

BAB II

LANDASAN TEORI

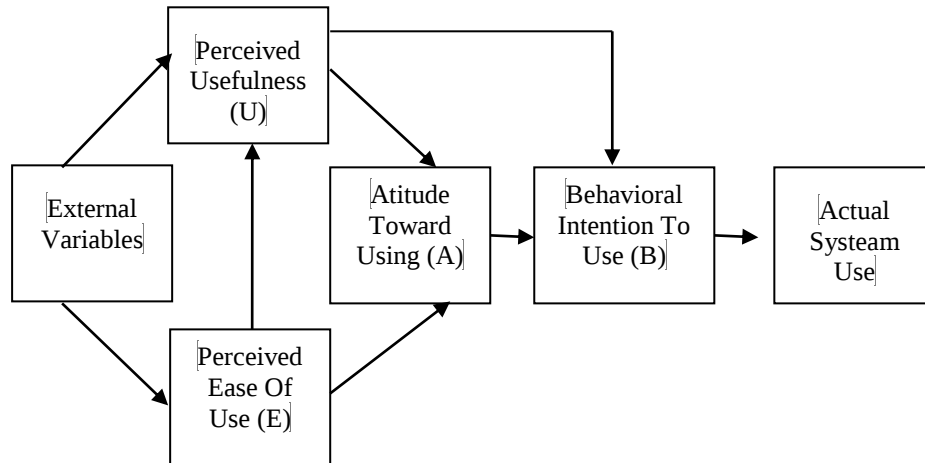
2.1 *Technology Acceptance Model*

(Davis, 1988) tujuan dasar dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor apa saja yang menentukan penerimaan teknologi yang mampu menjelaskan perilaku penggunaannya. *Technology Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi pengguna pada saat akan menggunakan sistem informasi yang baru adalah sebagai berikut persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah sebuah korelasi sebab-akibat antara kepercayaan, sikap, kegunaan, serta pengguna sebuah sistem informasi, perspektif pengguna terhadap teknologi dijelaskan oleh *Technology Acceptance Model* (TAM), pertimbangan seperti kegunaan yang dirasakan, nilai yang dirasakan, perspektif, dan niat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan sistem (Aprianti et al., 2023)

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah model teori yang dikembangkan guna mengetahui tingkat penerimaan sebuah sistem teknologi baru di kalangan pelaku pengguna teknologi informasi, TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu suatu model yang dikembangkan sebenarnya berfokus pada pembahasan terhadap perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Rahmawati & Yuliana, 2020).

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi, TAM (*Technology Acceptance Model*) banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (user acceptance) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan

kemudahan dalam penggunaan TI (*perceived ease of use*) (Sukmawati & Kowanda, 2022)



Gambar 2.1
Model TAM (Davis, 1989)

2.2 Persepsi Kemudahan

2.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan

(Adam et al., 2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan penggunaan sistem teknologi informasi tanpa adanya kendala atau masalah. Seseorang dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut mudah digunakan, mudah dioperasikan, dan mudah diingat untuk digunakan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin bermanfaat dan besar kemungkinan teknologi tersebut akan diterima oleh pengguna (Rosyidin et al., 2023). (Zaki, 2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha).

(Widodo & Ariandi, 2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan ukuran sejauh mana seseorang berpikir suatu teknologi

dapat dimanfaatkan dengan jelas atau apakah teknologi tersebut memerlukan banyak usaha untuk menjalankannya, namun teknologi tersebut harus mudah digunakan. (Aprianti et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan sebagaimana seseorang percaya bahwa tidak sulit dalam menggunakan sistem, memahami dan tidak membutuhkan banyak usaha dalam penggunaan. (Kholifah et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sebagai seberapa mudahnya pengguna memahami dan menggunakan sistem baru. Dalam hal ini, persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan tingkat kesesuaian antara kemampuan pengguna dan kompleksitas sistem yang digunakan.

(Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan tingkat anggapan yang dimiliki oleh seseorang yang yakin bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak usaha dan jelas serta pengoperasiannya mudah. (Putri et al., 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu ukuran seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami. Perceived ease of use memiliki arti bahwa pengguna yakin dalam penggunaan sistem informasi tidak membutuhkan usaha yang ekstra sehingga merasa dimudahkan.

(Iqbal et al., 2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memberikan tanda bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menangani pekerjaannya. Maka dari itu seseorang yang bekerja menggunakan sistem akan lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak bekerja dengan sistem. (Sukmawati & Kowanda, 2022) menyatakan bahwa kemudahan pemakaian didefinisikan sebagai seseorang yang yakin dalam menggunakan suatu teknologi. Anggapan kemudahan dapat pula dikatakan sebagai keyakinan pengambilan keputusan

seseorang yang merasa yakin bahwa sistem data mudah digunakan sehingga seseorang akan menggunakannya

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan

(Susanti et al., 2021) menyatakan bahwa factor yang mempengaruhi persepsi kemudahan adalah:

1. Berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna
2. Reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. 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, akan mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

2.2.3 Indikator Persepsi Kemudahan

(Rahmawati & Yuliana, 2020) menyatakan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan adalah

1. Mudah untuk dipelajari, yaitu sejauh mana teknologi atau sistem dapat dimengerti oleh pengguna tanpa kesulitan yang berarti. Teknologi yang mudah dipahami dan dipelajari akan mempermudah pengguna untuk memahami cara kerjanya, serta

meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk menguasai sistem tersebut

2. Mempermudah pekerjaan dan sesuai kebutuhan, yaitu teknologi atau sistem yang digunakan harus dapat menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan lebih efisien dan efektif, sesuai dengan tujuan atau kebutuhan pengguna. Jika teknologi mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhan pengguna, maka pengguna akan merasa lebih termotivasi dan puas dalam menggunakannya
3. Meningkatkan keterampilan, yaitu mengacu pada kemampuan teknologi untuk membantu pengguna meningkatkan keterampilan atau keahlian mereka. Teknologi yang baik tidak hanya mempermudah pekerjaan tetapi juga memberi kesempatan bagi pengguna untuk belajar dan berkembang, meningkatkan keterampilan atau pengetahuan yang dapat berguna bagi mereka di masa depan
4. Mudah dioperasikan, yaitu sejauh mana teknologi atau sistem dapat digunakan dengan sedikit usaha atau komplikasi. Sistem yang mudah dioperasikan biasanya memiliki antarmuka yang intuitif dan tidak memerlukan banyak waktu atau tenaga untuk mengakses dan menggunakan fungsinya. Pengguna lebih cenderung untuk terus menggunakan teknologi jika proses pengoperasiannya simpel dan mudah diikuti

2.3 Persepsi Manfaat

2.3.1 Pengertian Persepsi Manfaat

(Putri et al., 2020) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan terkait pada kapasitas dan efektivitas suatu sistem teknologi pada manfaat dan fungsi yang didapatkan dalam peningkatan kerja dan kinerja saat menggunakan sistem. Persepsi manfaat dapat dipahami sebagai keyakinan tentang proses pengambilan keputusan, seseorang akan menggunakan suatu sistem jika menurutnya sistem itu bermanfaat,

begitu pula dengan seseorang yang tidak akan menggunakan suatu sistem jika menurutnya sistem tersebut kurang bermanfaat, konsep ini juga menjelaskan bagaimana sistem akan membantu orang bekerja lebih baik, menyelesaikan tugas lebih cepat, menjadi lebih produktif, dan mendapatkan pekerjaan yang lebih mudah (Mulyati et al., 2023). (Zaki, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa pemanfaatan teknologi dapat memberikan manfaat konkret dan beroperasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

(Adam et al., 2024) persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa pemanfaatan teknologi dapat memberikan manfaat konkret dan beroperasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan. (Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah ukuran individu percaya bahwa teknologi yang digunakan akan meningkatkan performa pekerjaan. (Sukmawati & Kowanda, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan dompet elektronik merupakan pandangan pengguna mengenai manfaat yang diperoleh oleh para pengguna dalam peningkatan kinerja pengguna karena menggunakan dompet elektronik

(Sulkarnain et al., 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.

(Akhyar & Sisilia, 2023) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah kecenderungan seseorang menggunakan atau tidak menggunakan sebuah aplikasi karena suatu kepercayaan bahwa aplikasi tersebut dapat membantu mereka untuk melakukan aktifitas lebih produktif. (Dirwan, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi tertentu dan

nasabah diharapkan akan lebih sering menggunakan layanan mobile banking sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel. (Ernawati & Noersanti, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya

2.3.2 Aspek Persepsi Manfaat

(Susanti et al., 2021) menyatakan bahwa aspek persepsi manfaat adalah:

1. Kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan ukuran atau tingkatan dimana seseorang percaya bahwa sistem informasi
2. Dukungan pengetahuan internal (*internal support*) merupakan dukungan pengetahuan teknis yang dimiliki secara individual maupun kelompok mengenai pengetahuan teknologi informasi.
3. Pelatihan internal (*internal training*) merupakan sejumlah pelatihan yang sudah pernah diperoleh pengguna (*user*) dari pengguna lainnya (*other user*) atau dari spesialisasi tentang digital fintech yang ada di dalam organisasi.
4. Dukungan manajemen (*management support*) merupakan tingkat dukungan secara umum yang diberikan manajemen puncak dalam organisasi.
5. Dukungan eksternal (*external support*) merupakan dukungan pengetahuan teknis dari pihak luar yang dimiliki secara individual maupun kelompok mengetahui pengetahuan tentang teknologi informasi.
6. Pelatihan eksternal (*external training*) merupakan sejumlah pelatihan yang sudah pernah diperoleh pengguna (*user*) atau spesialisasi tentang digital fintech dari pihak luar.

2.3.3 Indikator Persepsi Manfaat

(Sukmawati & Kowanda, 2022) menyatakan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat adalah

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu, yaitu jika suatu sistem dirasa mudah digunakan dan berguna, maka sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja pengguna karena pengguna dapat menyelesaikan tugas dengan lebih efisien dan efektif
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu, yaitu penerapan teknologi yang tepat akan meningkatkan produktivitas individu dengan memungkinkan mereka untuk menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih baik. Ketika pengguna merasa bahwa sistem meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas, hal ini akan berdampak langsung pada peningkatan produktivitas.
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu, yaitu seberapa besar sistem dapat membantu pengguna dalam mencapai hasil yang lebih baik dalam pekerjaannya, meningkatkan kualitas dan akurasi pekerjaan
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu, yaitu ketika pengguna merasa bahwa suatu sistem dapat membantu mereka dalam menyelesaikan pekerjaan atau mencapai tujuan, maka mereka akan menilai sistem tersebut berguna dan cenderung untuk menggunakannya lebih sering.

2.4 Persepsi Keamanan

2.4.1 Pengertian Persepsi Keamanan

(Aprianti et al., 2023) menyatakan bahwa keamanan yaitu suatu kemampuan ataupun berupa upaya dalam melakukan pengontrolan Untuk melindungi data nasabah dari penipuan dan bahkan pencurian perbankan online, perlu dilakukan enkripsi aset/data yang berkaitan dengan informasi pribadi. Ketika klien merasa aman menggunakan sebuah layanan, mereka akan cenderung berkomitmen untuk menggunakannya. (Kholifah et al., 2023) menyatakan bahwa Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli atau memutuskan menggunakan aplikasi dengan perasaan aman. (Arliyani & Vidyasari, 2022) menyatakan bahwa keamanan merupakan salah satu hal terpenting yang dipertimbangkan oleh setiap orang sebelum menggunakan suatu sistem, tanpa keamanan yang memadai maka sulit untuk menarik minat dan keinginan seseorang dalam menggunakan sistem tersebut dalam kesehariannya.

(Widodo & Ariandi, 2024) menyatakan bahwa persepsi keamanan mengacu pada persepsi seseorang terhadap privasi dan keamanan informasi pribadi. Jika seseorang berpikir bahwa informasi pribadinya dilindungi, tidak dapat dilihat oleh orang lain, dan telah disimpan dengan aman, maka mereka menganggap teknologi itu aman. Tingkat keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pengguna, pelanggan akan merasa tenang. karena privasi mereka selalu terjaga. (Kamila & Rahayu, 2024) menyatakan bahwa keamanan dapat dipahami sebagai suatu keadaan atau suatu kualitas yang sifatnya terlepas dari kecemasan serta ketakutan yang hadir atau juga dalam

bentuk kepedulian, keamanan merujuk pada kapasitas untuk menjaga dan mengontrol informasi termasuk data pribadi nasabah dari ancaman dunia maya seperti kejahatan pencurian atau potensi peretasan data yang dapat mengekspos informasi publik. (Rahmawati & Yuliana, 2020) menyatakan bahwa persepsi keamanan adalah seseorang percaya bahwa sistem teknologi dapat mencegah adanya penipuan di suatu sistem yang berdasarkan informasi, dimana informasinya tidak mempunyai maksud fisik

2.4.2 Karakteristik Persepsi Keamanan

Keamanan memiliki karakteristik (Arliyani & Vidyasari, 2022), yaitu:

1. Keamanan bersifat pervasive artinya luas memengaruhi semua hal. Artinya klien membutuhkan keamanan pada seluruh aktivitasnya seperti makan, bernapas, tidur, kerja, dan bermain.
2. Persepsi seseorang tentang keamanan dan bahaya memengaruhi aplikasi keamanan dalam aktivitas sehari-harinya. Tindakan penjagaan keamanan dapat efektif jika individu mengerti dan menerima bahaya secara akurat.
3. Pengaturan, yaitu ketika individu mengenali bahaya pada lingkungan klien akan melakukan tindakan pencegahan agar bahaya tidak terjadi dan itulah praktek keamanan.

2.4.3 Indikator Persepsi Keamanan

(Rahmawati & Yuliana, 2020) menyatakan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi keamanan adalah

1. Tidak khawatir memberikan informasi mengacu pada tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem atau platform dalam menangani data pribadi mereka. Jika pengguna merasa bahwa sistem memiliki perlindungan yang baik terhadap informasi mereka, mereka akan lebih nyaman dalam berbagi atau memasukkan data pribadi tanpa rasa khawatir terhadap risiko

pencurian data, kebocoran informasi, atau penyalahgunaan data pribadi

2. Percaya bahwa informasi dilindungi mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa sistem atau teknologi yang mereka gunakan memiliki lapisan keamanan yang kuat untuk melindungi informasi mereka dari ancaman, seperti peretasan atau akses tidak sah. Ketika sistem memiliki fitur keamanan seperti enkripsi, autentikasi ganda (two-factor authentication), dan kebijakan privasi yang jelas, pengguna cenderung lebih percaya bahwa informasi mereka tetap aman
3. Percaya transaksi terjamin keamanannya, mencerminkan keyakinan pengguna bahwa setiap transaksi yang mereka lakukan melalui sistem atau aplikasi tersebut aman dari ancaman penipuan, peretasan, atau kesalahan sistem. Keamanan transaksi dapat dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan, seperti enkripsi data, sistem verifikasi identitas, serta adanya fitur perlindungan dari aktivitas mencurigakan atau tidak sah

2.5 Keputusan Penggunaan

2.5.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan adalah bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Arliyani & Vidyasari, 2022), Menurut (Kholifah et al., 2023) menyatakan bahwa keputusan menggunakan yaitu sebuah keputusan yang diambil berdasarkan kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi dengan melalui beberapa proses dalam pengambilan keputusan. Keputusan adalah tindakan yang diciptakan oleh konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa (Putri et al., 2020)

Keputusan penggunaan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan mobile banking, keputusan berarti memilih salah satu dari banyak pilihan alternatif yang tersedia, secara umum keputusan diambil untuk memecahkan suatu masalah atau permasalahan, setiap keputusan yang diambil pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai (Widodo & Ariandi, 2024). (Arliyani & Vidyasari, 2022) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

Keputusan pengguna dapat diartikan sebagai suatu proses penelusuran masalah, identifikasi, sampai dapat kesimpulan untuk mengambil tindakan dalam memilih langkah terbaik (Aprianti et al., 2023). (Zaki, 2022) menyatakan bahwa keputusan merupakan suatu permasalahan yang kemudian diproses melalui latar belakang dari permasalahan, dan akan diidentifikasi sehingga terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. (Adam et al., 2024) menyatakan bahwa keputusan penggunaan serupa dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merujuk pada proses di mana pelanggan membuat keputusan terkait transaksi barang atau jasa yang tersedia di pasar. (Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa keputusan penggunaan berarti aktivitas penetapan pilihan pada berbagai macam opsi yang ada. (Putri et al., 2020) menyatakan bahwa keputusan merupakan tindakan yang diciptakan oleh konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa

2.5.2 Tahapan Keputusan Penggunaan

(Putri et al., 2020) menyatakan bahwa terdapat beberapa tahapan keputusan penggunaan, yaitu

1. Pengenalan masalah, Pengguna mengetahui mengapa harus menggunakan produk
2. Pencarian informasi, Pengguna mengetahui tentang produk beserta fitur
3. Evaluasi berbagai alternatif, Pengguna membuat perbandingan antara pilihan-pilihan yang ada
4. Keputusan pembelian, Pengguna membuat keputusan atas pilihan-pilihan yang ada
5. Perilaku pasca pembelian, Pengguna merekomendasikan menggunakan produk tersebut

2.5.3 Indikator Keputusan Penggunaan

(Iqbal et al., 2021) menyatakan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan penggunaan adalah

1. Pemakaian nyata, yaitu mengacu pada sejauh mana seseorang benar-benar menggunakan suatu sistem atau teknologi dalam aktivitas sehari-hari mereka. Pemakaian nyata mencerminkan keputusan pengguna untuk mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi ke dalam rutinitas mereka, bukan hanya sekadar niat untuk menggunakannya
2. Frekuensi penggunaan, yaitu seberapa sering pengguna menggunakan suatu sistem atau teknologi dalam periode tertentu (harian, mingguan, atau bulanan). Frekuensi penggunaan mencerminkan sejauh mana teknologi dianggap penting atau bermanfaat dalam aktivitas pengguna. Jika pengguna sering menggunakan suatu sistem, hal ini menunjukkan bahwa sistem tersebut memiliki nilai yang tinggi dalam mendukung kebutuhan mereka

3. Kepuasan pengguna mengacu sejauh mana ekspektasi pengguna terhadap sistem atau teknologi telah terpenuhi. Jika pengguna merasa puas dengan pengalaman penggunaan, fitur yang disediakan, serta kemudahan dan manfaat yang diberikan, mereka cenderung terus menggunakan sistem tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain

2.6 Penelitian Terdahulu

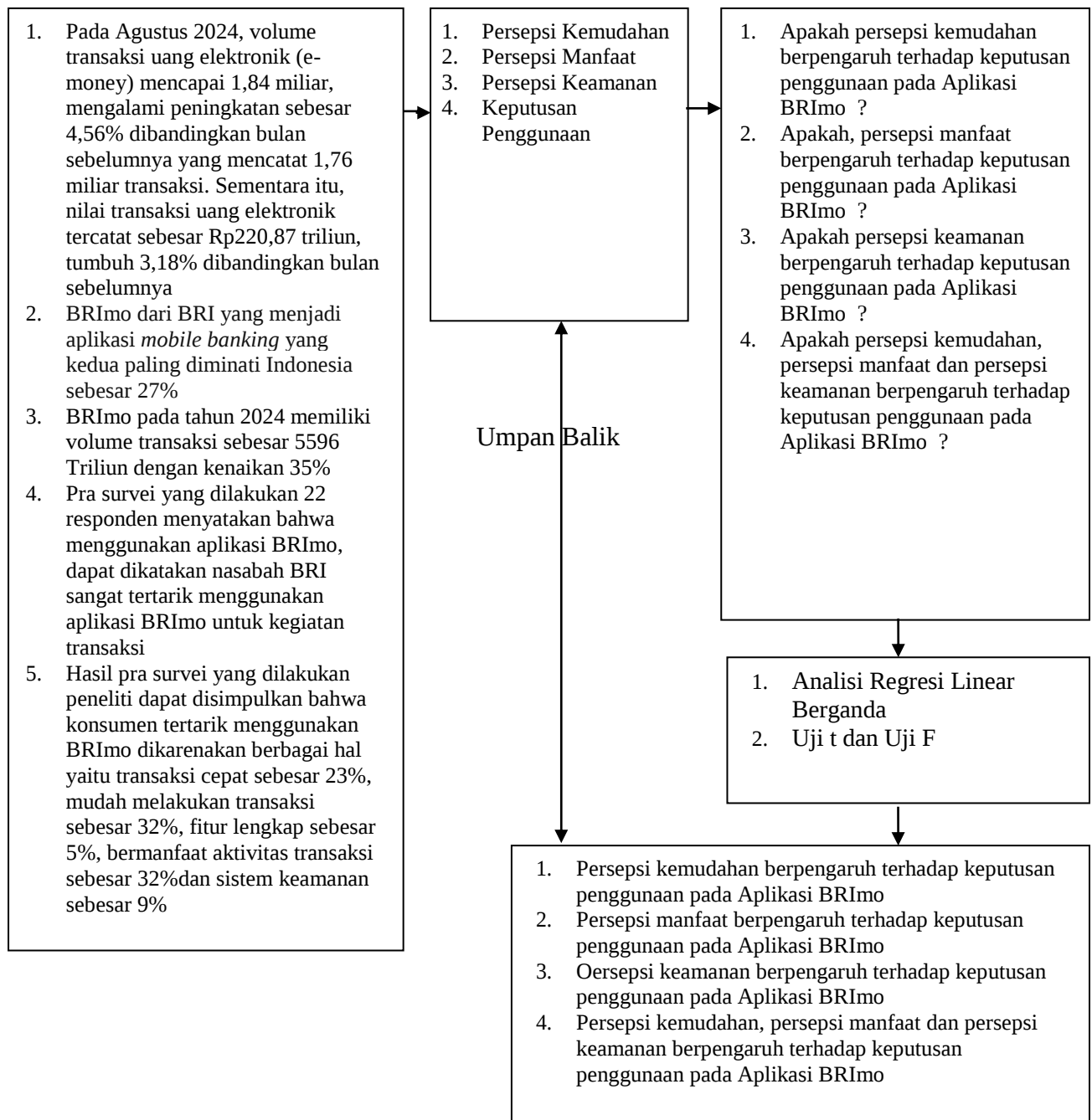
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Analisis Data	Hasil
1	(Widodo & Ariandi, 2024)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil uji hipotesis menunjukkan secara parsial dan simultan variabel kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta
2	(Aprianti et al., 2023)	Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan QRIS Livin'By Mandiri pada Bank Mandiri	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil uji Kemudahan keamanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan QRIS Livin' by Mandiri pada Bank Mandiri, QRIS Livin' by Mandiri di
3	(Zaki, 2022)	Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman.	Analisis Regresi Linier Berganda	Melihat hasil uji yang telah dilakukan membuktikan bahwa secara parsial variabel sikap dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, dan secara simultan kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah
4	(Sulkarnain et al., 2022)	Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi.	Analisis Regresi Linier Berganda	Keputusan Nasabah Bank Mandiri dipengaruhi oleh variabel Kemudahan, Manfaat, dan Resiko. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah Bank Mandiri cabang Makassar adalah variabel Manfaat.
5	(Putri et al., 2020)	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19.	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Perceived Usefulness, Ease Of Use dan Perceived Credibility secara parsial dan simultan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking di PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Ringroad Dimasa Pandemic Covid-19.

6	(Jun et al., 2022)	<i>Factors Influencing Customer Decisions to Use Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic</i>	SEM	<i>Results showed the perceived usefulness affects customer's online food delivery usage directly and indirectly through customer attitude, enjoyment and trust are also key factors determining behavior intention toward customer attitude using online food delivery services, positive relationship between social influence and customer attitude; and a positive relationship between customer attitude and behavior intention in the online food delivery service context</i>
7	(Johnson et al., 2021)	<i>The Impact of Perceived Privacy, Accuracy and Security on the Adoption of Mobile Self-Checkout Systems</i>	SEM-PLS	<i>Findings support that relative advantage, trialability, and perceived security positively affect usage intention. Moreover, compatibility and ease of use positively affect relative advantage, and perceived privacy and accuracy positively affect perceived security. This study provides significant insights and implications for both innovation adoption research and retail practice</i>

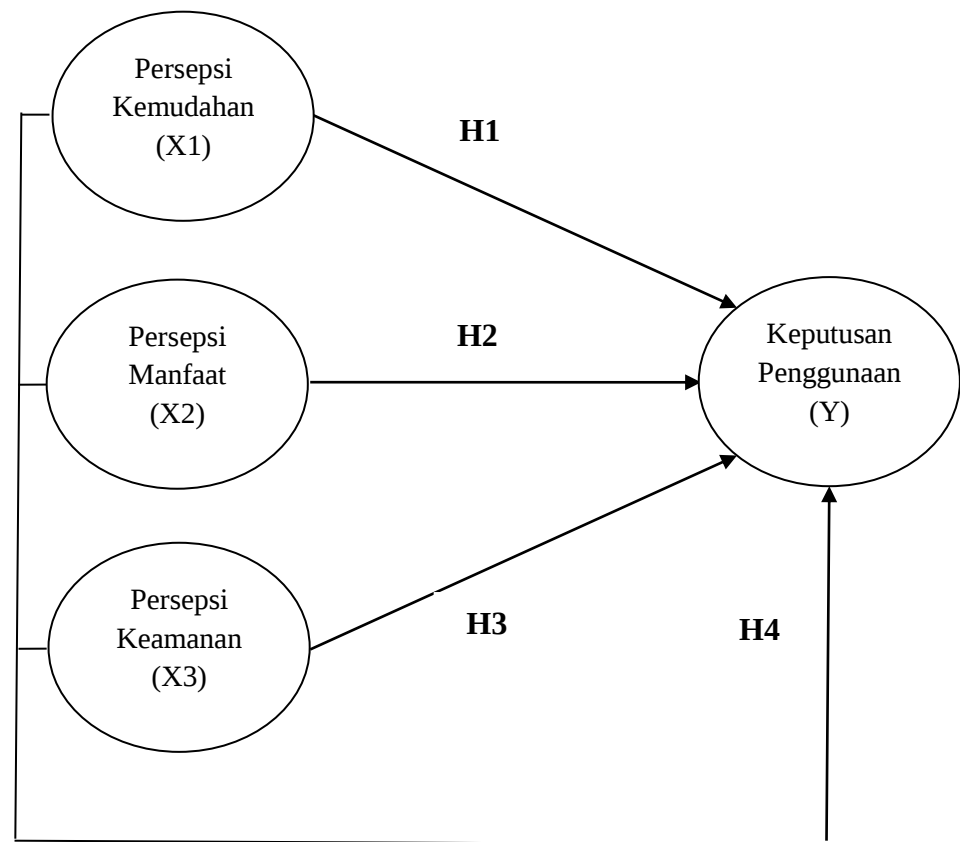
Sumber: Data Diolah, 2025

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.8 Kerangka Peneltian



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang, permasalahan, dan kerangka pikir tersebut maka dapat diambil hipotesis, bahwa:

2.9.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan

(Adam et al., 2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan penggunaan sistem teknologi informasi tanpa adanya kendala atau masalah. Seseorang dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut mudah digunakan, mudah dioperasikan, dan mudah diingat untuk digunakan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin bermanfaat dan besar kemungkinan teknologi tersebut akan diterima oleh pengguna (Rosyidin et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa (Zaki, 2022), (Putri et al., 2020) persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu penelitian mengajukan hipotesis:

H1: Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi BRImo

2.9.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan

(Putri et al., 2020) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan terkait pada kapasitas dan efektivitas suatu sistem teknologi pada manfaat dan fungsi yang didapatkan dalam peningkatan kerja dan kinerja saat menggunakan sistem. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika menurutnya sistem itu bermanfaat. Begitu pula dengan seseorang yang tidak akan menggunakan suatu sistem jika menurutnya sistem tersebut

kurang bermanfaat, Konsep ini juga menjelaskan bagaimana sistem akan membantu orang bekerja lebih baik, menyelesaikan tugas lebih cepat, menjadi lebih produktif, dan mendapatkan pekerjaan yang lebih mudah (Mulyati et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Sulkarnain et al., 2022), (Putri et al., 2020) bahwa menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati & Noersanti, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, Oleh karena itu penelitian mengajukan hipotesis:

H2: Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi BRImo

2.9.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan

(Aprianti et al., 2023) menyatakan bahwa keamanan yaitu suatu kemampuan ataupun berupa upaya dalam melakukan pengontrolan Untuk melindungi data nasabah dari penipuan dan bahkan pencurian perbankan online, perlu dilakukan enkripsi aset/data yang berkaitan dengan informasi pribadi. Ketika klien merasa aman menggunakan sebuah layanan, mereka akan cenderung berkomitmen untuk menggunakannya. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak, ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli atau memutuskan menggunakan aplikasi dengan perasaan aman (Kholifah et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Widodo & Ariandi, 2024) bahwa menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

(Kamila & Rahayu, 2024) menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, Oleh karena itu penelitian mengajukan hipotesis:

H3: Persepsi Keamanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi BRImo

2.9.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan

(Kholifah et al., 2023) menyatakan bahwa keputusan menggunakan adalah suatu keputusan yang diambil nasabah dalam menggunakan suatu layanan dengan melalui berbagai pertimbangan, seperti pertimbangan fisik, emosional, rasional, praktikkan, interpersonal, serta struktural. (Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan tingkat anggapan yang dimiliki oleh seseorang yang yakin bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak usaha dan jelas serta pengoperasiannya mudah. (Zaki, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa pemanfaatan teknologi dapat memberikan manfaat konkret dan beroperasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa (Zaki, 2022), (Putri et al., 2020) persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mawardi & Prabowo, 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Widodo & Ariandi, 2024) bahwa menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kamila & Rahayu, 2024) menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Sulkarnain et

al., 2022), (Putri et al., 2020) bahwa menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati & Noersanti, 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu penelitian mengajukan hipotesis:

H4: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi BRImo