

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil Jurnal Terlebih dahulu**

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Fahmi & Evanita, (2019). Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Periklanan dan Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan pengaruh signifikan terhadap Sikap untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik pada masyarakat di kota Padang. (2) Periklanan dan Persepsi keamanan belum Positif dan berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik pada Socities di kota Padang. (3) Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik pada masyarakat di kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Pratama & Suputra, (2019). Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa reguler sore angkatan 2015 yang berjumlah 493 orang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan insidental sampling, untuk memperoleh jumlah sampel minimum digunakan rumus Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Alaeddin, Rana, Zainudin, & Kamarudin, (2018). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki sikap dan niat konsumen dari pembayaran tradisional dengan menggunakan uang kertas, debit atau kartu kredit atau apa yang disebut fisik dompet ke dompet digital dengan menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan pembayaran. Secara total, 140 survei diemail ke staf sekolah bisnis UNIKL, 98 kuesioner dikembalikan sepenuhnya dan bisa digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah faktor

efektif menjadi sikap konsumen terhadap peralihan. Apalagi hubungan antara sikap dan niat adalah signifikan sementara risiko yang dirasakan menarik turun tingkat efek ini.

Penelitian ke empat yang dilakukan oleh Kesumastuti, (2020). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan proses pembentukan minat dalam mengadopsi GO-PAY. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal dan teknik pengumpulan data menggunakan Focus Group Discussion. Hasil penelitian ini, ditemukan bahwa informan tertarik untuk mengadopsi GO-PAY setelah melalui tahapan minat adopsi dilihat dari Kesadaran, Minat, Evaluasi, Uji Coba, dan Adopsi. Selain itu, minat adopsi GO-PAY untuk informan juga didukung oleh faktor manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan di mana semakin mudah teknologi, dan semakin bermanfaat teknologi, semakin cepat teknologi akan diadopsi.

Penelitian ke lima yang dilakukan oleh Amadea (2018.). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana hubungan dan pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavior intention* pada aplikasi *digital payment* OVO. Penelitian ini dikerjakan dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada 100 responden pengguna OVO di wilayah Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif dan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil akhir yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention*. Selain itu variabel *perceived usefulness* juga berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention*. Dari nilai koefisien beta yang diperoleh pada tabel hasil regresi berganda, diperoleh bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap *behavior intention* dibandingkan *perceived usefulness*.

Penelitian ke enam yang dilakukan oleh Aydin, (2016). Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perkembangan sikap konsumen dan niat untuk menggunakan pembayaran mobile sistem. Salah satu aplikasi dompet seluler operator jaringan seluler utama di Turki digunakan sebagai proksi dari sistem pembayaran seluler. Metodologi survei

digunakan untuk mengumpulkan data dari pelanggan dengan stratified random sampling di antara dua kelompok yang berbeda (pengguna dan non- pengguna). Sebanyak 1.395 kuesioner dikumpulkan dari pelanggan dan dianalisis menggunakan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial pemodelan. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya kemudahan penggunaan dan kegunaan dalam pengembangan sikap. Di sisi lain, keamanan kekhawatiran ditemukan memiliki tingkat efek yang rendah pada sikap dan menggunakan niat. Pengaruh pengaruh sosial ditemukan tidak signifikan di antara pengguna. Ada perbedaan antara persepsi dan keyakinan pengguna dan bukan pengguna yang ditunjukkan oleh perbedaan signifikan dalam mayoritas konstruksi yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ke tujuh yang dilakukan oleh Pankaj, (2017). Data dikumpulkan dari sampel 350 orang dari semua empat zona di India yaitu, timur, barat, utara dan selatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terstruktur dengan baik oleh mengajukan pertanyaan terbuka dan tertutup tentang sikap mereka terhadap dompet ponsel dan niat mereka adopsi atau penggunaannya. Untuk menganalisis dan menafsirkan data dalam penelitian ini, alat statistik dasar dan regresi logistic Analisis digunakan dengan bantuan versi SPSS 16.0. Mengingat penelitian sebelumnya, enam faktor (mis., Dirasakan kualitas layanan, risiko yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, persepsi biaya, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan) yang mendorong niat pelanggan untuk menggunakan dompet seluler telah dipilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan atau mengadopsi dompet ponsel. Model ini memiliki prediktabilitas keseluruhan untuk mengklasifikasikan 85.1% kasus dengan benar dan menunjukkan bahwa 96,5% orang diklasifikasi untuk mengadopsi atau menggunakan layanan dompet seluler sedangkan 35,4% orang tidak memiliki niat untuk mengadopsi atau menggunakannya di masa depan.

Penelitian ke delapan yang dilakukan oleh Li et al., (2019). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyelidiki efek persepsi risiko pengguna, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap pada kesediaan pengguna untuk menggunakan dompet digital, dengan menggunakan versi lanjutan dari penerimaan teknologi model (TAM). Model diuji dengan menggunakan

pemodelan persamaan struktural (SEM), dan datanya adalah dikumpulkan dari 491 pengguna di Cina. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat telah efek signifikan pada sikap dan niat pengguna untuk menggunakan dompet digital, dan persepsi risiko memiliki negatif berpengaruh pada persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Sementara itu, persepsi risiko juga memiliki efek langsung tentang sikap dan niat pengguna untuk menggunakan dompet digital. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasakan bahwa risiko menggunakan dompet digital lebih tinggi, mereka akan memiliki sikap negatif menggunakan dompet digital dan kecil kemungkinannya untuk menggunakan dompet digital.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. TAM**

TAM adalah sebuah model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang langsung berkaitan dengannya. TAM mempunyai tujuan untuk memberi penjelasan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap sebuah teknologi dalam organisasi. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan/keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. Model TAM menjelaskan lebih rinci mengenai penerimaan internet dengan dimensi-dimensi tertentu yang bisa mempengaruhi pengguna internet dengan mudah. Model ini menempatkan faktor kepercayaan dari setiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Model ini telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna komputer secara empiris, dimana banyak pengguna dapat dengan mudah mengoperasikan internet, karena sesuai dengan apa yang diinginkannya. Dalam TAM, penerimaan pemakai sistem informasi ditentukan oleh dua faktor kunci yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

### 2.2.1.1. Evolusi Sistem Pembayaran

Fungsi dan bentuk uang mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal ini dapat kita lihat melalui evolusi sistem pembayaran (*payments system*). Pembayaran yang dimaksud ialah cara bagaimana transaksi dilakukan dalam perekonomian. Sistem pembayaran telah berubah sepanjang waktu, demikian pula dengan bentuk uang pada awalnya, emas digunakan sebagai alat pembayaran utama kemudian asset kertas seperti cek dan uang kertas mulai digunakan untuk sistem pembayaran dan dianggap sebagai uang. Bahwa sistem pembayaran berujung pada memiliki makna penting terhadap bagaimana uang akan didefinisikan dimasa mendatang. Diawali dari uang komoditas (*Commodity Money*) dimana uang tersebut dari logam berharga atau komoditas berharga lainnya; missal, emas atau perak. Dari zaman dahulu uang komoditas dijadikan sebagai alat pembayaran utama dikalangan masyarakat kecualimasyarakat yang primitif. Tentu terdapat kelemahan atau permasalahan yang muncul dari uang komoditas ini. Selain berat, uang komoditas juga sulit untuk dibawa dalam jumlah besar. Terlebih kalau terjadi transaksi yang mempunyai nilai besar. Kemudian muncullah uang berbentuk kertas yang dinamakan uang fiat (*fiat money*). uang fiat berarti uang kertas yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai alat pembayaran yang sah tetapi tidak dapat dikonversikan kedalam bentuk koin atau logam berharga. Kelebihan dari uang koin adalah bentuknya yang lebih ringan. Tetapi uang kertas dapat diterima sebagai alat pembayaran jika ada kredibilitas dari otoritas yang menerbitkan uang kertas tersebut. Sama seperti uang koin, kelemahan dari uang kertas adalah mudah dicuri dan cukup mahal untuk dibawa dalam jumlah besar. bentuk koin atau logam berharga. Kelebihan dari uang koin adalah bentuknya yang lebih ringan. Tetapi uang kertas dapat diterima sebagai alat pembayaran jika ada kredibilitas dari otoritas yang menerbitkan uang kertas tersebut. Sama seperti uang koin, kelemahan dari uang kertas adalah mudah dicuri dan cukup mahal untuk dibawa dalam jumlah besar. Maka untuk mengatasi permasalahan dari kelemahan kelemahan alat pembayaran sebelumnya, muncullah cek, yaitu suatu tahapan baru dalam evolusi sistem pembayaran. Cek juga merupakan suatu hasil dari perkembangan perbankan moderen. Pengertian cek sendiri adalah suatu instruksi dari pihak pertama ke bank pihak pertama untuk

mengirimkan uang dari rekening pihak pertama ke rekening pihak kedua ketika pihak kedua tersebut menyetorkan cek yang diterimanya. Cek menutupi kelemahan uang logam dan uang kertas, yaitu mahalnya jika dibawa dalam jumlah besar. Bentuk cek hanya sehelai kertas yang dapat memungkinkan terjadinya transaksi dalam jumlah besar tanpa harus membawa sejumlah besar mata uang. Penemuan cek adalah suatu inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi sistem pembayaran. Keuntungan lain dari cek adalah dapat mengurangi kerugian seandainya cek tersebut dicuri, dan karena cek memberikan bukti pembelian dengan nyaman. Tetapi terdapat juga permasalahan atau kelemahan dari cek. Pertama, dibutuhkan waktu untuk memberikan cek dari pihak pertama ke pihak kedua jika mereka berada di tempat yang berbeda, terlebih dengan kondisi membutuhkan pembayaran dengan cepat. Kedua, tingginya biaya administrasi dalam proses pencairan cek. Tahapan evolusi sistem pembayaran berikutnya adalah pada zaman teknologi yang sudah mulai maju dan berkembang, yaitu pada saat ini. Meluasnya penggunaan internet dan juga semakin mudahnya computer memunculkan pembayaran secara elektronik.

Apalagi biayanya tidaklah terlalu mahal dan sangat efisien. Beberapa bentuk dari pembayaran secara elektronik adalah *e-banking* dan *e-money*. *E-banking* memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Tidak perlu ngantri di kantor cabang dan tidak perlu biaya prangko untuk mengirim cek. Nasabah hanya tinggal membuka computer dan mengklik saja, maka transaksi sudah selesai terlebih sekarang muncul yang disebut dengan *smartphone*. *Smartphone*, jadi bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Bentuk kedua dari pembayaran secara elektronik ialah *e-money* (uang elektronik). Uang elektronik akan menggantikan posisi dari uang tunai dari sistem pembayaran. Bentuk dari *e-money* adalah bentuk kartu yang terdapat *chips* di dalamnya. Uang elektronik memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Tetapi terdapat kelemahan dari alat pembayaran *e-money* yang berakibat uang tunai masih dipakai di masyarakat, yaitu pertimbangan pribadi masyarakat akan keamanan, baik keamanan dari uang yang didalamnya maupun data atau informasi dari nasabah.

Karena sekarang ini sudah banyak kejahatan berbasis teknologi yang disebut *cyber crime*. Menurut Bank Indonesia alat pembayaran boleh dikatakan berkembang sangat pesat dan maju. Jika kita menengok ke belakang yakni awal mula alat pembayaran itu di kenal, sistem barter antar barang yang diperjual belikan adalah kelaziman di era pra moderen. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran tersebut berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke arah pembayaran non tunai (*non cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*) misalnya cek dan bilyed giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless* seperti transaksi dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*Card based*) misalnya kartu kredit, kartu debit dan kartu Prabayar.

#### **2.2.1.2. Dompot Digital (*Digital Wallet*)**

Dompot digital (*digital wallet*) merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. *Digital payment* atau lebih dikenal dengan sebutan dompet digital memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem *digital*. Pembayaran *digital* merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode *digital* (Dorothy sagayarani, 2017). Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan mode *digital* untuk mengirim dan menerima uang. Semua transaksi pembayaran *digital* dilakukan dengan online.

### **2.2.2. Kemudahan *Digital Wallet***

#### **2.2.2.1. Pengertian Kemudahan**

Kata kemudahan merupakan kata sifat yang memiliki kata dasar mudah. Mudah sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tidak memerlukan banyak tenaga maupun pikiran dalam mengerjakan sesuatu. Sedangkan kemudahan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti sesuatu yang dapat mempermudah dan melancarkan usaha.

Menurut Jogiyanto (2011:330), kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya.

Menurut Amijaya (2011:49), kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Dari beberapa definisi diatas, kemudahan dapat diartikan sebagai seseorang yang dapat mempermudah suatu pekerjaan dengan memanfaatkan suatu teknologi atau sistem yang ada, sehingga lebih efisien dan mudah untuk dilakukan.

#### **2.2.2.2. Indikator Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak menggunakan suatu usaha yang besar, yang artinya mudah untuk digunakan.

Jogiyanto (2017:114) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*). Boleh dikatakan seseorang yang memiliki minat, cenderung akan berusaha mencoba dan berusaha untuk meraihnya.
- b. Memiliki sistem aplikasi yang mudah untuk dikendalikan dan mempunyai fitur keamanan yang baik akan membuat konsumen tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.
- c. Aplikasi yang jelas dan mudah dipahami dan dapat diandalkan (*clear and understandable*).
- d. Sistem aplikasi yang fleksibel sehingga dapat diakses dimana saja, kapan saja dan dapat digunakan pada *online marketplace* maupun *offline marketplace*.
- e. Karena sistem aplikasi yang mudah untuk dipahami sehingga tidak menimbulkan kebingungan pada pengguna saat mengoprasikannya (*easy become to skillful*).
- f. Sistem mudah digunakan/dioperasikan (*easy to use*). Sistem yang mudah digunakan memungkinkan untuk menjadi alat transaksi pembayaran pribadi.

### 2.2.2.3. Unsur Kemudahan Dompot Digital

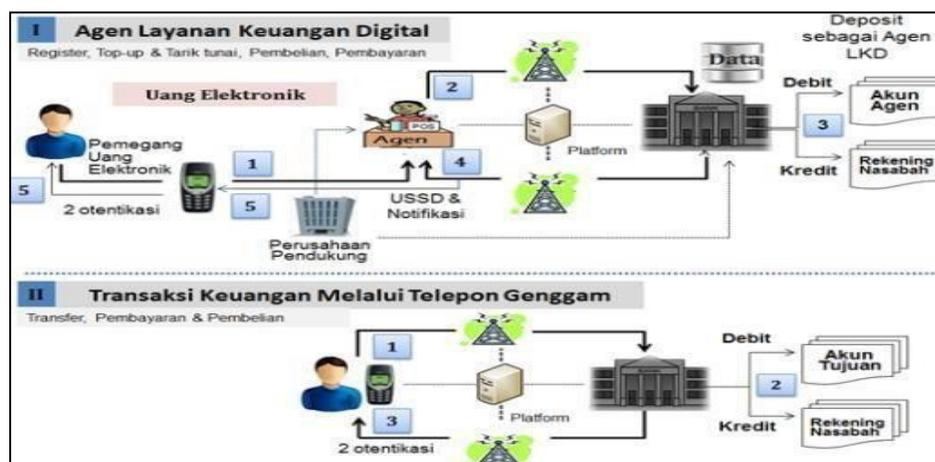
Ada beberapa unsur kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi dompet digital (*digital wallet*) yaitu sebagai berikut:

1. Sistem mudah dimengerti

Sistem transaksi yang mudah dimengerti dapat menarik minat konsumen untuk beralih menggunakan dompet digital saat melakukan transaksi.

Gambar 2.1.

Sistem Layanan Keuangan Digital



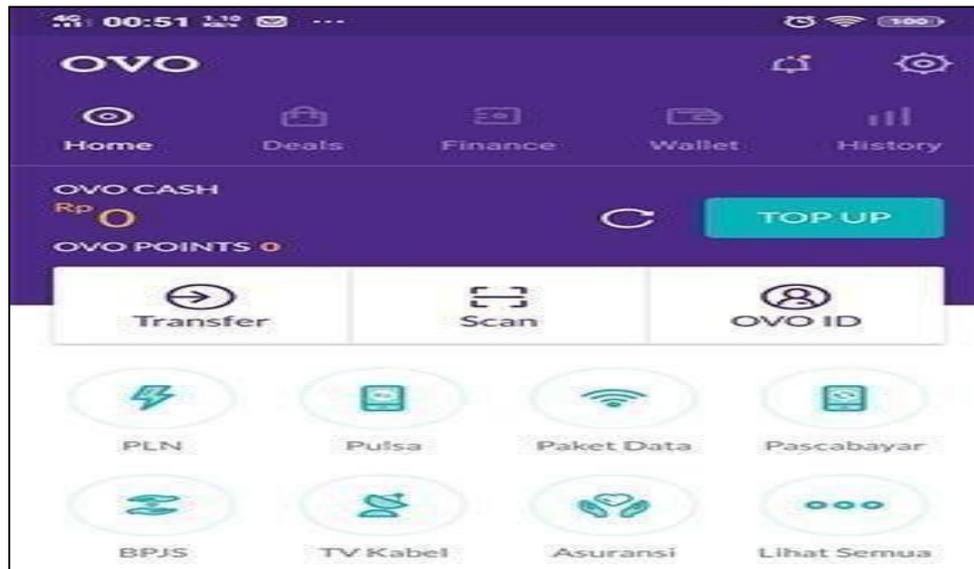
Sumber: Bank Indonesia, 2017

Pemahaman akan sistem atau cara kerja *digital wallet* seperti yang terlihat pada gambar 2.1. sangat diperlukan untuk mendukung penerapan transaksi menggunakan dompet digital (*digital wallet*). Masyarakat perlu diberikan pemahaman bahwa layanan dompet digital dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telpon genggam. Kemudian, transaksi menggunakan dompet digital ini hanya dapat dilakukan pada *merchant* yang bekerjasama dengan penerbit layanan dompet digital tersebut.

2. Praktis dan mudah digunakan

Penggunaan layanan aplikasi dompet digital yang ditujukan untuk memudahkan masyarakat tentunya harus memiliki keunggulan di antaranya nilai praktis yang selama ini digunakan sebagai keunggulan *digital wallet*.

Gambar 2.2.  
Salah satu Cara transaksi menggunakan aplikasi dompet digital OVO



Sumber: Aplikasi OVO

Ada banyak cara yang bisa dilakukan dalam melakukan transaksi menggunakan dompet digital salah satu cara transaksi menggunakan dompet digital dapat dilihat pada gambar 2.2, syarat utamanya adalah memiliki saldo dalam aplikasi dompet digital. Bila syarat sudah terpenuhi, maka *user* hanya perlu mengscan kode QR atau barcode di kasir. Selain dengan cara menggunakan scan kode QR cara lain transaksi menggunakan dompet digital saat melakukan transaksi di kasir adalah memasukkan nomor telepon yang digunakan untuk aplikasi dompet digital di mesin EDC. Aplikasi dompet digital ini juga dapat digunakan untuk membeli pulsa atau token PLN, membayar BPJS, layanan pascabayar. Dan TV kabel.

### 3. Sistem mudah dijangkau

Layanan aplikasi dompet digital dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank. Selain itu pengisian ulang saldo pada aplikasi dompet digital sangat mudah dilakukan karena bisa via transfer, ATM, ataupun via minimart (Alfa dan Indomaret).

### 2.2.3. Kemanfaatan Dompot Digital (*digital wallet*)

#### 2.2.3.1. Pengertian Kemanfaatan

Kemanfaatan merupakan kata sifat yang memiliki kata dasar manfaat. Manfaat sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti guna atau faedah. Sedangkan kemanfaatan sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti hal bermanfaat atau kegunaan.

Wibowo (2008), menjelaskan bahwa kemanfaatan sebagai suatu ukuran yang mana pengguna suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakan.

Adamson dan shine (2011:443), mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka.

Kemanfaatan juga mempengaruhi kemudahan, tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat, baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan (Jogiyanto, 2011:330).

#### 2.2.3.2. Indikator Persepsi manfaat

Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut.

Jogiyanto (2017:117) membagi dimensi Persepsi Kemanfaatan menjadi 4 yaitu:

1. Meningkatkan Kinerja Individu (*Improve Job Performance*)  
Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu.
2. Menambah tingkat produktifitas (*increases productivity*)  
Penggunaan sistem mampu meningkatkan produktifitas individu dalam berbelanja, dan mendapat keuntungan tambahan dari *merchant* yang bekerjasama.
3. Meningkatkan Efektifitas Kinerja (*enhances effectiveness*)  
Transaksi menggunakan sistem aplikasi dapat menghemat waktu dan transaksi menggunakan sistem lebih diprioritaskan.
4. Bermanfaat bagi individu (*The system is useful*)  
Penggunaan sistem memungkinkan untuk menjadi alat transaksi pribadi.

### 2.2.3.3. Unsur Kemanfaatan Dompot Digital (*digital wallet*)

Bank Indonesia dalam materi rapatnya dengan DPD RI mengungkapkan dalam perekonomian modern lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah sedemikian cepatnya sehingga memerlukan dukungan tersedianya sistem pembayaran secara lebih cepat, efisien, dan aman. Penggunaan uang *cash* sebagai alat pembayaran dirasakan mulai menimbulkan masalah, terutama tingginya biaya *cash handling* dan rendahnya *velocity of money*.

Beberapa unsur manfaat menggunakan aplikasi dompet digital ini antara lain sebagai berikut:

1. Memberikan keamanan bertransaksi yang lebih dibandingkan *cash*  
*Digital payment* menjadi produk jasa keuangan unggulan dalam perpindahan transaksi uang fisik menjadi uang digital. Karena bertransaksi menggunakan *digital payment* lebih aman dan terjamin karena dilengkapi dengan pin dimana hanya pemilik yang dapat mengaksesnya. Hal ini dapat mencegah terjadinya kehilangan uang tunai, karena uang yang dikirim dan diterima akan ditambahkan ke saldo pemilik secara otomatis.

2. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu

Di seluruh dunia, adopsi mobilitas sudah melebihi internet dan semua metode lainnya di perbankan. Kini, pengalaman pelanggan terutama ditentukan oleh kemudahan, kecepatan, kapan-dimana saja perangkat perbankan dapat diakses, keamanan dan akses *digital banking* yang mudah. *Digital banking* berkembang mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan dan secara proaktif memberikan teknologi terbaru kepada nasabah untuk meningkatkan efektivitas dan menghemat waktu.

3. Banyaknya diskon dan promo

Salah satu keuntungan menggunakan dompet digital adalah adanya penawaran promo dan diskon yang begitu banyak. Dengan memanfaatkan promo dan diskon yang disediakan oleh aplikasi dompet digital ini dapat menghemat anggaran belanja. Bila dibandingkan dengan membayar menggunakan uang *cash*, menggunakan dompet digital lebih menguntungkan.

## **2.2.4. Perilaku Konsumen**

### **2.2.4.1. Pengertian perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh individu atau organisasi yang bertindak secara langsung dalam merencanakan, mencari, membeli dan mempergunakan barang atau jasa sebagai akibat dari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Pengertian mengenai perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2016: 199), perilaku konsumen merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir (individu dan rumah tangga) yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Seluruh konsumen akhir yang digabungkan akan membentuk pasar konsumen.

### **2.2.4.2. Indikator Prilaku Konsumen**

Menurut Lina dan Rosyid (2008: 177) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.

Prilaku konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Prilaku Konsumen yang bersifat Rasional

Yang dimaksudkan dengan prilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan prilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama/primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya.

2. Prilaku Konsumen yang bersifat Irrasional

Prilaku konsumen yang bersifat irrasional adalah prilaku konsumen yang mudah terbujuk iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

### **2.2.4.3. Unsur Prilaku Konsumen**

Menurut Suharno dan Sutarso (2014:6), menyatakan ada 4 unsur utama yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

- a. Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan

institusi lainnya.

- b. Sub budaya adalah pembagian budaya dalam kelompok-kelompok budaya berdasarkan faktor horizontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.
  - c. Kelas sosial adalah pembagian kelompok masyarakat berdasarkan faktor horizontal, yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama kelompok-kelompok yang terbentuk dalam kelas sosial ini atau memiliki strata yang berbeda dan memiliki orientasi dan perilaku yang berbeda.
2. Faktor Sosial
- a. Kelompok merupakan dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktifitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama.
  - b. Keluarga merupakan kelompok sosial yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya pada masyarakat yang memiliki budaya kekeluargaan.
  - c. Peran dan status merupakan posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya.
3. Faktor Pribadi
- a. Usia dan tahapan dalam siklus hidup mempengaruhi apa yang dibeli dan bagaimana mereka membeli.
  - b. Situasi ekonomi mereka yang secara ekonomi baik akan banyak pilihan, sementara yang ekonominya kurang baik akan terbatas pilihannya.
  - c. Pekerjaan merupakan aktifitas dalam pekerjaan, lingkungan pekerjaan, mobilitas dan karakteristik akan mempengaruhi mereka dalam membeli produk
  - d. Gaya hidup merupakan pola seseorang dalam hidup yang tercermin dalam aktifitas, minat dan pendapatnya dalam sesuatu.
  - e. Kepribadian merupakan sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon situasi di sekelilingnya

#### 4. Faktor Psikologi

- a. Motivasi merupakan dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
- b. Presepsi adalah dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.
- c. Pembelajaran merupakan perubahan perilaku seseorang oleh karena pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respon, dan penguatan.
- d. Keyakinan dan sikap merupakan suatu pola yang diorganisasi melalui pengetahuan dan kemudian dipegang oleh individu sebagai kebenaran dalam hidupnya.

### **2.2.5. Minat Menggunakan Dompot Digital (*Digital Wallet*)**

#### **2.2.5.1. Pengertian Minat Menggunakan**

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku. Selain itu, minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Minat menggunakan dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu obyek tertentu. Minat menggunakan digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Minat menggunakan juga dapat dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan seseorang.

#### **2.2.5.2. Indikator Minat Penggunaan**

Indikator minat menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016: 21) terdiri dari 4 indikator yaitu :

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

- c. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d. Minat Eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## **2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian**

### **2.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Prilaku Konsumen**

Persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang dalam menggunakan layanan dompet digital. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami.

Menurut Amijaya (2010:49), kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

### **2.3.2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Prilaku Konsumen**

Kemanfaatan juga mempengaruhi kemudahan, tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat, baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan (Jogiyanto, 2011:330). Suatu manfaat yang diberikan sistem akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, semakin besar manfaat yang diberikan konsumen akan menarik minat untuk menggunakan teknologi tersebut.

### **2.3.3. Pengaruh Langsung Persepsi Kemudahan terhadap Minat untuk Menggunakan**

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

menurut Kotler dan Keller (2012:121-133) Keputusan pembeli yang dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahap yaitu: tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan terakhir tahap perilaku setelah pembelian.

#### **23.4. Pengaruh langsung Persepsi Manfaat terhadap Minat untuk Menggunakan**

Persepsi Manfaat mengacu kepada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan mampu meningkatkan produktivitasnya. Hal ini merupakan salah satu bahan pertimbangan seseorang dalam mengambil keputusan untuk beralih menggunakan dompet digital (*digital wallet*).

Adamson dan shine (2011:443), mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka.

#### **23.5. Pengaruh Langsung Prilaku Konsumen terhadap Minat untuk Menggunakan**

Pengertian mengenai perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2016: 199), perilaku konsumen merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir (individu dan rumah tangga) yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Seluruh konsumen akhir yang digabungkan akan membentuk pasar konsumen.

Pada saat seorang konsumen ingin membeli suatu produk, konsumen tersebut memiliki motivasi untuk membeli, namun terkadang konsumen tersebut tidak yakin dengan motivasi yang dimilikinya, maka terkadang seorang konsumen merubah keputusannya pada saat membeli produk. Maka dari itu disinilah tepatnya pemasar harus menganalisis segala persepsi, preferensi, perilaku dan lingkungannya dalam membeli.

## 2.4. Pengembangan Hipotesis

H<sub>1</sub>: Diduga terdapat pengaruh langsung Persepsi Kemudahan terhadap Prilaku Konsumen dalam bertransaksi.

H<sub>2</sub>: Diduga terdapat pengaruh langsung Persepsi Manfaat terhadap Prilaku Konsumen dalam bertransaksi.

H<sub>3</sub>: Diduga terdapat pengaruh langsung Prilaku Konsumen terhadap Minat untuk Menggunakan Dompot Digital.

H<sub>4</sub>: Diduga terdapat pengaruh langsung Persepsi Kemudahan terhadap Minat untuk Meggunakan Dompot Digital.

H<sub>5</sub>: Diduga terdapat pengaruh langsung Persepsi Manfaat terhadap Minat untuk menggunakan Dompot Digital.

H<sub>6</sub>: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung Persepsi Kemudahan terhadap Minat untuk Menggunakan Dompot Digital melalui Prilaku Konsumen.

H<sub>7</sub>: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung Persepsi Manfaat terhadap Minat untuk Menggunakan Dompot Digital melalui Prilaku Konsumen.

## 2.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka maka dapat disusun kerangka pemikiran penelitian yang disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 2.3.

Kerangka Pemikiran

