

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2016), Bidang perilaku konsumen mengkaji proses dimana individu, komunitas, dan organisasi memilih, memperoleh, memanfaatkan, dan akhirnya menyingkirkan produk, layanan, ide, dan pengalaman yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memuaskan keinginan mereka. Selain itu, perilaku konsumen merupakan interaksi yang dinamis antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan tempat individu memperdagangkan komponen kehidupannya, seperti yang dikemukakan oleh Peter dan Olson (2016). Selain itu, menurut Firmansyah (2018), perilaku konsumen adalah proses yang terkait dengan proses pembelian, di mana pelanggan terlibat dalam aktivitas seperti menjelajahi, meneliti, dan menilai barang dan jasa. Perilaku konsumen inilah yang memotivasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan pengetahuan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dalam keputusan pembelian. Konsumen akan memilih, mencari, memperoleh, dan memanfaatkan produk yang memenuhi tuntutan mereka. Selain itu,

kesadaran perilaku dan lingkungan berdampak pada keputusan pembelian pelanggan. Perilaku konsumen digunakan sebagai bahan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang. Dalam hal ini peneliti berharap dapat memberikan informasi kepada pemasar tentang apa saja faktor konsumen dalam menggunakan aplikasi OVO .

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain yaitu :

a. Faktor Budaya

Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, sub budaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status juga mempengaruhi perilaku pembelian.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi yaitu meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Karena dari karakteristik tersebut mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti konsumen dengan seksama.

d. Faktor Psikologis

Pada faktor psikologis sendiri meliputi motivasi dan persepsi seorang terhadap pembelian suatu produk.

2. Minat Menggunakan

a. Pengertian Minat Menggunakan

Menurut Cheng (2014) dalam Yoganan dan Dirgantara (2017) Pelanggan membuat pilihan pribadi atas kemungkinan bahwa mereka akan cenderung menggunakan barang di masa depan berdasarkan apa yang mereka sebut "minat penggunaan". Menurut Kamil (2019) dalam Robaniyah dan Kurnianingsih, (2021) Negara Tujuan Penggunaan adalah kegiatan dan perhatian seseorang yang terfokus pada objek tertentu karena termotivasi dan melakukan perilaku untuk merasa bahwa ia telah mencapai tujuan tertentu. Perilaku ini dilakukan agar orang tersebut merasa telah mencapai tujuannya. Menurut Chandra (2016) dalam Robaniyah dan Kurnianingsih (2021) Pengertian minat menggunakan adalah suatu keadaan dimana seseorang memperhatikan suatu kebutuhan dalam tindakan yang akan dilakukan dengan mengesampingkan proses selanjutnya yang akan dilakukan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan suatu keputusan subjektif dari konsumen mengenai kemungkinan ketersediaan untuk memakai produk dimasa depan.

b. Faktor Minat menggunakan

Menurut Sumolang (2015) Faktor-faktor yang akan menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan internal dapat berupa kebutuhan jasmani dan rohani.
- 2) Aspek motif sosial, khususnya tumbuhnya kepentingan diri yang didorong oleh motif sosial, khususnya kebutuhan untuk mendapat perhatian dan penghargaan dari lingkungan di mana mereka diposisikan.
- 3) Faktor emosional merupakan ukuran perhatian seseorang terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

c. Indikator Minat Menggunakan

Menurut Menurut Cheng (2014) dalam Yogananda dan Dirgantara, (2017) mengemukakan minat menggunakan terdiri dari tiga indikator, yaitu:

- 1) Akan memanfaatkan dalam waktu dekat adalah keadaan seseorang yang berniat untuk memanfaatkan sesuatu dalam waktu dekat atau jauh..
- 2) Akan sering menggunakan di masa yang akan datang adalah keadaan yang dialami seseorang ketika mereka memiliki niat untuk sering menggunakan sesuatu dalam waktu dekat atau jauh di masa depan.

3) *Will continue to use in the future* menggambarkan suatu kondisi dimana seseorang berniat untuk tetap menggunakan di tahun-tahun yang akan datang.

3. Manfaat

a. Pengertian Manfaat

Ketika seseorang percaya bahwa performa kerjanya dapat ditingkatkan secara signifikan dengan memanfaatkan teknologi, mereka menuai manfaat dari keyakinan ini, Jogiyanto(2017) dalam Ahmad dan Pambudi (2013). Menurut Davis dkk (1989) dalam Ahmad dan Pambudi (2013) manfaat, khususnya di mana seseorang berinvestasi dalam teknologi dan meningkatkan keefektifan seseorang dalam ketegasannya. Sedangkan menurut Rahmatsyah (2011) dalam Marchelina dan Pratiwi (2016) Dinyatakan bahwa persepsi konsumen tentang manfaat adalah kemungkinan subyektif bahwa aplikasi tersebut dapat memfasilitasi kinerja karyawan mereka.

Menurut konsep ini, dapat dipahami bahwa seseorang tidak akan menggunakan dompet elektronik jika mereka percaya bahwa apa yang mereka lakukan tidak ada gunanya, tetapi orang yang sama akan menggunakan dompet elektronik jika mereka percaya bahwa apa yang mereka lakukan akan membantu. dalam menyelesaikan tugas yang ada.

b. Faktor Manfaat

Menurut Menurut Bothun dkk (2013), ada beberapa manfaat yang di berikan saat masyakarat menggunakan mobile payment antara lain

1) Dapat lebih berhemat

Misalnya, Karena tidak perlu memberikan uang kembalian, transaksi mobile payment menjadi lebih cepat dan nyaman dibandingkan transaksi tunai. Ditambah lagi, beberapa penyedia layanan mobile payment terkadang mempermudah merchant untuk merancang promosi yang menarik bagi pelanggannya, sehingga nantinya saat pelanggan melakukan transaksi menggunakan mobile payment, mereka akan menerima beberapa promosi termasuk beli satu dapat dua, diskon, dan sebagainya.

c. Indikator Manfaat

Menurut Davis dkk., (2015) dalam penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017) menunjukkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi bagaimana keuntungan yang dirasakan:

- 1) Mempermudah transaksi. Ini adalah situasi di mana pembelian dan penjualan lebih mudah dari biasanya.
- 2) Mempercepat transaksi Ini adalah keadaan di mana prosedur pembelian dan penjualan dapat diselesaikan lebih cepat dari sebelumnya.

- 3) Tawarkan tunjangan tambahan saat melakukan transaksi. Adalah keadaan dimana penggunaan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih besar setelah pembelian dan penjualannya.
- 4) Meningkatkan efektivitas interaksi bisnis. Ini adalah keadaan di mana penggunaan sesuatu yang baru dalam pembelian dan penjualan akan meningkatkan efisiensi transaksi, sehingga meningkatkan kinerja bisnis.

4. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang dapat memahami bagaimana memanfaatkan sebuah teknologi. Davis dkk dalam Bayu dan Dewa (2019). Menurut Widjana dalam Ahmad dan Pambudi, menggunakan teknologi informasi untuk berbisnis tidak membutuhkan banyak pekerjaan (2013). Jumlah seseorang yang menggunakan teknologi dapat digunakan untuk menentukan kemudahan bisnis dapat diluncurkan. Jogiyanto hadir dalam Marchelina dan Pratiwi (2016).

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan dapat membuat sesuatu menjadi lebih sederhana bagi seseorang. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak menyulitkan pengguna, maka mereka akan menggunakan e-wallet dan akan disambut dengan hangat.

b. Faktor Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2018) Persepsi kemudahan juga dipengaruhi oleh beberapa yaitu

Pertimbangan pertama adalah apakah pengguna memiliki keahlian sebelumnya dengan teknologi yang dimaksud atau tidak. Pertimbangan kedua adalah ada atau tidaknya fasilitas yang mendukung sistem teknologi tersebut. Yang kami maksud dengan ini adalah fasilitas yang dapat menyederhanakan proses pemanfaatan dan penerapan teknologi dalam situasi di mana penerapannya menantang.

c. Indikator Kemudahan

Menurut Jimenez dkk., (2016) dalam penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017) mengatakan bahwa ada tiga faktor kegunaan yang dirasakan:

- 1) Mudah diambil. Ini adalah situasi di mana ia dialami dengan mudah sehingga sistem baru mudah dipahami.
- 2) Mudah didapat. keadaan di mana sistem baru yang akan digunakan tidak sulit untuk diperoleh
- 3) Sederhana dalam Pengoperasiannya Adalah suatu keadaan dimana sistem baru yang akan digunakan akan memiliki pengendalian yang sederhana dan lugas.

5. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepercayaan adalah kesiapan untuk sangat bergantung pada mitra bisnis. Menurut Firmansyah (2018), kepercayaan adalah keyakinan akan cita-cita tertentu yang mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Asih dan Jalari (2021), elemen yang mempengaruhi pelanggan saat melakukan transaksi online termasuk jika vendor berbasis web memberikan kepercayaan kepada konsumen. Jika pedagang merasa barang tersebut dapat dijual secara online, konsumen akan membeli barang tersebut.

Berdasarkan pengetahuan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan yang dianggap mampu memberikan kebahagiaan konsumen. Selain itu nilai-nilai mempengaruhi kepercayaan. Serta bersedia mengandalkan mitra bisnis.

b. Faktor Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor, (2002) dalam Novitasari dan Supriyanto,(2020)

- 1) Penegasan bahwa semua informasi konsumen didasarkan pada kepercayaan.
- 2) Kesimpulan yang ditarik oleh pelanggan tentang kualitas dan fungsi produk yang mereka beli. Tujuan dari benda yang ada masing-masing berbentuk barang atau jasa, seseorang atau bisnis.

- 3) Segala sesuatu di lingkungan seseorang yang berkontribusi pada pembentukan pandangan dan sikapnya.

c. Indikator Kepercayaan

Menurut Jimenez *et al* (2016) mengemukakan bahwa pengaruh kepercayaan terdapat tiga indikator yaitu:

- 1) Keyakinan bahwa pelanggan diberikan informasi yang akurat tentang produk oleh bisnis.
- 2) Memiliki keyakinan bahwa barang yang ditawarkan oleh organisasi dapat berhasil memenuhi persyaratan yang diajukan oleh pelanggan.
- 3) Keyakinan bahwa korporasi akan menunjukkan kepedulian jika pelanggan mengalami kesulitan dengan produknya.

6. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Keamanan Menurut Pratama, keamanan merupakan hal yang wajib diberikan oleh semua pelaku bisnis, baik untuk produknya, layanannya, atau keduanya. Keamanan tidak hanya membuat hidup lebih mudah bagi pelanggan (atau dalam konteks ini, pengguna), tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan jumlah penjualan. (pratama 2015)

Sedangkan menurut Aprilia (2018) Komentar orang-orang tentang keadaan keamanan dapat dilihat sebagai indikasi tingkat kepercayaan yang mereka miliki dalam gerakan menuju keamanan yang lebih baik. Keamanan nyata dapat didefinisikan sebagai

keyakinan pelanggan bahwa informasi mereka sendiri tidak dapat dibaca oleh kelompok lain selain diri mereka sendiri. Hal ini dikarenakan informasi klien terjaga dan tidak dapat dikendalikan oleh pihak lain.

Dimungkinkan untuk menarik kesimpulan dari definisi ini bahwa keamanan dapat digunakan untuk mengukur keamanan dan batasan layanan keuangan. Dalam hal keamanan transaksi e-wallet, ini akan memastikan bahaya penggunaan uang tunai yang minimal.

b. Faktor Keamanan

Menurut Kamil (2019) dan Musfiroh (2019). Hal ini menunjukkan bahwa faktor keamanan dalam menggunakan e-wallet adalah hal yang paling utama

- 1) Karena pengguna merasakan bahwa mereka dilindungi.
- 2) Rasa aman pelanggan sehubungan dengan keamanan uang mereka selama disimpan di dompet digital.
- 3) Sebelum menggunakan dompet elektronik, hal yang paling penting untuk dipikirkan adalah memberikan informasi pribadi Anda saat mendaftar akun untuk menggunakan dompet elektronik tersebut.

c. Indikator Keamanan

Menurut Ramadhan, dkk. (2016) keamanan dapat diukur menggunakan indikator :

- 1) Sebagai jasa keuangan yang diatur dan terdaftar di OJK, Anda harus senantiasa mengacu pada peraturan perundang-undangan OJK yang membatasi sejauh mana data pribadi nasabah Anda dan apa saja yang dapat dan tidak dapat diakses .
- 2) Gagasan bahwa akses ke data pribadi pengguna sangat dibatasi, sehingga pihak internal atau eksternal tidak dapat dengan mudah mengakses data pengguna mana pun.
- 3) Keyakinan bahwa transaksi keuangan yang dilakukan melalui teknologi teknologi aman. Tidak mengherankan jika semuanya dilakukan di ponsel dengan uang yang disimpan di dunia yang serba digital. Pada platform keuangan digital, pengguna tidak perlu khawatir tentang keamanan karena lingkungan dan sistem yang aman sudah tersedia. Kode One-Time Password (OTP) dan lapisan perlindungan keamanan lainnya semakin banyak disertakan dalam dompet digital.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam ditabel dibawah ini penulis merangkum jurnal terdahulu yang berkaitan dengan manfaat, kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan *financial technologi* pada aplikasi OVO dari berbagai peneliti.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
1	Yanto dkk (2020) Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol 1 ISSN : 2722-0281	Variabel Independen (X):: X1: manfaat X2: Kemudahan X3: keamanan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Pengaruh manfaa berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 3. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan .
2	Wijaya, Susilawati Indonesian Accounting Literacy Journal Vol. 02, No. 01 pp. 202 – 209 ISSN: 2747-1918	Variabel Independen (X) X1: pengaruh resiko X2: kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan .
3	Yogananda, Dirgantara (2017) Volume6, Nomor4, SSN(Online): 2337-3792	Variabel Independen (X) X1: mafaat X2: kemudahan X3: kepercayaan X4: resiko Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 4. Minat menggunakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
4	Nuraeni 1, Somantri(2021) VOL. 2, NO. 1,	Variabel Independen (X) X1: Kepercayaan	1. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
	APRIL 2021 ISSN 2723-8709 IMWI STUDENT RESEARCH JOURNAL	X2: Kemudahan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	2. kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
5.	Pratama, Suputra (2019) ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: Kemudahan Penggunaan X3: Tingkat Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: Minat Menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan 3. berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 4. Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
6	Rahmawati, Yuliana (2019) Journal of Economics and Banking ISSN 2685-3698 Volume 2 ISSN 2685-3698	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: Kemudahan X3: Keamanan Variabel Dependen (Y) Y: keputusan menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 3. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 4. keputusan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
7	Zulfikar , Apriliyati (2022) ISSN 2722-9327 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri	Variabel Independen (X) X1: Kemudahan X2: Resiko	1. Resiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
	Samarinda	X3:Keamanan Variabel Dependen (Y) Y: Terhadap minat menggunakan	
8	Rizky dkk (2018) Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi e-ISSN: 2614 – 1930 Vol: 9	Variabel Independen (X) X1: kemudahan X2: Penggunaan X3: Kepercayaan X4: pengetahuan Variabel Dependen (Y) Y: Minat penggunaan	1. Pengaruh kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 4. Minat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
9	Rodiah, Melati (2020) Journal of Economic Education and Entrepreneurship p-ISSN : 2721-835X e-ISSN : 2746-1076	Variabel Independen (X) X1: Pengaruh Kemudahan X2: Kemanfaatan X3: Risiko X4: Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y1: Minat Menggunakan	1. Pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. 3. Minat menggunakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
10	Umaningsih, Wardani (2020) Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Akreditasi E ISSN 2254-0180 - P ISSN 2721- 9313	Variabel Independen (X) X1: kemudahan X2:Fitur layanan X3: Keamanan Variabel Dependen (Y) Y1:Niat menggunakan	1. berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Pengaruh kemudahan 2. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
11	Khoirunnisa,yanti (2020) Volume 8 Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN 2337-6078	Variabel Independen (X) X1:Pengaruh kemudahan X2:Fitur peodak X3:Promosi Variabel Dependen (Y) Y1:Minat mahasiswa	1. Minat mahasiswa berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan
12	Tuhepaly (2021) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593	Variabel Independen (X) X1: Kepercayaan X2: Promosi X3: Kemudahan Variabel Dependen (Y) Y1: Miat penggunaan	1. Kepercayaan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan 2. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan
13	Silaen dkk (2021) ISSN : 2722 - 4015 International Journal of Science, Technology & Management. Hal 1580	Variabel Independen (X) X1 : Manfaat X2 : Kemudahan X3 : Keamanan X4 : Perepsi Resiko Variabel Dependen (Y) Y : Minat Menggunakan	1. Manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan 2. Kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan 3. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan
14	Pratama dan Saputra (2019). E- Jurnal Akuntansi ISSN : 2302-8556 Universitas Udayana. Vol 27. No 2. Hal: 927-	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2 : Kemudahan Penggunaan X3 : Tingkat Kepercayaan Variabel Dependen (Y)	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
	953.	Y : Minat Menggunakan	
15	Zuhro,dkk (2021) JIAGABI ISSN 2302 - 7150	Variabel Independen (X) X1: Kemudahan X2 : Pengalaman X3 : Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: Mina menggunakan	1. Kemudahan menggunakan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan 2. Kepercayaan menggunakan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan
16	Novalianti, T. dan Saad, B. STIE Indonesia Banking School SSN: 2460-8114	Variabel Independen (X) X1:manfaat X2: kemudahan X3: keamanan X4: kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan
17	Ulansari dan Yudiantara Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika , Vol. 11 No. 2, Mei-Agustus 2021 ISSN: 2599-2651	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: Kemudahan X3: keamanan X: Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.
18	Fauziyah,Oktariza (2021) Prosiding Akuntansi ISSN 2460-6561	Variabel Independen (X) X1: Keamanan X2: Perceived Ease of Use Variabel Dependen (Y)	1. Keamanan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
		Y: minat menggunakan	
19	Kurniawan .dkk Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS) Volume 06 Nomor 01 Tahun 2022 (Hal : 132-153)	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: kemudahan X3: keamanan X4:Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.
20	Silaen. Dkk International Journal of Science, Technology & Management ISSN: 2722 - 4015	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: Kemudahan X3: Keamanan X4: kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 3. Keamanan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.
21	Natalia dan Tesniwat International Journal of Science, Technology & Management ISSN: 2722 - 4015	Variabel Independen (X) X1: Manfaat X2: Kemudahan X3: keamanan X4: Kepercayaan Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	1. Manfaat berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan. 3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.
22	Syafitri (2020) Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa	Variabel Independen (X) X1: Kemudahan X2: Kepercayaan	1. Kemudahan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
	Unissula (Kimu) ISSN. 2720-9687	Variabel Dependen (Y) Y: minat menggunakan	2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap Minat menggunakan.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah:

1. Pengaruh mafaat, Kemudahan, Kepercayaan dan keamanan terhadap minat pemakaia *financial teknologi* pada aplikasi OVO

Kepercayaan berhubungan dengan Sugesti bukti dan pengalaman inilah yang menentukan apakah keyakinan seseorang terhadap sesuatu itu akurat atau tidak akurat. Menurut Jogiyanto (2017) Seseorang dikatakan memiliki manfaat jika mereka merasa bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka secara signifikan. Menurut Jogiyanto (2017) Sejauh mana seseorang merasa bahwa memanfaatkan sistem teknis tertentu tidak memerlukan upaya apa pun atas nama mereka adalah definisi kemudahan. Menurut Jogiyanto (2017) Keyakinan seseorang adalah kesimpulan yang dicapai setelah mengumpulkan, menganalisis, dan menyusun berbagai informasi, serta membuat berbagai penilaian dan asumsi. Menurut Simons dalam Ahmad dan Pambudi (2013) Dalam sistem yang bergantung pada informasi tetapi di mana informasi tidak berguna secara praktis, keamanan informasi adalah metode untuk mencegah aktivitas penipuan.

. Dihasilkan dari pertimbangan psikologis Relevansi saran, bukti, dan pengalaman untuk kebenaran dari keyakinan apapun dapat ditentukan dengan cara ini. Keamanan informasi, seperti yang didefinisikan oleh Simons dalam Ahmad dan Pambudi (2013), adalah metode untuk mencegah penipuan dalam sistem berbasis informasi di mana informasi tersebut tidak memiliki tujuan fisik. Jadi pada ininya Pengaruh manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan keamanan saling memiliki keerkaita karena minat menggunakan sesuatu yang akan timbul setelah menerima dari mengamati teknologi bahwa teknologi akan memberikan memberikan kinerja dalam bekerja..

Hal tersebut diperkuat dari hasil penelitian Yanto dkk , (2020) menunjukkan bahwa pengaruh manfaat, Kemudahan, keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat Menggunakan *financial techologi*.

2. Pengaruh manfaat terhadap minat pemakakain *financial teknologi*

Menurut Cahyo(2014), manfaat (*PerceivedUsefulness*) merupakan *capable of beingused advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.Pengaruh manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan karena seseorang itu percaya sejauh mana kinerja dapat membantu seseorang untuk mempermudah suatu transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan dan meningkatkan efesiensi dalam menggunakan suatu teknologi. Menurut Adiyanti (2015) dalam yanto dkk (2020) Banyak pengguna akan semakin tertarik dan tertarik untuk

menggunakan produk baru tersebut ketika sangat bermanfaat dalam penggunaannya dalam penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini akan menyebabkan peningkatan jumlah pengguna yang tertarik untuk menggunakan produk baru tersebut. Pasalnya, banyaknya manfaat dari produk baru tersebut akan meningkatkan minat pengguna untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan fintech. Baik itu financial technology yang dirilis oleh sektor publik maupun sektor swasta.

Hal tersebut diperkuat dari hasil penelitian Yanto dkk (2020) dan didukung pula dengan penelitian Anarjia. Rante (2019), Yogananda, Dirgantara (2017), Pratama, Suputra (2019), Rahmawati, Yuliana (2019) hasilnya menyatakan bahwa pengaruh manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *financial technology*.

3. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *financial technology*

Konsumen Konsumen menginginkan kemudahan pembelian internet untuk menghindari jenis kesulitan ini. Belanja online nyaman di semua waktu dan lokasi, dan pelanggan dapat berbelanja di ponsel mereka tanpa mengunjungi toko yang sebenarnya. Menurut Hartono (2017), yang dimaksud dengan kemudahan adalah kepercayaan pelanggan terhadap kemudahan dalam memanfaatkan suatu teknologi. Menurut Jogianto (2017) Kemudahan dapat digambarkan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa pemanfaatan teknologi akan bebas dari usaha, kenyamanan pengguna mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan, dan keramahan pengguna mudah dipelajari, mudah dipahami, dan

sederhana untuk dijalankan. Faktor kemudahan mempengaruhi perilaku yaitu respon masyarakat terhadap kemudahan penggunaan teknik; semakin tinggi kesadaran, semakin besar tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Hal tersebut diperkuat dari hasil penelitian Yanto dkk (2020) dan didukung pula dengan penelitian Anarjia. Rante (2019), Yogananda, Dirgantara (2017), Pratama, Suputra (2019), Rahmawati, Yuliana (2019) hasilnya menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *financial teknologi*.

4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *financial teknologi*.

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2016), kepercayaan adalah kesiapan untuk sangat bergantung pada mitra bisnis. Transaksi jual beli online sangat mengandalkan kepercayaan. Kepercayaan adalah dasar dari transaksi pembelian atau penjualan online yang sukses. Keterbatasan konsumen dalam menjangkau produk yang sedang ditawarkan karena tidak dapat bertemu secara langsung dengan penjual. Menurut Kim dkk. (2016) dalam sati dan ramaditya (2019) Keyakinan pelanggan bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diselesaikan sesuai dengan harapan konsumen adalah definisi dari kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut menjadi dasar kepercayaan pengguna terhadap berbagai aktivitas transaksi yang ditawarkan oleh OVO.

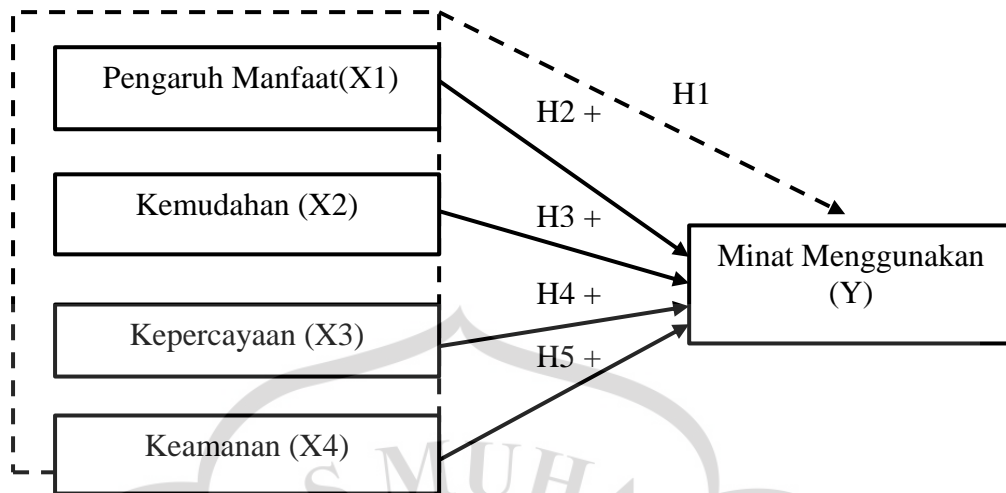
Hal tersebut diperkuat dari hasil penelitian Rahmawati, Yuliana (2019) dan didukung pula dengan penelitian Fadhli, Fachruddin(2016), Rizky dkk (2018), Rodiah, Melati (2020) hasilnya menyatakan bahwa

kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *financial teknologi*.

5. Pengaruh Keamanan terhadap minat menggunakan *financial teknologi*.

Keamanan informasi, seperti yang didefinisikan oleh Simons dalam Ahmad dan Pambudi (2013), adalah metode untuk mencegah penipuan dalam suatu sistem yang dapat diandalkan pada informasi tetapi informasi itu sendiri tidak memiliki kegunaan fisik. Menurut Aprilia (2018) dan Pitura (2018), keamanan adalah penegasan yang dapat mencerminkan besarnya jaminan yang dimiliki individu terhadap perkembangan keamanan. Persepsi klien bahwa informasinya disimpan dengan cara yang tidak dapat dikontrol oleh kelompok lain adalah contoh dari faktor keamanan. Keyakinan ini muncul dari fakta bahwa pelanggan percaya bahwa kelompok lain, selain diri mereka sendiri, tidak dapat melihat informasi mereka sendiri.

★ Hal tersebut diperkuat dari hasil penelitian Yanto dkk (2020) dan didukung pula dengan penelitian Anarjia, Rahmawati, Yuliana (2019). Umaningsih, Wardani (2020) hasilnya menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *financial teknologi*



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :



= Pengaruh parsial



= Pengaruh simultan

D. Hipotesis

H1 :Manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO?

H2 : Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?

H3 : Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?

H4 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?

H5 : Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?