

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. *Theory Acceptance Model (TAM)***

TAM (*Technology Acceptance Model*) termasuk dalam teori perilaku yang menjelaskan metodologi pemanfaatan teknologi informasi. Ide-ide sebelumnya, TRA dan TPB, disempurnakan menjadi model yang dibuat oleh Davis (1989) Model ini dimaksudkan untuk memprediksi bagaimana konsumen akan mengadopsi atau menggunakan teknologi dan keuntungan apa yang akan diperolehnya dalam bekerja. Menurut Model Penerimaan Teknologi, ada dua elemen utama yang menentukan keinginan suatu sistem untuk digunakan: *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Sikap dan pola penggunaan pelanggan dapat digunakan untuk mengantisipasi adopsi teknologi baru. Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan adalah dua konsep dalam Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang mengukur sikap orang tentang manfaat teknologi baru. Keyakinan pribadi memengaruhi sikap terhadap penggunaan teknologi, yang pada gilirannya memengaruhi niat untuk memanfaatkannya. Manfaat yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang berpikir bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Sejauh mana seseorang berpikir penggunaan suatu sistem akan mudah dikenal sebagai kemudahan penggunaan yang dirasakan (Davis, 1989)

## 2. Persepsi Manfaat

### a. Pengertian Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat, menurut Jogiyanto (2007) adalah tingkat di mana seseorang berpikir bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan produktivitas mereka di tempat kerja. Purba et al., (2020) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai tingkat di mana pengguna merasa bahwa suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kemampuan mereka untuk melakukan pekerjaan mereka. Tingkat di mana seseorang berpikir suatu sistem informasi tertentu akan meningkatkan kemampuan mereka untuk membuat keputusan dikenal sebagai persepsi manfaat. Seseorang akan menggunakan sistem jika ia berpikir itu membantu. Di sisi lain, seseorang tidak akan menggunakan sistem jika ia berpikir itu kurang bermanfaat dia akan menggunakannya. Namun, jika dia merasa bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat, kemungkinan besar ia tidak akan menggunakannya.

Jika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat yang signifikan bagi mereka, maka mereka cenderung akan menggunakannya. Keyakinan seseorang terhadap manfaat penggunaan teknologi akan memotivasi mereka untuk mengadopsinya, sementara ketidakpercayaan terhadap manfaatnya dapat menghambat penggunaan teknologi tersebut. Prinsipnya, teknologi diharapkan memberikan manfaat yang signifikan kepada pengguna agar mereka dapat memanfaatkannya dengan sepenuhnya (Ernawati & Noersanti, 2020)

## b. Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Fahlevi & Dewi (2020) indikator persepsi manfaat ada 6 yaitu:

### 1) Mempercepat pekerjaan

Salah satu tujuan dalam pengembangan teknologi informasi adalah untuk mengurangi durasi waktu yang diperlukan oleh pengguna dalam menyelesaikan suatu tugas, dengan harapan dapat menghemat waktu yang digunakan.

### 2) Meningkatkan Kinerja

Penggunaan teknologi informasi yang berfokus pada kebermanfaatannya bertujuan untuk meningkatkan kinerja dalam menjalankan tugas. Melalui meningkatnya kinerja, diharapkan hasil pekerjaan mencapai tingkat maksimal dan mencapai target yang ditetapkan.

### 3) Meningkatkan Produktivitas

Meningkatkan produktivitas berarti seseorang mampu menghasilkan lebih banyak pekerjaan daripada biasanya. Berbagai cara dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas, seperti meningkatkan efisiensi operasional, melakukan penelitian, dan menyediakan fasilitas yang mendukung, sehingga pekerjaan bisa dilakukan dengan lebih efektif.

#### 4) Efektivitas

Efektivitas dapat dinilai melalui berbagai aspek, seperti kemampuan teknologi untuk meningkatkan kinerja, mengoptimalkan proses kerja, meningkatkan kualitas produk atau layanan, atau mencapai tujuan dengan lebih efisien atau lebih baik dari sebelumnya.

#### 5) Mempermudah Pekerjaan

Teknologi yang dapat menyederhanakan tugas-tugas dapat memberikan kontribusi positif terhadap efisiensi, produktivitas, dan kepuasan pengguna. Dengan demikian, kemudahan penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor utama dalam mengevaluasi sejauh mana teknologi tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya..

#### 6) Bermanfaat

Berdasarkan memperhatikan bagaimana teknologi dianggap bermanfaat oleh pengguna, pengembang dapat meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan serta preferensi pengguna.

### **3. Kemudahan Penggunaan**

#### a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan menurut Gu et al., (2009) adalah tingkat keyakinan masyarakat bahwa teknologi informasi relatif mudah dipahami dan dioperasikan. Meskipun setiap orang menggunakan teknologi secara berbeda, secara umum, layanan harus mudah digunakan oleh konsumen tanpa memerlukan banyak pekerjaan agar tidak ditolak oleh masyarakat. Tingkat kemudahan penggunaan juga

dapat ditentukan oleh volume penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem. Menurut Purba et al., (2020) Kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi dapat digunakan dan dipahami dengan mudah, sehingga pengguna tidak merasa terbebani saat menghadapi teknologi baru.

Menurut Ernawati & Noersanti (2020) persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem mengacu pada seberapa yakinnya seseorang yang percaya bahwa penggunaan sistem akan menjadi sederhana dan bebas kesalahan. Kinerja pengguna saat menggunakan teknologi dapat ditingkatkan dengan sistem yang lebih mudah digunakan yang membutuhkan lebih sedikit pekerjaan dari pengguna. Salah satu definisi kemudahan penggunaan adalah kapasitas untuk menggunakan sistem tanpa menimbulkan beban berlebihan atau tanpa memerlukan keterampilan tinggi dari pengguna.

#### b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Widiyanto (2022) kemudahan penggunaan terdiri dari tiga indikator, yaitu:

##### 1) Interaksi individu dengan sistem jelas

mengukur sejauh mana pengguna dapat memahami dan menggunakan suatu produk atau layanan dengan mudah, tanpa memerlukan bantuan atau pelatihan tambahan.

##### 2) Mudah dipelajari

mengukur sejauh mana pengguna dapat memahami dan menggunakan suatu produk atau layanan dengan mudah, tanpa memerlukan bantuan atau pelatihan tambahan.

3) Mudah dimengerti

mengukur sejauh mana pengguna dapat dengan cepat dan mudah memahami cara kerja, fungsi, dan manfaat dari produk atau layanan tersebut.

4) Tidak dibutuhkan banyak usaha

mengukur sejauh mana pengguna dapat dengan cepat dan mudah memahami cara kerja, fungsi, dan manfaat

#### **4. Keputusan Penggunaan**

1) Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan pembelian terbagi menjadi dua kategori, yaitu keputusan pembelian produk dan keputusan penggunaan jasa. Keputusan penggunaan jasa adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif yang tersedia bagi konsumen, di mana pengambilan keputusan dimulai dengan identifikasi masalah yang kemudian diatasi melalui pemilihan dan penggunaan jasa. (Tjiptono, 2010).

Keputusan penggunaan menurut Wahyuni & Waloejo (2020) adalah suatu proses penggunaan yang mengacu pada sesuatu yang konsisten, khususnya yang berfokus pada kebutuhan sehari-hari. Penggunaannya dilakukan secara bijak dan cepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen setelah melalui beberapa tahapan,

seperti mengidentifikasi kebutuhan, mengumpulkan informasi, dan menemukan alternatif setelah penggunaan.

b. Indikator Keputusan penggunaan

Menurut Kotler & Amstrong (2018) indikator keputusan penggunaan adalah sebagai berikut:

1) Kemantapan menggunakan setelah mengetahui informasi produk.

Secara keseluruhan, kemantapan menggunakan sebagai indikator keputusan penggunaan mencerminkan tingkat keyakinan dan kepuasan pengguna setelah memahami informasi produk dan mengalaminya secara langsung.

2) Memutuskan menggunakan karena produk yang paling disukai.

Memutuskan menggunakan produk yang paling disukai sebagai indikator keputusan penggunaan menunjukkan bahwa produk tersebut berhasil memenuhi berbagai aspek yang penting bagi pengguna.

3) Menggunakan karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Menggunakan produk karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan sebagai indikator keputusan penggunaan menegaskan bahwa produk tersebut mampu menjawab tuntutan praktis dan emosional pengguna.

4) Menggunakan karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

Menggunakan produk karena mendapat rekomendasi dari orang lain sebagai indikator keputusan penggunaan menyoroti pentingnya pengaruh sosial dan interpersonal dalam proses pengambilan keputusan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul, Penerbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Wiwik Widiyanti (2020)</p> <p>Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> OVO di Depok</p>	<p>X1: Kemanfaatan</p> <p>X2: Kemudahan Penggunaan</p> <p>X3: Promosi</p> <p>Y: Keputusan Penggunaan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan uji instrument berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan uji hipotesis menggunakan uji signifikansi parsial dan simultan.</p>	<p>1. Secara simultan maupun parsial terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> OVO di Depok.</p> <p>2. Pada variabel kemudahan penggunaan, ditunjukkan dengan responden yang merasa bahwa cara penggunaan <i>e-wallet</i> OVO sangat mudah dipahami dan juga praktis. Tidak hanya itu, responden merasa terbantu dengan adanya <i>e-wallet</i> OVO</p> <p>3. Pada variabel kemanfaatan, ditunjukkan dengan responden yang merasakan kecepatan transaksi saat menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dan juga ketelitian dalam pembayaran sampai dengan nominal terkecil sehingga tidak diperlukan lagi pengembalian uang.</p>



2.	<p>Ahmad Iliyin, Widiartanto (2020)</p> <p>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di kota Surakarta)</p>	<p>X1: Persepsi Kemudahan</p> <p>X2: Persepsi Keamanan</p> <p>Y: Keputusan penggunaan</p>	<p>1. <i>Explanatory research</i></p> <p>2. Penelitian ini teknik <i>Non-probability Sampling</i> yaitu teknik <i>purposive sampling</i></p>	<p>1. Variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta.</p> <p>2. Variabel persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta</p> <p>3. Persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kedua aspek yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin baik atau tinggi keputusan penggunaan OVO oleh konsumennya.</p>
3.	<p>Nopy Ernawati, Lina Noersanti (2020)</p>	<p>X1: Persepsi Manfaat</p> <p>X2: Kemudahan Penggunaan</p>	<p>1. <i>Non probability sampling</i> dengan metode pengambilan sampel <i>purposive sampling</i></p> <p>2. Kuesioner</p>	<p>1. Variabel persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan pada</p>

	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO	X3: Kepercayaan  Y: Minat Penggunaan	3. Pengolahan data menggunakan software program SmartPLS 3.0 ( <i>Partial Least Square</i> )	aplikasi OVO di Jakarta Utara. 2. Variabel kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan pada aplikasi OVO di Jakarta Utara. 3. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel minat penggunaan pada aplikasi OVO di Jakarta Utara.
4.	Amalia Fajrin  (2020)  Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO	X1: Promosi  X2: Penjualan  X3: E-Service Quality  Y: Keputusan Penggunaan	1. <i>Non probability sampling</i> menggunakan judgmental sampling 2. <i>Skala Likert</i> 3. Analisis regresi linear berganda	1. Terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO. 2. Terdapat pengaruh E-Service Quality terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO.
5.	Rizky Ramadhany Sito Putri, Sri Setyo Iriani  (2021)  Pengaruh Perceived Ease Of Use Perceived Usufelness Terhadap Keputusan	X1: Perceived Ease Of Use  X2: Perceived Usefulness  Y: Keputusan Penggunaan	1. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. 2. <i>Non probability sampling</i> dengan teknik judgemental sampling 3. Kuisisioner 4. Path Analysis menggunakan program AMOS versi 23.	1. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan 2. Kepercayaan pelanggan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif

	Penggunaan Aplikasi Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening		5.	dan signifikan terhadap penggunaan sistem, namun persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem 3.Kepercayaan pelanggan terbukti secara tidak langsung dapat memediasi hubungan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap penggunaan sistem.
6.	Yuliani Dwi Rahmawati, Rahmi Yuliana  (2023)  Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> Pada Mahasiswa STIE BANK BPD JATENG	X1: Persepsi Manfaat  X2: Persepsi Kemudahan  X3: Persepsi Keamanan  Y: Keputusan Penggunaan	1. <i>Snowball sampling</i> 2. Menggunakan rumus slovin 3. Analisis regresi linier berganda 4. Uji validitas dan reliabilitas data	1. Persepsi terhadap manfaat, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> 2.Persepsi keamanan memberikan pengaruh yang paling dominan dalam keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> yang dapat dilihat dari nilai koefisien regresi. 3.Perusahaan penyedia jasa <i>e-wallet</i> perlu terus meningkatkan tingkat keamanan produk <i>e-wallet</i> agar dapat memberikan jaminan keamanan data pribadi dan uang yang tersimpan pada <i>e-wallet</i> .

7.	<p>Jaya Ramadaey Bangsa, Luk Lu'ul Khumaeroh.</p> <p>(2023)</p> <p>Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS ShopeePAY pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo</p>	<p>X1: Persepsi Manfaat</p> <p>X2: Kemudahan Penggunaan</p> <p>Y: Keputusan Penggunaan</p>	<p>1.Kuisisioner</p> <p>2. Pengolahan data menggunakan software SPSS</p>	<p>1.Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePAY</p> <p>2.Shopee dalam fitur ShopeePAY dirasakan memberikan manfaat yang sangat signifikan terhadap penggunaan aplikasi tersebut oleh mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.</p> <p>3.Kemudahan dalam penggunaan juga berpengaruh terhadap penggunaan ShopeePAY.</p>
8.	<p>Alifah Annisa, Syarifuddin, Yohanis Rura.</p> <p>(2023)</p> <p>Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard</p>	<p>X1: Persepsi Manfaat</p> <p>X2: Kemudahan Penggunaan</p> <p>X3: Risiko</p> <p>Y :Keputusan Penggunaan</p>	<p>1.Studi kasual (<i>casual study</i>)</p> <p>2.Kuantitatif</p> <p>3.Kuisisioner</p> <p>4. IBM statistic SPSS 29</p> <p>5. Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis</p>	<p>1. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS pada merchant karena dalam uji t tidak berpengaruh.</p> <p>2. Dalam sampel generasi milenial, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis quick response code Indonesian standard.</p> <p>3. Dalam sampel merchant, persepsi manfaat, kemudahan</p>

				penggunaan, dan risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis quick response code Indonesian standard dan terdapat perbedaan rata-rata antara kelompok sampel generasi milenial dan merchant
9.	Sheldy Yasi Pralytha, Heny Sidanti, Hendra Setiawan.  (2023)  Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> Dana	X1: Gaya Hidup  X2: Kemudahan Penggunaan  X3: Keamanan Transaksi  Y: Keputusan Penggunaan	1. Kuantitatif 2. Data primer dan sekunder yang diperoleh dari lapangan 3. Uji Simultan F 4. Uji Hipotesis 5. Menggunakan smart PLS 6. Uji Reliabilitas 7. <i>Discriminant Validity</i> 8. Uji Convergent Validity	1. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA. 2. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ewallet DANA 3. Secara simultan gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA
10.	Hari Setiawan Saragih, Andri Soemitra, Nurbaiti.	X1: Promosi  X2: Persepsi Manfaat	1. Kuantitatif metode survei 2. Kuisisioner 3. Rumus slovin 4. <i>Purposive sampling</i>	1. Variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada kalangan

	Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i>	X3: Gaya Hidup  Y: Keputusan penggunaan	5. Uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas 6. Analisis regresi linier berganda. 7. Uji hipotesis meliputi uji simultan (uji F), uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi.	mahasiswa di kota Medan. 2. Variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada kalangan mahasiswa di kota Medan. 3. Variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada kalangan mahasiswa di kota Medan.
11.	Wicky T. J Laloan, Rudy S. Wenas, Sjendry S. R Loindong  (2023)  Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado	X1: Kemudahan Penggunaan  X2: Persepsi Manfaat  X3: Risiko  Y: Minat	1. Kuantitatif 2. Slovin 3. <i>Purposive Sampling</i> 4. Kuisisioner 5. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda	1. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. 2. Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. 3. Risiko secara parsial berpengaruh

				positif dan signifikan terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
12.	<p>Anggun Nur Rahmawati, Murtanto.</p> <p>(2023)</p> <p>Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa Akuntansi</p>	<p>X1: Persepsi Manfaat</p> <p>X2: Persepsi Kemudahan Penggunaan</p> <p>Y: Keputusan Menggunakan</p>	<p>1. Kuantitatif</p> <p>2. Uji kualitas data, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, regresi linier berganda, uji hipotesis dengan uji t dan uji F</p> <p>3. Kuisisioner</p> <p>4. <i>Skala Likert</i></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 simultan terhadap keputusan menggunakan QRIS berarti semakin besar manfaat dan kemudahan penggunaan akan meningkatkan penggunaan QRIS.</p>
13.	<p>Wafiq Fadillah, Saida Zainurossalamia ZA</p> <p>(2023)</p> <p>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan</p>	<p>X1: Persepsi Kemudahan Penggunaan</p> <p>X2: Persepsi Manfaat</p> <p>Y: Minat Menggunakan</p>	<p>1. Software SmartPLS versi 4.0.8.4 terdiri dari evaluasi outer model dan inner model</p> <p>2. Analisis Deskriptif, Uji Validitas Konvergen, Uji Validitas</p>	<p>1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.</p> <p>2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan</p>

	Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva		Diskriminan, Uji Reliabilitas, Uji Hipotesis	terhadap minat menggunakan.
14.	Rahmi Auliya Akhyar, Kristina Sisilia  (2023)  Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)	X1: Persepsi Manfaat  X2: Persepsi Kemudahan  Y: Keputusan penggunaan	1. Kuisisioner 2. <i>Non-probability sampling</i> 3. Analisis Deskriptif, Uji Normalitas, uji parsial, uji simultan	1. Variabel keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS termasuk kedalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar. 2. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS. 3. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS
15.	Nur Annisa Fadli, Purwati, Markoni Badri  (2024)  Kualitas Layanan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan QRIS pada PT	X1: Kualitas Pelayanan  X2: Persepsi Manfaat  Y: Kepuasan	1. Kuantitatif 2. Analisis regresi linier berganda 3. Kuesioner 4. SPSS ( <i>Statistical program for Service Solutions</i> ) Versi 26.	1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan alat pembayaran dengan metode QRIS. 2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan alat



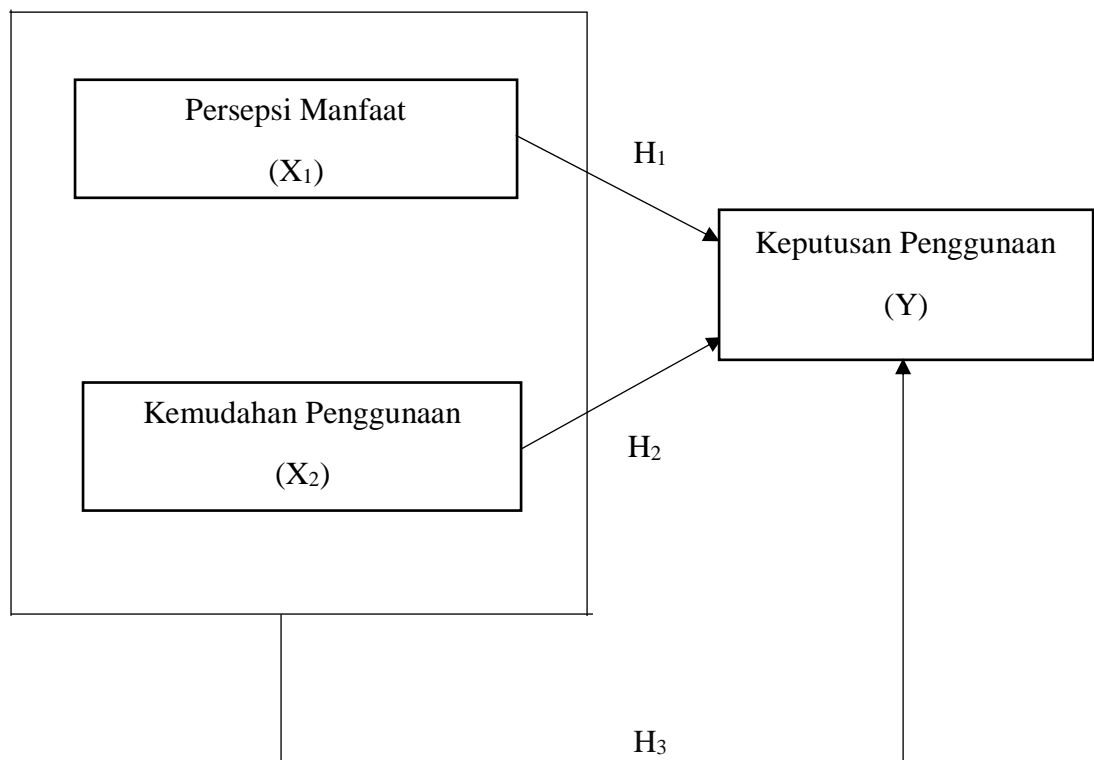
	Bank Sumsel Bangka Belitung			pembayaran dengan metode QRIS. 3. kualitas layanan, dan persepsi manfaat berpengaruh secara bersama - sama yang signifikan terhadap
--	--------------------------------	--	--	--

### C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan mencari pengaruh antara variabel independen (bebas) yang terdiri dari (X1) Persepsi manfaat, (X2) Kemudahan Penggunaan, dan variabel dependen (terikat) yaitu (Y) Keputusan Penggunaan terhadap masyarakat Kota Madiun.

Penelitian ini merupakan adaptasi dari penelitian terdahulu tentang Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang dilakukan oleh Akhyar & Sisilia (2023). Selanjutnya penelitian oleh Rahmawati & Murtanto (2023) Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa Akuntansi dan Bangsa & Khumaeroh (2023) Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS *Shopeepay* pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. Sehingga penelitian ini memperoleh judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Masyarakat Kota Madiun”**.

Untuk mempermudah peneliti untuk dalam menganalisis variabel pada penelitian, maka peneliti menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

Sumber : Modifikasi Rahmawati & Murtanto (2023), Bangsa & Khumaeroh (2023)

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori dan kerangka diatas maka dapat di ambil hipotesis peneleitian sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan

Menurut Priambodo & Prabawani (2018) tingkat di mana seseorang berpikir bahwa manfaat sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerja mereka dikenal sebagai persepsi manfaat. Definisi ini menjelaskan bahwa keyakinan tentang proses pengambilan keputusan yang mendasari

pengalaman kegunaan. Seseorang akan memanfaatkan sistem jika mereka menganggapnya bermanfaat. Di sisi lain, seseorang tidak akan menggunakan sistem informasi jika mereka menganggapnya kurang bermanfaat.

Saragih et al., (2023) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. *E-wallet* di akui oleh para konsumen memiliki banyak manfaat sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan *e-wallet*. Bangsa & Khumaeroh (2023) *shopeepay* bisa memberikan manfaat yang positif terhadap penggunaannya. Mahasiswa juga banyak menggunakan *shopeepay* karena beberapa manfaat yang diberikan. Rahmawati & Murtanto (2023) persepsi manfaat terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Trisakti. Akhyar & Sisilia (2023) persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pada pembayaran digital QRIS. Rahmawati & Yuliana (2020) menunjukkan bahwa manfaat yang ada pada *e-wallet* saat ini sangat membantu segala aktifitas. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan

**H<sub>1</sub>: Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan**

## 2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan

Menurut Rahmawati & Yuliana (2020) Kemudahan penggunaan dapat menyederhanakan pengalaman seseorang. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak menyulitkan pengguna, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya.

Bangsa & Khumaeroh (2023) penggunaan *shopeepay* cukup sederhana, dengan hanya memindai kode pindai untuk melakukan pembayaran. Selain kemudahan, *shopeepay* juga menawarkan diskon dan *cashback* yang dapat memanjakan pengguna untuk menggunakan *shopeepay*. Annisa et al., (2023) kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS pada generasi milenial. Akhyar & Sisilia (2023) kemudahan pembayaran digital QRIS termasuk kedalam kategori sangat baik. Hal ini berarti kemudahan menurut responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa QRIS memiliki kemudahan dan kualitas yang sangat baik. Putri & Iriani (2021) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi tokopedia. Iliyini & Widiartanto (2019) persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan

**H<sub>2</sub> : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan**

3. Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan

Bangsa & Khumaeroh (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopeepay. Akhyar & Sisilia (2023) persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS. Rahmawati & Murtanto, (2023) persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh simultan terhadap keputusan menggunakan QRIS berarti semakin besar manfaat dan kemudahan penggunaan akan meningkatkan penggunaan QRIS. Berdasarkan penelitian terdahulu persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Lestarie et al., 2020) *perceived ease of use dan perceived usefulness* dapat memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sukmawati & Kowanda (2022) kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan

**H<sub>3</sub> : Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan**