di Indonesia.



Sumber : Humbani (2019)

Gambar 2.4

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN HUMBANI(2019)

Tabel 2.1

PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DAN SEKARANG

Peneliti	Samar Mouakket (2020)	Mohajerani dan Alireza Miremadi (2012)	Tran (2018)	Humbani dan Melanie Wiese (2019)	Sandi Irwansyah (2021)
Judul	<i>Investigating the Role of Mobile Payment Quality Characteristics in The United Arab Emirates: Implications for Emerging Economies</i>	<i>Customer satisfaction modelling in hotel industry : A case study of Kish Island in Iran</i>	<i>E-Satisfaction And Continuance Intention: The Moderator role of online ratings</i>	<i>An Integrated Framework for the Adoption and Continuance Intention to Use Mobile Payment Apps</i>	<i>Pengaruh Karakteristik Individu Dan Karakteristik Kualitas Mobile Payment Terhadap Ekspektasi, Kepuasan dan Keinginan Untuk Terus Menggunakan Mobile Payment ShopeePay</i>
Variabel Bebas (X)	(X1) Inovasi Diri (X2) Efikasi Diri Dalam Penggunaan	(X1) Nilai Keuntungan (X2) Nilai Kualitas (X3) gambaran	(X1) Jaminan Keamanan. (X2) Layanan Kualitas Informasi.	(X1) Pengguna yang dirasakan (X2) Kemudahan pengguna (X3) Kepuasan	(X1) Inovasi Diri. (X2) Efikasi Diri. (X3) Kualitas Sistem

	<i>Mobile Payment.</i> (X3) Kualitas Sistem (X4) Kualitas Informasi (X5) Kualitas Layanan (X6) Kepuasan (X7) Loyalitas	(X4) Ekspektasi Pelanggan (X5) Kepuasan Pelanggan	(X3) Daya Tanggap.		(X4) Kualitas Informasi. (X5) Kualitas Layanan.
Variabel Terikat (Y)	(Y) Keinginan Untuk Terus Menggunakan	(Y1) Loyalitas Pelanggan (Y2) Perilaku Mengeluh	(Y) Keinginan untuk terus menggunakan	(Y) Keinginan Terus Menggunakan	(Y1) Ekspektasi (Y2) Kepuasan (Y3) Keinginan Untuk Terus Menggunakan <i>ShopeePay</i>
Objek Penelitian	<i>Mobile Payment</i>	Perbankan	Hotel	<i>Mobile Payment</i>	<i>ShopeePay</i>
Populasi	Pengguna <i>Mobile Payment</i>	Nasabah bank	Konsumen hotel yang melakukan <i>booking online</i>	Pengguna <i>mobile payment</i>	Pengguna <i>ShopeePay</i>
Jumlah Responden	416 Responden	401 Responden	313 Responden	426 Responden	136 Responden
Lokasi	Arab	Iran	Vietnam	Australia	Jawa Timur
Teknik Analisis	<i>Structural Equation</i>	MPAUM-AC	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Partial Least Square (PLS)</i>

	<i>Modelling</i> (SEM)				
Hasil Penelitian	Dari karakteristik kualitas, hanya kualitas sistem yang secara signifikan mempengaruhi harapan pengguna akan kemudahan penggunaan.	Identifikasi hubungan ekspektasi konsumen terhadap kepuasan konsumen industri perhotelan..	Meneliti efek pada niat berkelanjutan meningkatkan kebiasaan belanja online	Menguji model terintegrasi dari modifikasi indeks kesiapan dengan model konfirmasi harapan	Inovasi Diri berpengaruh <i>positif</i> signifikan terhadap Ekspektasi, Efikasi Diri berpengaruh <i>positif</i> tidak signifikan terhadap Ekspektasi, Kualitas Sistem berpengaruh <i>positif</i> tidak signifikan terhadap Ekspektasi, Kualitas Informasi berpengaruh <i>positif</i> signifikan terhadap Ekspektasi, Kualitas Layanan berpengaruh

					<i>positif signifikan terhadap Ekspektasi, Ekspektasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan, Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan Mobile Payment ShopeePay.</i>
--	--	--	--	--	--

Sumber: Mouakket (2020), Mohajerani (2012), Tran (2018), Humbani (2019)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori ini digunakan sebagai analisis dasar sebagai penelitian guna dalam pembahasan untuk memecahkan masalah yang sebelumnya sudah di rumuskan oleh peneliti. Dalam penelitian saat ini terdapat beberapa variabel yang akan digunakan yaitu karakteristik Individu (Inovasi Pribadi dan Efikasi Diri), Kualitas yang dirasakan (Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan) berpengaruh terhadap Ekspektasi, Kepuasan dan Keinginan Untuk Terus Menggunakan *mobile payment ShopeePay*.

2.2.1 Inovasi Diri

Inovasi Diri adalah kesediaan konsumen untuk mencoba teknologi baru (Mouakket, 2020). Beberapa konsumen bersedia untuk mencoba inovasi dan yang lain enggan mencoba inovasi teknologi pembayaran seluler (Mouakket,2020). Konsumen yang inovatif dianggap lebih mudah dan aktif dalam mempelajari hal-hal baru serta seringkali memiliki pengetahuan yang lebih dibandingkan konsumen yang lain (Mouakket,2020). De Jong & Den Hartog (2007) menyatakan perilaku inovasi diri adalah perilaku yang meliputi eksplorasi peluang dan ide-ide baru, juga dapat mencakup perilaku mengimplementasikan ide baru, menerapkan pengetahuan baru dan untuk mencapai peningkatan kinerja pribadi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu:

- 1 Selalu menjadi orang yang pertama dalam mencoba teknologi baru, artinya responden merasa selalu menjadi orang yang pertama mencoba teknologi baru.
- 2 Tidak ragu mencoba teknologi baru, artinya responden merasa tidak ragu dalam mencoba teknologi baru.

- 3 Selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain, artinya responden merasa selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain.
- 4 Menyukai untuk mencoba teknologi baru, artinya responden merasa suka untuk mencoba teknologi baru.

2.2.2 Efikasi Diri Atas Penggunaan *Mobile Payment*

Mouakket (2020) menyatakan efikasi diri adalah perasaan terhadap kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi atau menyelesaikan suatu tugas. Sedangkan dari pendapat lain menyatakan efikasi diri adalah percaya terhadap kompetensi diri sendiri dan efektifitas sebagai hasil (Mouakket, 2020). Dengan kata lain efikasi diri merupakan keyakinan seseorang tentang kemampuan yang dimiliki dalam mengerjakan suatu tugas, dimana kemampuan tersebut dilatih, digerakkan oleh kejadian atau pengalaman yang berpengaruh terhadap diri sendiri. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur *variabel* efikasi diri dari Samar Mouakket (2020):

1. Kemampuan menggunakan tanpa bantuan orang lain
2. Kemampuan menggunakan dengan melihat orang lain mengoperasikannya terlebih dahulu
3. Kemampuan menggunakan dengan bantuan orang lain

2.2.3 Kualitas Sistem

Kualitas Sistem merupakan ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi itu sendiri atau kualitas kerja sistem. Fokusnya adalah performa dari sistem tersebut, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras,

perangkat lunak, kebijakan dan prosedur dari sistem kualitas dapat menyediakan sistem yang bisa dimanfaatkan bagi kebutuhan pengguna.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem merupakan ukuran terhadap sistem informasi itu sendiri dan terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem. Nelson et al. (2005:206) menjelaskan kualitas sistem dapat diukur melalui lima dimensi antara lain:

1. Reliabilitas sistem, mengukur keandalan atas sistem yang dioperasikan.
2. Fleksibilitas sistem, sistem dapat menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan pengguna dan ke kondisi yang berubah-ubah.
3. Integrasi sistem, sistem memudahkan dalam menggabungkan data dari berbagai macam sumber untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.
4. Aksesibilitas sistem, kemudahan untuk mengakses informasi ataupun kemudahan untuk menghasilkan informasi dari suatu sistem.
5. Waktu respon sistem, mengasumsikan respon sistem yang cepat atau tepat waktu terhadap permintaan akan informasi. Pengukuran kualitas sistem yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian dari Nelson et al. (2005:206).

Sementara Mouakket (2020) menggunakan indikator berikut untuk mengukur variabel kualitas sistem :

1. Menyediakan instruksi yang berguna untuk melakukan transaksi
2. Sistem terorganisir dengan baik
3. Mudah digunakan
4. Tampilan dan sistem yang *user friendly*

2.2.4 Kualitas Informasi

Kualitas Informasi dalam suatu sistem informasi menunjukkan kesuksesan dalam menyampaikan maksud atau arti yang di harapkan. Informasi yang berkualitas menunjukkan bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna berdasarkan dimensi kualitas informasi. Ketika mengakses informasi *online* seperti informasi yang dihasilkan melalui sistem *e-commerce*, layaknya keakuratan informasi, kemudahan pemahaman, relevansi, dan keamanan adalah faktor penting untuk diperhatikan (DeLone & McLean,2003,2004). Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur *variabel* kualitas informasi dari Mouakket (2020):

1. Menyediakan informasi yang diinginkan penggunanya
2. Informasi yang disediakan lengkap
3. Menyediakan informasi yang terorganisir
4. Memberikan informasi yang menyeluruh mengenai transaksi keuangan
5. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.

2.2.5 Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah keseluruhan dukungan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan. Kualitas layanan (*Service Quality*) menyatakan bahwa *service quality* merupakan perbandingan apa yang seharusnya ditawarkan (*offered*) dan apa yang disediakan (*provided*) (DeLone and McLean, 2004). Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan merujuk penelitian Mouakket (2020):

1. Respon yang cepat

2. Layanan yang bisa dipercaya
3. Layanan yang mampu merespon kebutuhan penggunanya
4. Layanan yang diberikan sesuai kebutuhan penggunanya.

2.2.6 Ekspektasi

Ekspektasi didefinisikan sebagai pandangan konsumen atas layanan tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya (Mouakket, 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa konsumen atau pelanggan akan terus menggunakan layanan *mobile payment* jika ekspektasi atas *mobile payment* tersebut terpenuhi (Apanasevic et al., 2016). Jika penyedia layanan mampu memenuhi ekspektasi konsumen atau pelanggannya maka akan menstimulasi rasa puas pada diri konsumen dan mendorong keinginannya untuk terus menggunakan layanan tersebut (Mouakket, 2020).

Penelitian lebih lanjut mengenai ekspektasi pada *mobile payment* menyebutkan bahwa ekspektasi dibedakan menjadi dua, yaitu ekspektasi atas performa yang mengacu pada ekspektasi atas kemampuan *mobile payment* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan ekspektasi usaha yang mengacu pada ekspektasi kemudahan penggunaan layanan *mobile payment* (Mouakket, 2020). Menurut Mouakket (2020) berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ekspektasi:

1. Kegunaan
2. Meningkatkan efisiensi
3. Kenyamanan transaksi
4. Kecepatan transaksi

2.2.7 Kepuasan

Kepuasan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* (Aldholay et al., 2018). Kepuasan sendiri didefinisikan kemampuan layanan *mobile payment* dalam memenuhi kebutuhan dan harapan penggunanya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh penting dalam adopsi layanan yang berkaitan dengan teknologi (Mouakket, 2020). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan mengacu dari penelitian Mouakket (2020) sebagai berikut :

1. Puas terhadap efektivitas *mobile payment*
2. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *mobile payment* baik
3. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *mobile payment* memuaskan

2.2.8 Keinginan Untuk Terus Menggunakan

Menurut Ramadan (2018) kepuasan dan keinginan untuk terus menggunakan layanan teknologi pembayaran *mobile payment* dianggap penting untuk memotivasi dan mempertahankan konsumen. Ketika konsumen lebih puas dengan layanan teknologi pembayaran *mobile payment* ini memiliki nilai tambah, mereka lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan ini (Ramadan, 2018). Keinginan menggunakan didefinisikan sebagai keinginan konsumen atau pelanggan untuk terus menggunakan layanan tertentu (Hsiao et al., 2016). Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur *variabel* keinginan terus menggunakan dari Mouakket (2020):

1. Keinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment*
2. Keinginan untuk terus menggunakan layanan tertentu dibandingkan layanan *mobile payment* lainnya

3. Keinginan untuk meningkatkan transaksi keuangan di masa mendatang
4. Keinginan untuk melanjutkan penggunaan dimasa mendatang

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Variabel Inovasi Diri terhadap Ekspektasi

Inovasi diri berkaitan dengan karakteristik personal yang memiliki keinginan untuk mencoba teknologi baru (Mouakket, 2020). Penelitian yang dilakukan sebelumnya mengeksplorasi hubungan antara inovasi diri terhadap penerimaan layanan teknologi, teknologi internet, adopsi *internet banking*, dan *e-commerce* (Mouakket, 2020).

Secara khusus penelitian mengenai layanan *mobile payment* yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa inovasi diri memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kim et al (2010) dan Oliviera et al (2016) juga menemukan pengaruh yang sama.

2.3.2 Hubungan Variabel Efikasi Diri terhadap Ekspektasi.

Efikasi Diri adalah keyakinan pada diri seseorang untuk dapat menguasai sebuah situasi, mempelajari materi pelajaran, menyelesaikan aktivitas dengan baik, dan memberikan hasil yang menguntungkan (Mouakket,2020). Efikasi diri berhubungan dengan keyakinan terhadap diri sendiri untuk mampu melakukan tindakan yang diharapkan (Mouakket,2020). Senada dengan pernyataan tersebut, efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuan yang benar-benar menentukan perilaku apa yang akan dilakukan, berapa banyak usaha yang akan dilakukan, dan berapa lama individu akan mempertahankan perilaku ketika keberhasilan.

Mouakket (2020) juga menemukan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi atas layanan *mobile payment*. Lebih jauh, penelitian ini menyatakan bahwa individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi juga akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap layanan *mobile payment*.

2.3.3 Hubungan Variabel Kualitas Sistem terhadap Ekspektasi.

Kualitas sistem adalah pengukuran proses sistem yang berfokus pada hasil interaksi antara pengguna dan sistem. Kualitas sistem mempunyai atribut-atribut seperti fleksibel dalam penggunaan, fitur-fitur yang banyak, mudah untuk digunakan, dan waktu respon merupakan faktor penentu sebuah sistem digunakan atau tidak digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi layanan *mobile payment*. Hal ini disebabkan karena pandangan atas kualitas sistem layanan pembayaran elektronik akan memberikan dampak yang *positif* terhadap pandangan atas kemudahan penggunaan dan pandangan kegunaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Xu dan Du (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi.

2.3.4 Hubungan Variabel Kualitas Informasi terhadap Ekspektasi

Menurut DeLone and McLean (2003), kualitas Informasi merupakan kemampuan teknologi *mobile payment* dalam memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, seperti kemudahan informasi untuk dipahami, penyajian konten yang lengkap, *relevansi*, dan keamanan informasi.

Penelitian yang menjadi rujukan dalam penelitian ini yaitu Mouakket (2020) menemukan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi. Penelitian lain juga menemukan hal yang sama, dimana kualitas informasi juga memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi dalam sistem pengisian pajak *online*, sistem pembelajaran elektronik, serta sistem perpajakan (Chen et al., 2015; Floropoulos et al., 2010; Zhou, 2011).

2.3.5 Hubungan Variabel Kualitas Layanan terhadap Ekspektasi

Kualitas layanan mengacu pada kualitas dukungan yang didapat pengguna dari layanan yang digunakan, misalnya terkait *responsivitas* (Wang et al., 2016). Beberapa penelitian mengkonfirmasi adanya hubungan antara kualitas layanan terhadap ekspektasi pengguna terutama pada layanan *online* (Mouakket, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Liebana-Cabanillas et al (2019) menunjukkan hubungan yang *positif* signifikan antara kualitas layanan dan ekspektasi pelanggan sistem pembayaran *online* pada industri transportasi. Temuan yang sama juga dihasilkan oleh Mouakket (2020) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang *positif* signifikan terhadap ekspektasi pengguna layanan *mobile payment*.

2.3.6 Hubungan Variabel Ekspektasi terhadap Kepuasan

Ekspektasi didefinisikan sebagai pandangan konsumen atas layanan tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya (Mouakket, 2020). Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengkonfirmasi bahwa ekspektasi memiliki pengaruh yang *positif*

terhadap kepuasan termasuk pada beberapa layanan misalnya layanan pajak, layanan pembelajaran *online* dan lainnya (Mouakket,2020).

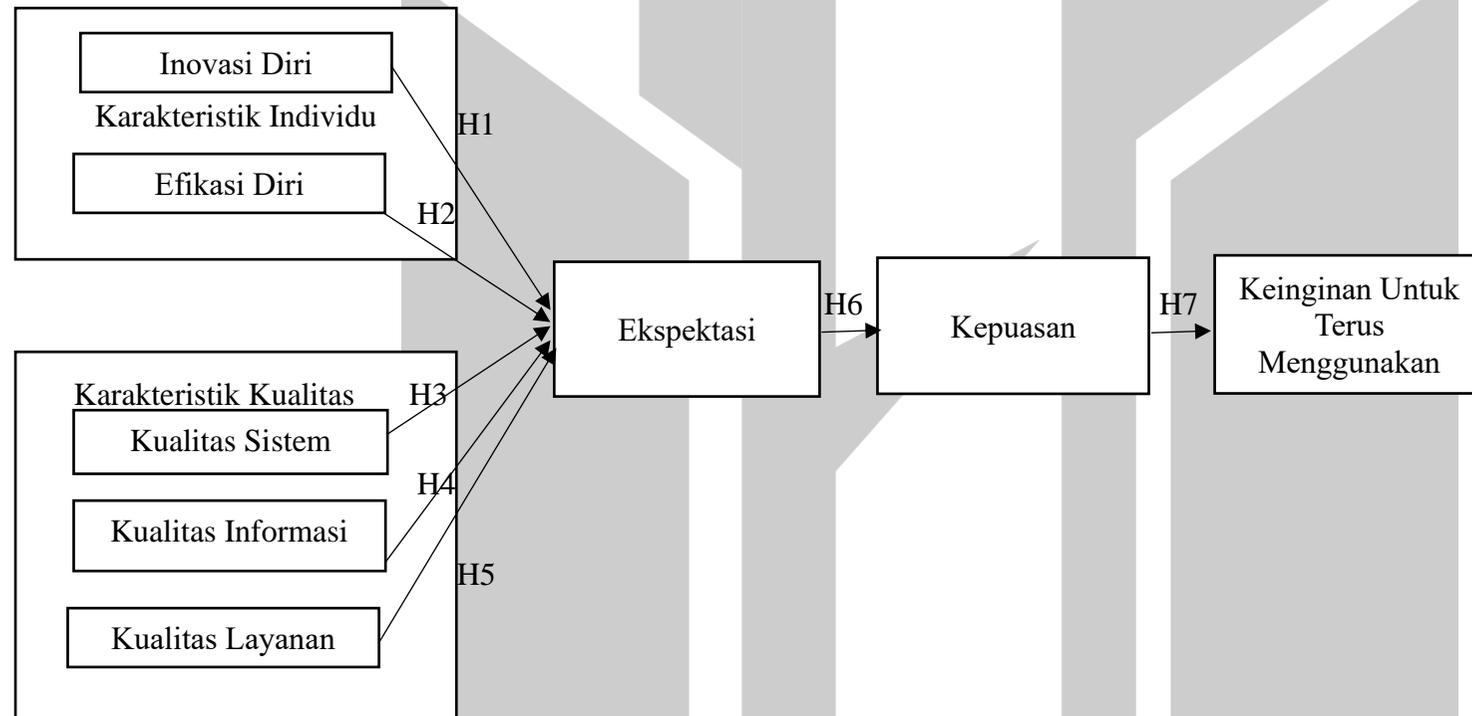
Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) mengenai hubungan antara ekspektasi dan kepuasan terhadap layanan *mobile payment* menunjukkan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap ekspektasi terhadap performa yang mengindikasikan konsumen cenderung merasa puas terhadap layanan *mobile payment* karena kemudahan penggunaannya.

2.3.7 Hubungan Variabel Kepuasan terhadap Keinginan untuk Terus Menggunakan

Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment*. Hasil ini sesuai dengan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian lain pada aplikasi layanan *mobile* lainnya yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh untuk memotivasi penggunanya untuk terus menggunakan layanan tersebut (Mouakket,2020). Mouakket (2020) menyatakan bahwa konsumen yang puas dengan layanan *mobile payment* akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan layanan ini lebih sering.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran yang mengacu pada faktor-faktor dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber : Mouakket (2020)

GAMBAR 2.5

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN SAAT INI

2.5 Hipotesis Penelitian

Dari latar belakang dan kerangka pemikiran peneliti di atas, berikut hipotesis yang dapat diajukan:

1. H1 = Inovasi Diri berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
2. H2 = Efikasi Diri berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
3. H3 = Kualitas Sistem berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
4. H4 = Kualitas Informasi berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
5. H5 = Kualitas Layanan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
6. H6 = Ekspektasi berpengaruh *positif* signifikan terhadap Kepuasan, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020; Mohajerani dan Miremadi, 2012).
7. H7 = Kepuasan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020; Tran, 2018).