

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teknologi Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka yang digunakan untuk menentukan bagaimana pengguna menggunakan teknologi. Menurut Desvronita, TAM merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989 sekaligus diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. Model penerimaan TAM mengatakan bahwa sistem teknologi diterima karena manfaatnya dan kemudahan penggunaannya. Melalui TAM diasumsikan ada 2 aspek yang mempengaruhi bagaimana sistem informasi baru digunakan, yaitu:

a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)

“Mudah digunakan dirasakan” didefinisikan Davis adalah “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah” dan “tanpa usaha” menunjukkan “bantuan dari kesulitan atau usaha yang luar biasa”. Dikombinasikan dengan penggunaan QRIS menunjukkan bahwa konsumen percaya system teknologi ini mudah digunakan dan tidak sulit.

b. Persepsi Kebermanfaatan atau Kegunaan (*Usefulness Perceived*)

Menurut Davis, titik ini menunjukkan bahwa jika individu “percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya” hal ini terlihat bahwa pelanggan yakin bahwa menggunakan QRIS akan menghasilkan peningkatan kinerja mereka (*Quick Response Code Indonesia Standard*). Menurut Venkatesh & Davis (2000) persepsi kebermanfaatan atau kegunaan menggambarkan berapa banyak pengguna potensial yang mempertimbangkan teknologi baru itu semudah digunakan. Ini menjelaskan manfaat dari menggunakan system sehubungan dengan berbagai masalah. Memiliki kepercayaan diri untuk menilai dari sebuah sistem informasi yang diinginkan dalam pengertian kegunaan ini. TAM merupakan kerangka kerja yang cukup sederhana namun kuat dalam memprediksi teknologi oleh pengguna. TAM bisa pula dipakai dalam menelaah serta mendalami faktor-faktor yang bisa berpengaruh terhadap pengangkatan teknologi oleh pengguna, maka dengan demikian organisasi bisa menyusun rancangan teknologi yang dalam penggunaannya bisa secara sederhana, memiliki manfaat yang semakin banyak untuk serta mengembangkan semakin banyak perangkat lunak. TAM bisa pula dipergunakan dalam menguatkan jika perangkat lunak dapat sesuai serta berterima secara maksimal oleh pengguna dan meringankan mereka dalam menyelesaikan tugasnya.

2. Minat Penggunaan

“Keinginan pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga pengguna cenderung terus menggunakannya” adalah definisi Minat Penggunaan menurut Fatmawati (2015), Sedangkan menurut Jati (2012) mendefinisikan minat penggunaan sebagai tingkat kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi secara teratur jika mereka memiliki akses ke teknologi tersebut.

Indikator minat penggunaan menurut Davis dkk (1989) dalam Pratiwi dkk (2017) terdiri dari tiga indikator, yaitu:

- a. Akan bertransaksi, yaitu calon pengguna atau pengguna memiliki keinginan akan bertransaksi dalam menggunakan sebuah sistem teknologi pembayaran tersebut
- b. Akan merekomendasikan, pengguna yang senang menggunakan sistem saat bertransaksi, yaitu calon pengguna atau pengguna yang berminat untuk merekomendasikan menggunakannya.
- c. Akan terus menggunakannya yakni, kerap atau tidaknya calon pengguna atau pengguna menggunakan sistem dalam bertransaksi di keseharian.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989), tingkat ekspektasi pengguna terhadap jumlah upaya yang diperlukan untuk memanfaatkan sistem tersebut, dikenal sebagai Persepsi Kemudahan Penggunaan. Maka disimpulkan semakin mudah dilihat, semakin mudah digunakan oleh pengguna pada masa

sekarang dapat mempengaruhi ketertarikannya untuk menggunakan. Indikator yang ditunjukkan oleh Venkatesh dan Davis (2000) untuk persepsi kemudahan penggunaan adalah antara lain:

a. Sangat mudah digunakan

Sangat mudah digunakan adalah seberapa mudah sebuah sistem dioperasikan dan digunakan oleh orang-orang

b. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah

Dalam ruang lingkup sistem teknologi informasi, interaksi antara satu orang dengan lainnya serta sistem yang jelas sekaligus mudah dipahami mengacu pada sebuah situs web dengan konten yang memiliki konten yang mudah dipahami.

c. Tidak dibutuhkan upaya yang melimpah untuk berinteraksi dengan sistem.

Sangat mudah untuk berinteraksi dengan sistem mengacu pada sejauh mana sebuah sistem tidak membutuhkan banyak usaha pada saat digunakan oleh individu.

d. Mudah mengoperasikan sistem memenuhi kebutuhan individu inginkan Mengacu pada mudah pengoperasian sebuah sistem dengan apa yang individu inginkan atau butuhkan.

4. Persepsi Kebermanfaatan

Kebermanfaatan dapat didefinisikan sebagai ketika sesuatu itu berguna atau bermanfaat bagi masyarakat. Persepsi Kebermanfaatan, menurut Davis (1989) merupakan keyakinan individu jika mengadopsi

suatu sistem teknologi akan membuat kinerjanya semakin meningkat kinerjanya. Sedangkan menurut Davis (1993) persepsi kebermanfaatan sebagai tolak ukur dalam penggunaan teknologi yang diyakini mungkin memberikan manfaat. Masyarakat mengharapkan manfaat terus menerus *Financial Technology (QRIS)*. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kebermanfaatan sebagai tolak ukur dalam penggunaan suatu sistem teknologi yang diyakini akan memberikan manfaat. Bersumber pada Venkatesh dan Davis (2000), berikut adalah indikator Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) :

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja persepsi yang menunjukkan bahwa kinerja seseorang meningkat sebagai hasil dari penggunaan sistem atau situs web.
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas dimensi yang menunjukkan seberapa cepat sistem dapat menyelesaikan tugas dan meningkatkan tingkat produktivitas masing-masing orang.
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kerja Persepsi yang menunjukkan bahwa waktu yang dihabiskan untuk menggunakan sistem atau web telah di hemat.
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu Dimensi menunjukkan seberapa berguna sebuah sistem bagi kehidupan seseorang, terutama dalam hal masalah yang berkaitan dengan perusahaan.

5. Persepsi Risiko

Persepsi risiko sangat membantu mengurangi minat penggunaan dalam transaksi elektronik, Karena itu, persepsi risiko dapat memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan produk teknologi informasi. Menurut Al-Smadi (2012), persepsi risiko adalah bagaimana pembeli melihat ketidakpastian dan kemungkinan akibat buruk yang dapat terjadi saat mereka membeli sesuatu. Jadi, persepsi risiko sangat membantu dalam mengurangi minat penggunaan dalam menggunakan sistem transaksi online, akibatnya persepsi risiko akan berdampak negatif pada minat penggunaan untuk menggunakannya. Konsumen melihat berbagai jenis risiko, menurut Jacoby dan Kaplan (1972) dan beberapa indikator menunjukkan hal ini :

a. Risiko Keuangan

Risiko yang dampaknya konsumen akan kehilangan bagian keuangan.

b. Risiko Kinerja

Risiko jika produk tidak akan memenuhi harapan

c. Risiko Psikologis

Risiko psikologis yang terkait dengan kondisi kurang nyamannya psikologis, persepsi diri yang buruk, sekaligus kehilangan harga diri adalah hasil dari membeli produk.

d. Risiko Sosial

Risiko yang timbul dari pembelian barang yang mengakibatkan pelanggan tidak diterima secara sosial.

6. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan pelanggan bahwa janji perusahaan dapat diandalkan dan tindakan perusahaan yang menguntungkan satu sama lain. Menurut Kim et al. (2016), keyakinan pelanggan bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diselesaikan dengan cara yang mereka inginkan didefinisikan sebagai kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik. Studi yang ada menunjukkan bahwa pelanggan sangat percaya pada sistem pembayaran elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan pelanggan pada sistem pembayaran dipengaruhi oleh seberapa yakin mereka bahwa proses pembayaran elektronik akan dilakukan sesuai harapan mereka. Mayer et al. (1995) terdapat tiga indikator yang menentukan kepercayaan pengguna terhadap merek perusahaan:

- a. Kemampuan (*Ability*), mengarah pada karakteristik dan kemampuan penjualan atau perusahaan untuk mempengaruhi dan merusak wilayah tertentu.
- b. Kesungguhan / ketulusan, adalah keinginannya sebagai penjual untuk memberikan kepuasan yang menguntungkan kepada pelanggannya dan dirinya
- c. Integritas, mengacu pada bagaimana penjual bertindak atau bertindak menjalankan bisnisnya.

B. HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Para peneliti melakukan penelitian sebelumnya dalam upaya mereka untuk menemukan analogi dan inspirasi baru untuk peneliti yang akan datang.

Table 2.1
Peneliti Terdahulu

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
1	Salika Marra Rizki Darista dan Mujilan (2021), Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun, Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi Vol. 09 No. 01, April 2021 Hal: 27-37 ISSN Online: 2338-6576	Variabel Dependen : Minat Penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kegunaan(X1) 2. Persepsi Kemudahan (X2) 3. Persepsi Kepercayaan (X3) 4. Persepsi Risiko(X4)	1) Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO 2) Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO 3) Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO 4) Persepsi Risiko berpengaruh negative terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO.
2	Oktafalia Marisa (2020) Manajemen, Universitas Bunda Maria. Jurnal Administrasi Kantor Vol.8, No. 2, Desember 2020, 139-152. P-ISSN: 2337-6694 E-ISSN: 2527-9796	Variabel Dependen : Minat Bertransaksi (Y) Variabel Independen : 1. Kemudahan Penggunaan (X1) 2. Efektivitas (X2) 3. Risiko (X3)	1) Terdapat hasil yang signifikan dari perepsi kemudahan penggunaan 2) Terdapat hasil yang signifikan dari efektivitas penggunaan 3) Terdapat hasil yang signifikan dari risiko 4) Terdapat hasil yang signifikan secara simultan dari persepsi kemudahan, efektivitas, dan risiko terhadap minat bertransaksi.
3	Galuh Octavia Prinda Wardani dan Ratna Candra Sari (2021). Universitas Negeri Yogyakarta, Jurnal Profita: Kajian Ilmu	Variabel Dependen : Minat Penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. Kemudahan penggunaan (X1) 2. Kebermanfaatan	1)Terdapat kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Financial Technology sistem pembayaran

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
	Akuntansi Vol 9, No 7 2021	(X2) 3. Persepsi Risiko (X3)	2)Kebermanfaatn berpengaruh positif minat penggunaan Financial Technology sistem pembayaran 3) Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan financial teknologi sistem pembayaran
4	Yuliani Dwi Rahmawati, Rahmi Yuliana (2020) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng. Journal of Economic and Banking Volume 2 No. 2 Oktober 2019 ISSN 2685-3698,	Variabel Dependen : Keputusan Penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi manfaat (X1) 2.Kemudahan (X2) 3.Keamanan (X3)	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap manfaat, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet
5	Andi Setiawan, Siti Rofingatun dan Kurniawan Pamungkas Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cendrawasih. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah Volume 15, Nomor 2, November 2020: 35-48	Variabel Dependen : Minat dan Penggunaan Fintech (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kemudahan(X1) 2. Efektivitas (X2) 3. Risiko(X3)	Dengan demikian kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan fintech dengan kepentingan sebagai mediasi, Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech dengan kepentingan sebagai mediasi Risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan fintech dengan mediasi bunga.
6	Syafitri (2020) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prosiding KOFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 4 Universitas PGRI Semarang. ISSN. 2720-9687	Variabel Dependen : Minata Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kemudahan (X1) 2.Kepercayaan (X2) 3.Fitur Layanan (X3)	1)Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat menggunakan Fintech pada aplikasi Ovo studi kasus pada mahasiswa/i FEB Universitas PGRI Semarang 2)Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan (X2) terhadap minat menggunakan Fintech

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
			pada aplikasi Ovo studi kasus pada mahasiswa/i FEB Universitas PGRI Semarang 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fitur layanan (X3) terhadap minat menggunakan Fintech pada aplikasi Ovo studi kasus pada mahasiswa/i FEB Universitas PGRI Semarang
7	Trisna Aditya, Luh Putu Mahyuni (2022) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS), Denpasar. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Volume, 24 Issue 2 (2020) Pages 245-258 ISSN: 1411-1713	Variabel Dependen : Minat penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. literasi keuangan (X1) 2. Persepsi kemudahan (X2) 3. Manfaat (X3) 4. Keamanan (X4) 5. Pengaruh sosial (X5)	Dimana secara keseluruhan masing-masing variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
8	Nurdin Nurdin, Winda Nur Azizah, Rusli Rusli (2020) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Palu, Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Palu, Pascasarjana IAIN Palu, Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 2 No. 2 Tahun 2020	Variabel Dependen : Minat Bertransaksi (Y) Variabel Independen : 1. Pengaruh pengetahuan (X1) 2. Kemudahan (X2) 3. Risiko (X3)	1) Pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech 2) Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech 3) Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech
9	Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia Volume 4, No. 2, April 2021, P-ISSN: 2598-	Variabel Dependen : Minat Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kemudahan (X1) 2. Kepercayaan (X2) 3. Efektivitas (X3)	1) Penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan financial technology. 2) Pengaruh kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan financial technology.

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
	5035 E-ISSN: 2684-8244		3) Dan efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan financial technology.
10	Tiara Natalie, Universitas Buddhi Dharma, Prosiding: Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1, December 2021	Variabel Dependen : Minat Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kemudahan (X1) 2. Persepsi Kepercayaan (X2) 3. Persepsi Risiko (X3)	Hasil menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang gopay
11	Meryl Astin Nangin, Irma Rasita Gloria Barus, Soegeng. Journal of Consumer Sciences 2020, Vol. 05, No. 02, 124-138. E-ISSN: 2460-8963	Variabel Dependen : Adoption Finetch (Y) Variabel Independen : 1. Perceived Ease of Use (X1) 2. Security (X2) 3. Promotion (X3) 4. Trust (X4)	The empirical results definitely confirmed that perceived ease of use (PEOU) and promotion positively and significantly affected the customer trust. Meanwhile, security did not significantly affect trust.
12	Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, Christine D. Nainggolan. Lecture, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung. Pematangsiantar, North Sumatra 21118, Indonesia. International Journal of Science, Technology & Management ISSN: 2722-4015,	Variabel Dependen : Merchant Interest In Using Qris (Y) Variabel Independen : 1. Benefit Perception (X1) 2. Easy Perception (X2) 3. Security (X3) 4. Risk Perception (X4)	The result showed that benefit perception has no significant effect on merchant interest using QRIS, the easy perception has no significant effect on merchant interest using QRIS, the security has significant effect on merchant interest using QRIS and the risk perception has significant effect on merchant interest using QRIS.
13	Leoni Joan, Tony Sitinjak. Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School of Business, Jurnal Manajemen, Volume 8 Nomor 2 Mei 2019, ISSN: 2089-3477 e-ISSN: 2477-4774	Variabel Dependen : Minat Penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Kebermanfaatan (X1) 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	1) Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY. 2) Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung serta tidak langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan terhadap minat

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
			<p>penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY.</p> <p>3) Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap persepsi kebermanfaatan.</p>
14	<p>Wicky T. J Laloan Rudy S. Wenas Sjendry S. R Loindong. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, Jurnal EMBA Vol.11 No.2 April 2023, Hal. 375-386, ISSN 2303-1174</p>	<p>Variabel Dependen : Minat Pengguna (Y) Variabel Independen : 1. Kemudahan Penggunaan (X1) 2. Persepsi Manfaat (X2) 3. Risiko (X3)</p>	<p>1) Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.</p> <p>2) Kemudahan penggunaan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.</p> <p>3) persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna (Y).</p> <p>4) persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna (Y).</p>
15	<p>Anggun Nur Rahmawati, Murtanto. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jurnal Ekonomi Trisakti Vol. 3 No. 1 April 2023, e-ISSN 2339-0840</p>	<p>Variabel Dependen : Keputusan Menggunakan (Y) Variabel independen: 1. Persepsi Manfaat (X1) 2. Persepsi kemudahan Penggunaan (X2)</p>	<p>1) Persepsi manfaat terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.</p> <p>2) Persepsi kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.</p> <p>3) Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh</p>

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
			simultan terhadap keputusan menggunakan QRIS
16	Taruni Risla Hanifah, Imam Mukhlis. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, E-Jurnal ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen) Vol, 9 No. 2 Tahun 2022, P-ISSN : 2477-6092 E-ISSN : 2620-3392	Variabel Dependen : Minat Penggunaan (Y) Variabel Independen : 1. Efektivitas (X1) 2. Hedonis (X2) 3. Kemanfaatan (X3) 4. Kepercayaan (X4)	1) Hedonis berpengaruh positif dan signifikan dalam penggunaan layanan shopeepay 2) Variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan shopeepay 3) Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopeepay 4) Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Shopeepay
17	Muhammad Miftahul Khoir, Ugy Soebiantoro Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jurnal Manajemen dan Sains, 7(2), Oktober 2022, 752-756, ISSN 2541-6243 (Online), ISSN 2541-688X (Print)	Variabel Dependen : Minat Penggunaan (Y) Variabel independen : 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) 2. Promosi (X2)	1) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan e-wallet LinkAja di kota Surabaya 2) Variabel Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan e-wallet LinkAja di kota Surabaya
18	Wirda Seputri, Andri Soemitra, Nur Ahmadi Bi Rahmani Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia. MES Management Journal Volume 2 Nomor 2 (2023) 116-128 E-ISSN 2830-7089,	Variabel Dependen : Minat Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Kepercayaan (X1) 2. Keuntungan (X2) 3. Kemudahan Penggunaan (X3) 4. Risiko (X4)	Persepsi kepercayaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Febi Uinsu Medan dalam memanfaatkan QRIS
19	Rahmi Auliya Akhyar, Kristina Sisilia,	Variabel Dependen : Keputusan Penggunaan	1) Variabel Persepsi Manfaat memberikan pengaruh positif

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
	Universitas Telkom, Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 4(4) 2023 : 3944- 3953	(Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Manfaat (X1) 2. Persepsi Kemudahan (X2)	terhadap keputusan penggunaan 2) Variabel Persepsi Kemudahan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan
20	Ratna Asri SarasSati, M. Ramaditya, BBA., M.Sc Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Tahun 2019/2020	Variabel Dependen : Minat Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Manfaat (X1) 2. Persepsi kemudahan Penggunaan (X2) 3. Kepercayaan (X3) 4. Persepsi Risiko (X4)	1) Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-Money pada konsumen pengguna Metland Card. 2) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-Money pada konsumen pengguna Metland Card. 3) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-Money pada konsumen pengguna Metland Card. 4) Persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-Money pada konsumen pengguna Metland Card.
21	Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita , BidaSari, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI, , Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Maret 2021, ISSN 2654-4946 E-ISSN 2654-7538	Variabel Dependen : Keputusan Menggunakan (Y) Variabel Independen : 1. Persepsi Manfaat (X1) 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) 3. Persepsi Risiko (X3)	1) Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta 2) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta 3) Variabel Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
			menggunakan uang elektronik QRIS PADA mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta
22	Siti Rodiah Inaya Sari Melati (2020). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia. Journal of Economic Education and Entrepreneurship 1(2) (2020) 66-80 p-ISSN : 2721-835X e-ISSN : 2746-1076	Variabel dependen : Minat menggunakan (Y) Variabel Independen : 1.Kemudahan penggunaan (X1) 2.Kemanfaatan (X2) 3.Risiko (X3) 4.Kepercayaan (X4)	1)Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko serta kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial kota Semarang 2) Persepsi kemanfaatan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet 3)Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet 4)Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet

C. KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. KERANGKA PEMIKIRAN

Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada variabel terikat ialah Minat Penggunaan dalam menggunakan *Financial Technolgy* (QRIS) digambarkan dalam kerangka penelitian, Selanjutnya hubungan antar variabel penelitian dibuat berdasarkan rantai antar variabel tersebut.

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan

Persepsi Kemudahan, menurut Davis (1989), didefinisikan sebagai harapan pengguna pada jumlah usaha yang perlu dikerahkan pengguna mempelajari cara mempergunakan sistem. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam minat penggunaan akan sebuah transaksi elektronik. Persepsi Kemudahan mengacu pada bagaimana pengguna memahami informasi dengan mudah. Menurut Davis (1989) Persepsi Manfaat adalah adalah keyakinan orang yang menggunakan sebuah sistem teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi Risiko merupakan pandangan negatif mengenai ketidakpastian akan kinerja sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Kim et. al (2016) konsumen percaya bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diselesaikan dengan cara yang mereka harapkan. Kepercayaan berkaitan dengan pengalaman bukti atau sugesti dan keyakinan bahwa sesuatu itu benar. Menurut penelitian Darista dan Mujilan (2021), Joan dan

Sitinjak (2019), Syafitri (2020) mengatakan jika Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kepercayaan memiliki dampak positif signifikan, di sisi lain, penelitian sebelumnya oleh Rodiah dan Melati (2020) serta Darista dan Mujilan (2021) memperlihatkan jika Persepsi Risiko memiliki dampak negatif atas Minat Penggunaan.

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan

Apabila individu yakin jika salah satu skema yang dapat dipakai secara gampang, mereka tidak perlu melakukan apa pun. Seseorang akan menggunakan teknologi yang dianggap mudah digunakan. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ini menunjukkan bahwa sistem tersebut dirancang untuk menjadi mudah digunakan bukan untuk mempersulit penggunanya. Penelitian Wardani dan Sari (2021) memperlihatkan jika Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Penemuan ini juga sejalan dengan Darista dan Mujilan (2021) yang menemukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis dapat dirumuskan :

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (QRIS).

c. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Penggunaan

Persepsi Kebermanfaatan dalam penggunaannya *Financial Technology* (QRIS) sebagai sistem pembayaran adalah pandangan masyarakat mengenai dalam menggunakan *Financial Technology*

dimaksud untuk meningkatkan kinerja. Seseorang akan menggunakan layanan *Financial Technology* tersebut sebagai sistem pembayaran apabila teknologi tersebut dapat memperbaiki kinerjanya. Penelitian Darista dan Mujilan (2021) menunjukkan jika Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Penemuan ini linier dengan penelitian Ningsih dkk (2021) yang menemukan bahwa Kebermanfaatan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan. Dengan demikian, hipotesis dapat dirumuskan :

H2: Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (QRIS).

d. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan

Persepsi Risiko didefinisikan dianggap sebagai ukuran kemungkinan bahwa sebuah tindakan yang tidak menguntungkan dapat mengakibatkan kerugian akibat tindakan tersebut. Selalu ada hubungan antara risiko dan kemungkinan terjadi sesuatu yang berbahaya yang tidak di duga atau tidak diinginkan. Penelitian oleh Darista dan Mujilan (2021), Wardani dan Sari (2021) serta Rodiah dan Melati (2020) menunjukkan jika persepsi risiko berdampak negative dan signifikan terhadap Minat Penggunaan., maka dapat dirumuskan hipotesis:

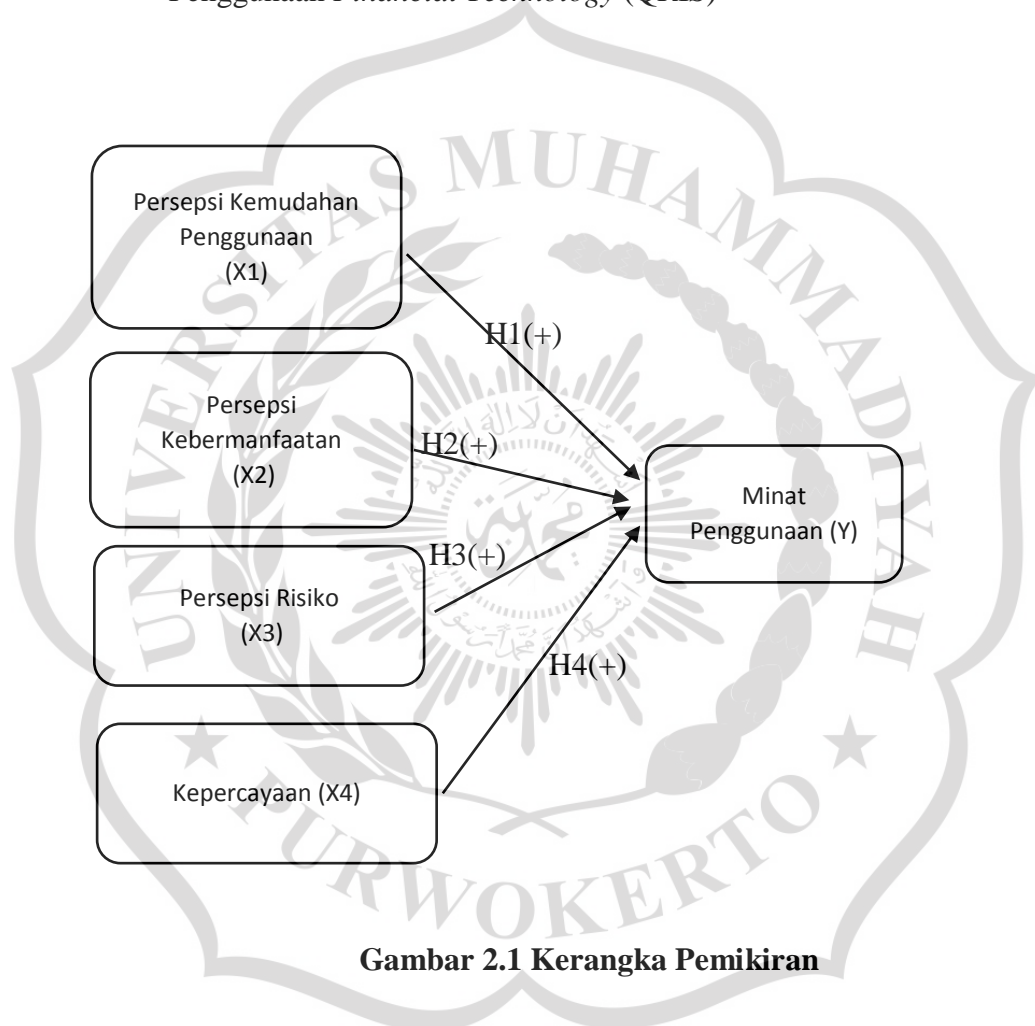
H3: Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (QRIS)

e. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kepercayaan kita pada individu yang dapat dipercaya dan bermoral. Tingginya pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan didukung oleh riset Darista dan Mujilan

(2021) serta Syafitri (2020) jika Kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan, sehingga bisa dirumuskan hipotesis:

H4: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (QRIS)



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2. HIPOTESIS

Hipotesis sementara juga dikenal sebagai anggapan dasar adalah solusi sementara untuk masalah karena kebenarannya masih perlu dibuktikan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis sementara ini adalah:

1. H1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Fintech sistem pembayaran
2. H2 = Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Fintech sistem pembayaran
3. H3 = Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Fintech sistem pembayaran
4. H4 = Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Fintech sistem pembayaran