

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perceived Ease Of Use

2.1.1 Pengertian Perceived Ease Of Use

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah suatu sistem dirancang untuk memudahkan pengguna dan tidak menyulitkan. Kemudahan ini memiliki makna bahwa suatu layanan akan mudah dipahami dan dapat dengan mudah dioperasikan, sehingga konsumen akan mudah mempelajari tata cara penggunaan layanan

Widiyanti (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of us* merupakan persepsi mengenai suatu teknologi baru mudah dimengerti, mudah digunakan, mudah dijangkau dan praktis dalam penggunaannya. Adyas (2019) menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Mahanani & Sari (2019) menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Davis dalam Fatuh (2017) mendefinisikan bahwa *perceived ease of use* adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu

2.1.2 Indikator *Perceived Ease Of Use*

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur melalui indikator-indikator yaitu ;

1. Kemudahan mempelajari,
2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna,
3. Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna,
4. Kemudahan dalam pengoperasian.

2.2 *Perceived Usefulness*

2.2.1 Pengertian *Perceived Usefulness*

Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah manfaat sistem membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah pengguna jadi menggunakan sistem atau tidak. Persepsi kebermanfaatan dapat menjelaskan bahwa pengguna yang mempercayai kalau sistem informasi tersebut berguna maka akan menggunakan, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau sistem informasi berguna maka pengguna pasti tidak akan menggunakannya

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah suatu sistem yang bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak konsumen yang semakin minat dan memutuskan menggunakan layanan tersebut. Konsumen yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi, maka dia akan termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Widiyanti (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan persepsi konsumen pada suatu sistem dapat mempercepat proses, meningkatkan efektifitas dan produktifitas dan bermanfaat bagi individu.

Fahmy (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan probabilitas subjektifitas individu bahwa pemakaian sistem aplikasi tertentu akan dapat meningkatkan kinerja individu dalam organisasi. Fatuh (2017) menyatakan bahwa *perceived usefulness* didefinisikan

sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya.

2.2.2 Indikator *Perceived Usefulness*

Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa indikator yang dapat mengukur *perceived usefulness* adalah

1. *Work more quickly* (mempercepat pekerjaan)
2. *Job performance* (meningkatkan kinerja)
3. *Increase productivity* (meningkatkan produktivitas)
4. *Effectiveness* (efektivitas)
5. *Makes job easier* (mempermudah pekerjaan)
6. *Useful* (bermanfaat)

2.3 Minat Menggunakan

2.3.1 Pengertian Minat Menggunakan

Kurniasari (2018) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misal motivasinya untuk tetap menggunakan maupun memotivasi pengguna lain atau menambah peripheral pendukung lainnya

Davis Dalam Atriani (2020) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Ketika seseorang melihat bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka ia akan menjadi berminat sehingga hal tersebut akan mendatangkan dorongan seseorang untuk menggunakan produk tersebut.

Safitri (2020) menyatakan bahwa minat menggunakan sebagai kecenderungan ketertarikan pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila dalam menggunakan teknologi baru tersebut, pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Abrilia (2020) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan keadaan yang dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya yang akan dilakukan

2.3.2 Indikator Minat Menggunakan

Indikator minat menggunakan yang digunakan dalam ini penelitian ini, Abrilia (2020) adalah

1. Berniat menggunakan adalah berniat menggunakan pada sebuah aplikasi dompet digital dalam penggunaan membeli produk atau jasa pada aplikasi dompet digital.
2. Digunakan untuk masa depan merupakan sebuah aplikasi yang digunakan pada era milenial dengan kemajuan teknologi pada aplikasi dompet digital.
3. Ketertarikan pada objek minat adalah minat menggunakan aplikasi dompet digital atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya campur tangan orang lain.
4. Cenderung selalu menggunakan adalah orang yang selalu menggunakan aplikasi dompet digital untuk bertransaksi melalui aplikasi yang digunakannya

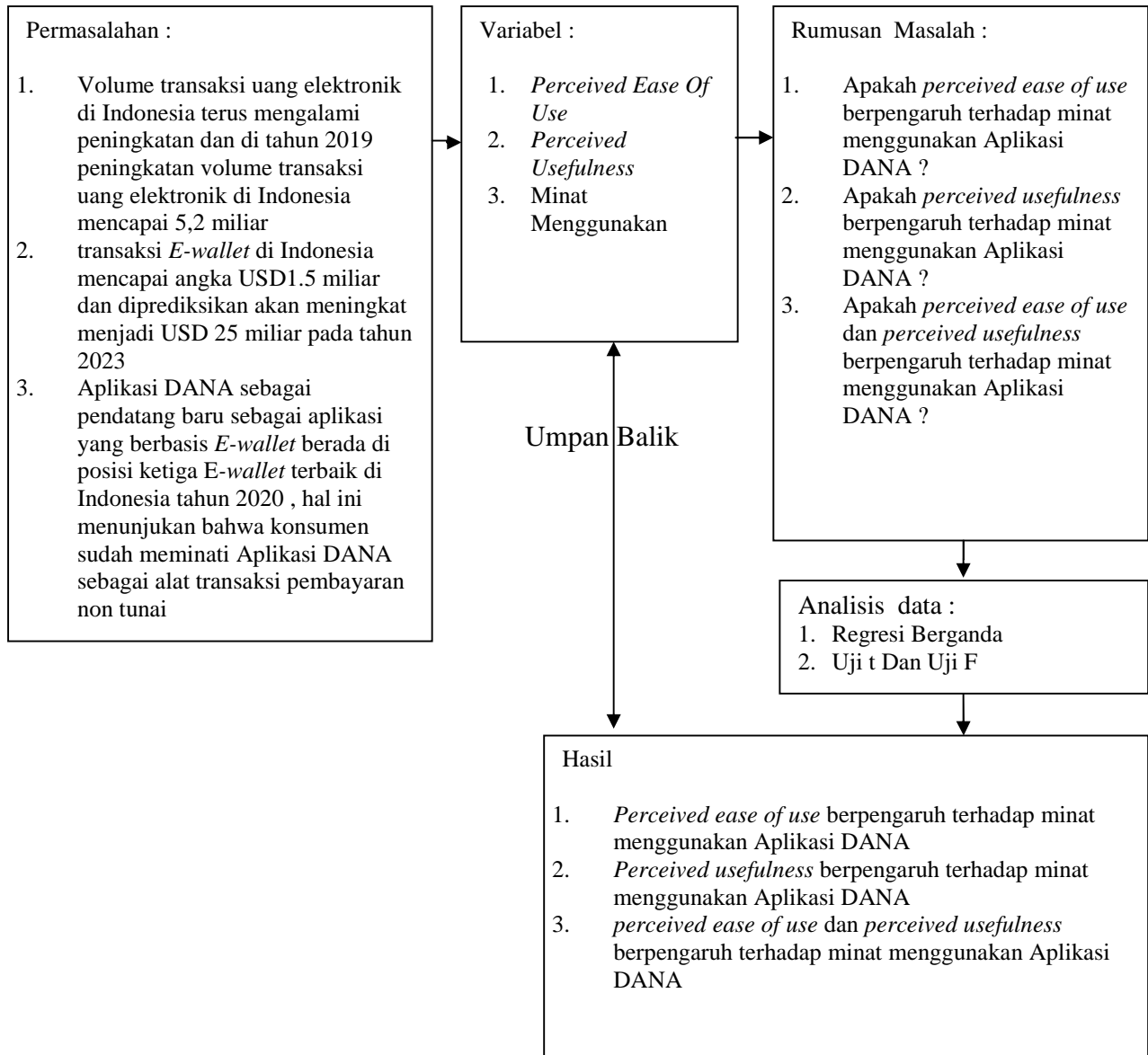
2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil
1.	Prinka Kurniasari & Swasta Priambada (2018)	Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi online
2	Atriani, Lalu Adi Permadi & Baiq Handayani Rinuastuti (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO	Hasil penelitian menunjukkan variabel Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO
3	Dinar Dhea Safitri & Nur Diana (2020)	Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (Ovo) Dalam Transaksi Keuangan	P Hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat Penggunaan OVO
4	Vera Desy Nurmalia Lilis Endang Wijayanti (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan motivasi mempengaruhi minat beli online
5	Nurya Dina Abrilia & Tri Sudarwanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya	Pada hasil penelitiannya ditunjukkan bahwa kemudahan dan Fitur layanan memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan Aplikasi Dana
6	Wicaksono, A., & Maharani, A. (2020)	The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Technology Acceptance Model to Use Online Travel Agency	Through the regression test results, it can be concluded that the effect of PEU is greater than PU on BI in the use of PT XYZ
7	Hamid, Razak, Bakar, & Abdullah (2016)	The Effects Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention To Use E-Government	multiple regression analysis was applied. The results indicate that perceived usefulness ($\beta = 0.65$, $p < 0.01$) and perceived ease of use ($\beta = 0.14$, $p < 0.05$) were positively related to continuance intention to use e-government and able to explain a total of 56 % variance

Sumber : Data Diolah, 2021

2.5 Kerangka Pikir



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

2.6 Hipotesis Penelitian

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

2.6.1 Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi DANA

Perceived ease of use merupakan kemudahan yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi kemudahan maka semakin tinggi pula minat konsumen menggunakan suatu Aplikasi DANA. *Perceived ease of use* memberikan manfaat bagi pengguna untuk mengetahui sejauh mana pengguna percaya bahwa dengan terus menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah suatu sistem dirancang untuk memudahkan pengguna dan tidak menyulitkan. Kemudahan ini memiliki makna bahwa suatu layanan akan mudah dipahami dan dapat dengan mudah dioperasikan, sehingga konsumen akan mudah mempelajari tata cara penggunaan layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Abrilia (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat menggunakan, artinya jika keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tersebut sangat mudah dan tidak sulit baginya akan meningkatkan minat menggunakan suatu aplikasi, sehingga penelitian mengajukan hipotesis :

H1 : *Perceived Ease Of Use* Berpengaruh Terhadap minat menggunakan Aplikasi DANA

2.6.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi DANA

Perceived usefulness sebagai perasaan dimana konsumen merasa menggunakan *E-wallet* berguna untuk aktivitas maka semakin tinggi minat menggunakan Aplikasi Dana. Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah manfaat sistem membentuk suatu

kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah pengguna jadi menggunakan sistem atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan, artinya jika sebuah sistem berguna bagi seseorang maka akan meningkatkan minat menggunakan suatu aplikasi, sehingga penelitian mengajukan hipotesis :

H2 : *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi DANA

2.6.3 Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi DANA

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah suatu sistem dirancang untuk memudahkan pengguna dan tidak menyulitkan. Kemudahan ini memiliki makna bahwa suatu layanan akan mudah dipahami dan dapat dengan mudah dioperasikan, sehingga konsumen akan mudah mempelajari tata cara penggunaan layanan dan Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah manfaat sistem membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah pengguna jadi menggunakan sistem atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Abrilia (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat menggunakan, Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan artinya jika keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tersebut sangat mudah dan tidak sulit baginya, sistem berguna bagi seseorang dan akan meningkatkan minat menggunakan suatu aplikasi, sehingga penelitian mengajukan hipotesis

H3 : *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi DANA