

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Perilaku Konsumen**

Menurut (J. Paul Peter & Jerry C. Olson, 2013) Perilaku konsumen sebagai “dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan di mana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.” Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Hal ini juga mencakup segala hal pada lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan tersebut. Hal itu termasuk komentar konsumen lainnya, iklan, informasi harga, pengepakan, penampilan produk, blogs, dan lainnya. Perilaku konsumen yang bersifat dinamis, dan melibatkan interaksi dan pertukaran sangat penting untuk dikenali. Sedangkan menurut (Solomon dalam Priambodo, S. dan Prabawani, B.2016 ) sebagai berikut “It is the study of the processes involved when individuals or groups select, purchase, use, or dispose of product, service, ideas, or experiences to satisfy needs and desires” yang kurang lebih artinya perilaku konsumen mencakup banyak bidang yaitu pelajaran dari keterlibatan proses ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menjual, produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Berdasarkan pengertian mengenai perilaku konsumen sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah tindakantindakan nyata inidividu atau organisasi yang dipengaruhi berbagai aspek internal dan eksternal guna mengarahkan mereka dalam memilih dan mengkomsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Perilaku konsumen mempelajari dimana suatu kondisi macam apa dan bagaimana kebiasaan seseorang dalam membeli atau menggunakan produk tertentu dengan merek tertentu (Purnama dalam Priambodo, S. dan Prabawani, B. 2016).

## **2.2.TAM ( *Technology Acceptance Model* )**

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* ini dikembangkan oleh Davis et al, (1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan kepercayaan dan persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) Selain menggunakan faktor kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan teknologi, penelitian ini menambahkan faktor keamanan dalam kerangka model TAM guna mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat untuk menggunakan suatu teknologi oleh pengguna. Berdasarkan penjelasan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan keamanan yang dapat mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik. Model penerimaan teknologi diperkenalkan ini merupakan adaptasi dari Teori Tindakan Beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara persimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et al., 1989). Parsmoni adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan hemat dalam penyusunan asumsi atau hipotesis yang berarti juga pembuktian.

## **2.3.Kepercayaan**

Menurut (Tjini dan Baridwan dalam Mustafa Rajuli et al 2016), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Menurut (Worehel dalam Muhammad Rafiq 2009 ) menyatakan bahwa kepercayaan akan melibatkan suatu harapan dari kelompok lain dan akan menyebabkan suatu hasil positif, meskipun kemungkinan lain akan menyebabkan hasil yang negatif. Menurut (Saputro & Sukirno dalam Mustafa Rajuli et al 2016) berpendapat bahwa kepercayaan tidak dapat begitu saja diperoleh, melainkan harus dibangun dari awal dan kemudian dapat dibuktikan.

Kepercayaan adalah faktor penting dalam membangun dan membina hubungan jangka panjang menurut (Rousseau et.al. (dalam Anna, Viola 2019). Menurut (Mayer et al dalam Anna, Viola 2019) Indikator pengukuran variabel kepercayaan diantaranya yaitu:

1. Kemampuan
2. Kebaikan hati
3. Integritas

#### **2.4.Persepsi Manfaat**

Menurut (Jogiyanto dalam Mustafa Rajuli et al 2016) Persepsi manfaat (perceived usefulness) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat (perceived usefulness) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Persepsi Manfaat menurut (Rahmatsyah dalam Wibowo 2015) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Menurut Pratiwi dalam Mustafa Rajuli et al 2016) indikator persepsi manfaat sistem bagi pemakainya yaitu :

1. Produktivitas
2. Kinerja tugas atau efektivitas
3. Kebermanfaatan secara keseluruhan

#### **2.5.Keamanan**

Menurut Casalo et al dalam Sulisty S. U dan Berlianingsih K. 2017) dari sudut konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis

perbankan online. Keamanan berkaitan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transactions konsumen. Keamanan menurut (Raharjo dalam Utami, kusumawati 2017) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah system yang berbasis informasi. Dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut (Cheng., et al, dalam Muhammad Abdurrahim Suwandi1 Elvira Azis 2018 ) Keamanan yang dirasakan (Perceived Security) diartikan sebagai keyakinan bahwa vendor online akan memenuhi persyaratan keamanan. Perlindungan dirasakan informasi pribadi adalah persepsi konsumen mengenai sejauh mana informasi pribadi atau pribadi mereka dilindungi oleh vendor online. Ini berarti bahwa konsumen akan melihat risiko yang lebih besar jika sistem untuk perlindungan informasi pribadi tidak mapan dengan vendor.

Menurut (Fransiska Vania Sudjatkika, 2017) Persepsi keamanan dipengaruhi oleh tiga indikator, antara lain:

1. Integritas
2. Kerahasiaan
3. Ketersediaan

## **2.6.Minat**

Menurut (Kotler dalam wibowo 2015) minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Menurut (Winkel dalam Sulistyono S. U dan Berlianingsih K. 2017) Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Minat momentan ialah perasaan tertarik pada suatu topik yang sedang dibahas atau dipelajari untuk itu kerap digunakan istilah “perhatian”. Perhatian dalam arti “minat momentan”, perlu dibedakan dari perhatian dalam arti “konsentrasi”, sebagaimana dijelaskan di atas. Antara minat dan berperasaan senang terhadap

hubungan timbal balik, sehingga tidak mengherankan kalau siswa yang berperasaan tidak senang, akan kurang berminat, dan sebaliknya. Menurut (Ajzen dalam Wibowo 2015) minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.

Menurut (Jogiyanto dalam Singgih Priambodo, Bulan Prabawani, ) minat terdiri dari tiga indikator. Indikator inilah yang peneliti pakai dalam penelitian minat menggunakan, dari ketiga indikator tersebut yaitu:

1. Keinginan untuk menggunakan
2. Selalu mencoba menggunakan
3. Penggunaan yang berkelanjutan

## **2.7. Aplikasi**

Aplikasi merupakan sebuah perangkat lunak (*software*) yang berjalan pada sistem operasi tertentu dengan tujuan untuk menjalankan perintah tertentu. Berikut pengertian aplikasi dari beberapa ahli :

- Menurut Jogiyanto (1999) adalah penggunaan dalam suatu komputer, instruksi (instruction) atau pernyataan (statement) yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input menjadi output.
- Menurut Kamus Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) adalah penerapan dari rancang sistem untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu. Aplikasi adalah suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna.

### **2.7.1. Jenis – Jenis Aplikasi**

Ada 3 jenis aplikasi, yaitu :

1. Aplikasi desktop, yaitu aplikasi yang hanya dijalankan di perangkat PC komputer atau laptop.
2. Aplikasi Web, yaitu aplikasi yang dijalankan menggunakan computer dan koneksi internet.

3. Aplikasi mobile, yaitu aplikasi yang dijalankan di perangkat mobile di mana untuk kategori ini penggunaannya sudah banyak sekali.

## **2.8.Uang Eletronik**

### **2.8.1. Definisi Uang Elektronik**

Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang sudah disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Bank Indonesia dalam Pratama A. B dan Saputra I.D.G.D 2019). Munculnya uang elektronik dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan less cash society di Republik Indonesia. Uang elektronik sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro.

Berikut ini adalah macam – macam E-money yang sedang berkembang saat ini :

#### **1. Gopay**

GO-PAY atau yang sebelumnya disebut sebagai Go Wallet adalah dompet virtual untuk menyimpan GO-JEK Credit Anda yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi GO-JEK.

Pada akhir tahun 2016 Gojek mengakuisisi Ponselpay, sebuah perusahaan keuangan milik MVComerce yang telah memiliki lisensi uang elektronik (e-money) dari Bank Indonesia. Gojek membutuhkan lisensi tersebut guna mengembangkan Gojek yang telah mereka kembangkan untuk menjadi e-money layaknya e-money lainnya.

Seperti Flazz milik BCA, Brizzi milik BRI, T-Cash milik Telkomsel dan lain-lain.

## 2. OVO

OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan Anda layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash). Anda juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali Anda melakukan transaksi pembayaran melalui OVO.

Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO Points adalah loyalty rewards bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di merchant-merchant rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan OVO.

OVO menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa cash terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo cash maupun point.

OVO merupakan sebuah aplikasi smart yang diluncurkan oleh perusahaan Lipo pada pertengahan maret 2017 dan mendapatkan pengakuan / izin dari Bank Indonesia pada 21 Januari 2019

## 3. DANA

Dirancang oleh programer andal Indonesia, DANA hadir dengan sokongan investor kelas dunia PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas, dan Ant Financial. Meluncur pada tahun lalu, pemain baru dompet digital ini ingin berkontribusi pada program besar pemerintah, Bank Indonesia (BI), dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mencapai 75 persen target inklusi keuangan di Indonesia hingga 2019.

DANA menyediakan infrastruktur *platform* terbuka untuk pembayaran, yang memungkinkan semua pengguna, baik dari sisi *merchant* maupun

konsumen untuk melakukan transaksi secara nontunai dan nonkartu secara mudah, aman, dan efisien.

Konsep *platform* terbuka DANA bisa terintegrasi dengan *platform merchant* dan *channel* pembayaran lain. Sebagai dompet digital, DANA dapat dimanfaatkan oleh beragam sektor, termasuk pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima untuk mendukung setiap transaksi dengan mudah dan aman.

DANA berinovasi dengan membangun teknologi dompet digital yang terintegrasi langsung pada *platform merchant* rekanan, seperti di Bukalapak, TixID, BBM, dan Ramayana. Dalam waktu dekat, DANA juga akan hadir di berbagai *merchant* lainnya, baik *online* maupun *offline*.

Untuk layanan *online*, karena terintegrasi pada *platform merchant*, maka pengguna dapat melakukan proses pembayaran menggunakan DANA secara mudah dan aman tanpa harus keluar dari *platform merchant*. Akun DANA pengguna juga akan langsung tersinkronisasi secara otomatis di berbagai *merchant* DANA. Satu dompet, untuk semua kebutuhan di berbagai *merchant*.

#### 4. LinkAja

February 2019, 7 Perusahaan BUMN menciptakan sebuah platform pembayaran digital yang akan menjadi salah satu platform pembayaran terbesar di Indonesia, yakni Link Aja. Link Aja akan dioperasikan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finarya), Finarya merupakan perusahaan yang dibentuk oleh Telkomsel, Bank BRI, Bank BNI, Bank BTN, Bank Mandiri, Pertamina dan Asuransi Jiwasraya.

Telkomsel menjadi pemegang saham terbesar dengan menyumbang 25% dari total saham Link Aja, Bank BRI 20%, Bank BNI 20%, Bank Mandiri 20%, Bank BTN 7%, Pertamina 7%, dan Asuransi Jiwasraya 1%.

Menurut Dhenu sebagai Product Development Group Head PT Finarya (LinkAja) usai menghadiri acara selular congress 2019 seperti yang tertulis pada laman berita CNN Indonesia sampai Juli 2019 pengguna yang sudah



terdaftar pada aplikasi link aja berjumlah 26 juta orang dan jumlah itu akan semakin bertambah dengan seiring berjalannya waktu.

## 2.9. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1.** Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Muhammad Abdurrahim Suwandi Elvira Azis. (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money pada generasi milineals (Studi kasus pada mahasiswa S1 IPB)	Metode kuantitatif	Variabel culture dan effort expectancy tidak memiliki pengaruh terhadap intention to use electronic payment system pada e-money; sedangkan variabel perceived security, performance expectancy dan social influence berpengaruh terhadap intention to use electronic payment system pada e-money.

**Tabel 2.1.** (Lanjutan).

2	Sulistyo Seti Utami, Berliansih Kusumawati (2017)	Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)	Deskriptif kuantitatif	Hasilnya, penggunaan uang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa menggunakan e-money, Kemudahan e-money secara signifikan mempengaruhi minat siswa dalam menggunakan e-money. Semakin mudah uang digunakan, semakin tinggi minat siswa untuk menggunakannya. Keamanan berpengaruh terhadap minat siswa menggunakan uang elektronik. Semakin tinggi keamanan e-money maka minat siswa dalam menggunakan e-money lebih tinggi.
---	---------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

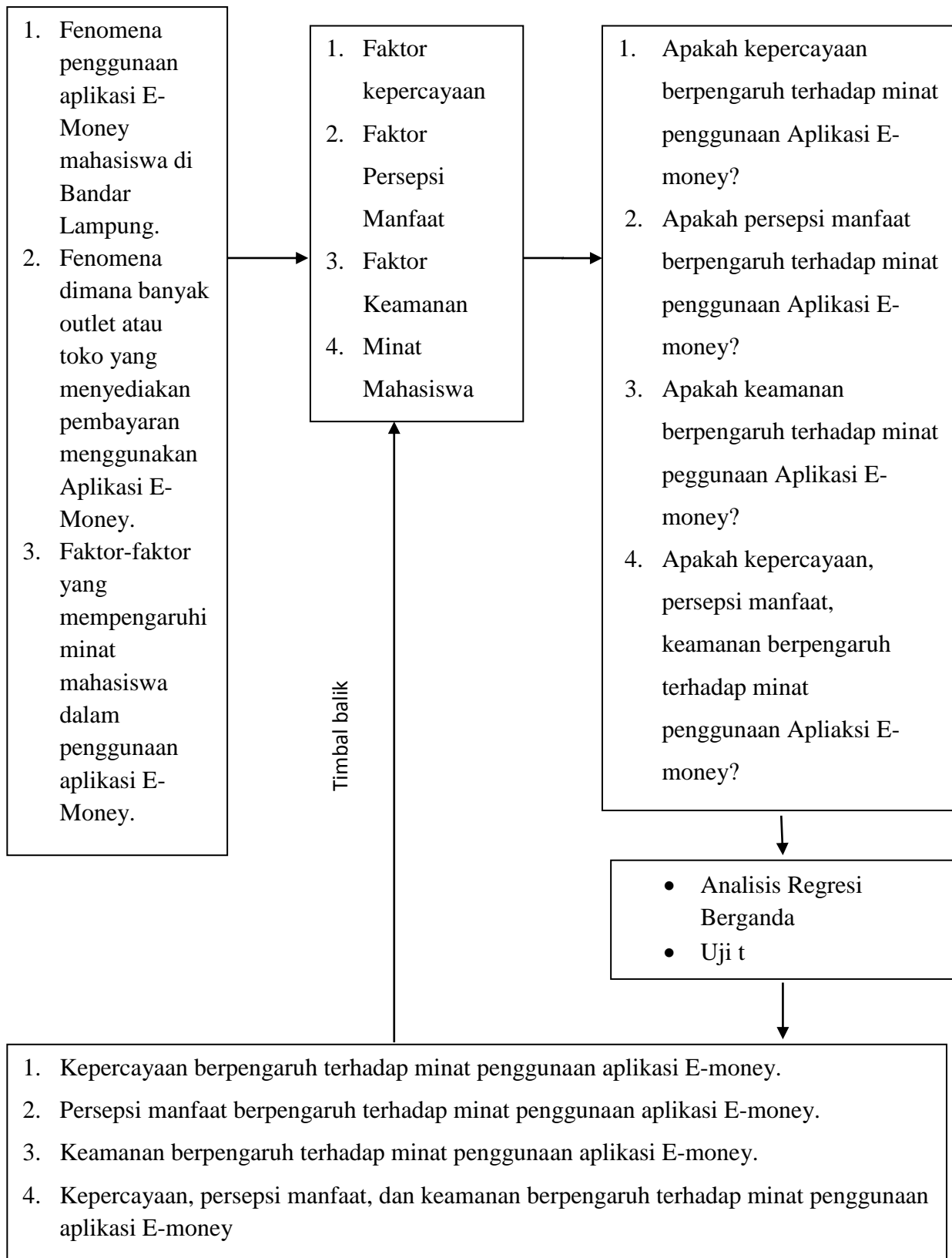
**Tabel 2.1.** (Lanjutan)

3	Wendy Suhendry, Novita	Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money di kota Pontianak	penelitian explanatory	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat (perceived usefulness), kemudahan penggunaan (perceived ease of use), dan resiko (perceived risk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penggunaan emoney. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mempengaruhi faktor penggunaan e-money.
---	------------------------------	----------------------------------------------------------------------	------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 2.10. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pikir dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut.

Adapun kerangka pikir dalam judul yaitu **“FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM PENGGUNAAN APLIKASI E-MONEY DI BANDAR LAMPUNG”** sebagai berikut :



**Gambar 2.1.** Kerangka Pikir

### **2.10.1. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Pengguna aplikasi E-Money akan semakin bertambah besar jika beberapa aspek berikut terpenuhi. Diantaranya, faktor kepercayaan, persepsi manfaat, dan keamanan.

Jika kesemua aspek tersebut mengarah secara positif maka minat dalam menggunakan aplikasi E-money akan menjadi signifikan.

- H1 : Diduga kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi E-money.
- H2 : Diduga persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi E-money.
- H3 : Diduga keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi E-money.
- H4 : Diduga kepercayaan, persepsi manfaat, dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi E-money.