

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *E-Payment*

2.1.1.1 Pengertian *E-Payment*

Menurut *Bank for International Settlements* (BIS), uang elektronik dapat didefinisikan sebagai produk *stored value* atau kartu prabayar dimana nilai moneternya disimpan dengan sistem elektronik pada sebuah perangkat elektronik. Nilai yang ada pada perangkat didapatkan dengan cara setoran uang tunai atau mendebet rekening bank kemudian disimpan pada perangkat elektronik. Pemilik perangkat ini dapat menggunakan uang elektronik untuk membayar dan mendapatkan pembayaran, dengan nilai yang berkurang saat dipergunakan untuk melakukan pembayaran dan bertambah saat mendapatkan atau menambah pembayaran. Pengertian uang elektronik mengacu pada kartu prabayar yang dipergunakan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multi purpose*), bukan hanya untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon di Indonesia.

Pasal 1(3) Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Ketentuan e-Money mendefinisikan “uang elektronik” sebagai alat pembayaran yang diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disimpan. Uang muka pemilik ke penerbit. Nilai uang disimpan secara digital pada media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran bagi penjual yang bukan penerbit uang elektronik. Nilai uang tersebut hanya dapat diakses oleh penerbit uang elektronik tersebut. Perlu diketahui bahwa menurut undang-undang yang mengatur bank,

nilai uang elektronik yang dipegang oleh pemilik dan dikelola oleh penerbit tidak dianggap sebagai simpanan dalam keadaan apa pun.

2.1.1.2 Kelebihan Dan Manfaat Uang Elektronik

Menggunakan *e-money* memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

1. Kemudahan dan Kenyamanan

E-money menawarkan tingkat kenyamanan dan kemudahan yang tinggi, terutama dalam melakukan pembayaran kecil atau microtransactions. Pengguna tidak perlu menyediakan jumlah uang yang tepat karena saldo elektronik dapat digunakan untuk melakukan transaksi. Selain itu, kekhawatiran tentang uang kembalian atau uang tambahan pun dapat dihindari.

2. Kecepatan Transaksi

E-money mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi dibandingkan dengan kartu kredit atau debit. Tanpa perlu proses otorisasi online, tanda tangan, atau PIN, proses pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien. Bahkan, dalam beberapa kasus, transaksi offline juga dimungkinkan, sehingga mengurangi biaya komunikasi dan mempercepat proses pembayaran.

3. Fleksibilitas Pengisian Saldo

Nilai uang elektronik pada kartu dapat dengan mudah ditambahkan melalui berbagai cara yang ditawarkan oleh penerbit *e-money*. Pengguna dapat mengisi ulang saldo secara *online* melalui aplikasi atau website, atau menggunakan fasilitas fisik seperti mesin ATM atau gerai resmi. Kemudahan

pengisian ulang ini memudahkan pengguna untuk selalu siap dalam melakukan transaksi..

Menurut (Inayah, 2020), beberapa keuntungan menggunakan *e-money* untuk proses transaksi pembayaran sebagai berikut:

1. Selain nyaman, juga cukup bermanfaat. Pelanggan yang menggunakan mata uang elektronik tidak perlu lagi membawa uang tunai sebanyak-banyaknya. Untuk melakukan pembelian, pelanggan hanya perlu menyediakan kartu atau menggunakan *smartphone* mereka sebagai alat pembayaran.
2. Mencegah peredaran uang palsu. Dengan adanya uang elektronik, masyarakat cenderung melakukan pembayaran secara gratis untuk mengurangi resiko beredarnya uang palsu.
3. Pencegahan kejahatan. Jumlah uang elektronik yang tersimpan pada media kecil seperti kartu atau aplikasi pintar mengurangi kebutuhan untuk membawa uang tunai sehingga mengurangi risiko kejahatan pencurian. Selain itu, transaksi dengan uang elektronik juga mengurangi penerimaan kembalian berupa barang atau koin.
4. Anda mendapatkan diskon khusus. Beberapa *merchant* menawarkan diskon kepada konsumen yang membayar dengan uang elektronik.
5. Kemudahan pengisian saldo uang elektronik. Saat saldo *e-money* habis, pengguna dapat menambah dana dengan mudah melalui *mini store* atau *platform* online pilihan.

6. Lebih ramah lingkungan. Penggunaan uang elektronik dapat mengurangi kertas untuk mencetak uang sehingga mengurangi angka total pohon yang ditebang.
7. Transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Penggunaan uang elektronik menjadikan masyarakat tidak perlu menunggu lama di ATM atau menunggu pergantian pedagang untuk menarik uang tunai, sehingga transaksi lebih cepat dan hemat waktu.

Kemudahan penggunaan untuk seluruh kalangan. *E-money* memungkinkan untuk digunakan oleh siapa saja, termasuk yang tidak memiliki akun bank (*no bank account*), karena tidak memerlukan kartu kredit atau debit untuk menggunakannya, yang memerlukan pembuatan akun dan setoran awal.

2.1.1.3 Jenis Uang Elektronik

Berdasarkan pada apakah data pribadi pemilik disimpan dengan penerbit uang elektronik, jenis uang elektronik dibagi menjadi:

1. Uang elektronik jenis pertama adalah uang elektronik yang nilai dan data pribadinya disimpan pada pembawa data elektronik yang dikelola oleh penerbit dan pemiliknya. Sistem ini umumnya digunakan untuk e-money berbasis kartu yang memungkinkan transaksi offline. Contohnya adalah seperti TapCash dari BNI, Flash dari BCA, dan Brizzi dari BRI. Dalam jenis uang elektronik ini, nilai uang elektronik dan data pribadi pemilik tersimpan dalam kartu atau media fisik elektronik, dan transaksi dapat dilakukan tanpa koneksi internet atau secara *offline*.

2. Jenis uang elektronik lainnya adalah nilai uang elektronik yang disimpan hanya pada pembawa data elektronik yang dikelola oleh penerbit. Pemilik uang elektronik memiliki hak pakai yang diberikan oleh penerbit untuk menggunakan nilai uang elektronik tersebut. Sistem penyimpanan ini berlangsung dalam e-money berbasis server, di mana nilai uang elektronik disimpan dalam bentuk data digital yang dikelola oleh penerbit secara terpusat. Saat pemilik uang elektronik melakukan transaksi, nilai uang elektronik berkurang langsung dari sistem penerbit, dan transaksi ini hanya dapat dilakukan secara online. Beberapa contoh uang elektronik jenis ini adalah T-Cash, dompetku, DOKU, LinkAja, Gopay, Astrapay, Dana, Ovo, Shopeepay, dan layanan *mobile banking*.

2.1.2 Persepsi Kemudahan

2.1.2.1 Pengertian Kemudahan

Kemudahan dalam konteks penggunaan teknologi mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tersebut adalah hal yang mudah, tidak merepotkan, mudah untuk dipelajari, serta hanya memerlukan usaha yang kecil. Hal ini mencerminkan persepsi individu terhadap tingkat kenyamanan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi. Menurut (Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, 2020), kemudahan berarti keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi adalah hal yang mudah, tidak menyulitkan, dan tidak memerlukan upaya yang besar untuk penggunaannya. Dalam skenario ini, orang memiliki kesalahpahaman bahwa teknologi yang mereka gunakan dapat dikuasai dan digunakan dengan sedikit usaha atau hambatan yang cukup besar. Jogiyanto,

seperti yang dikutip oleh (Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, 2020) menjelaskan bahwa kemudahan adalah keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan membebaskannya dari usaha yang berlebihan. Artinya, individu percaya bahwa teknologi tersebut akan mengurangi tingkat kesulitan dan kelelahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, Jogiyanto juga menjelaskan dalam penelitian lain, seperti yang dikutip oleh (Romadloniyah, A. L., & Prayitno, 2018) bahwa persepsi kemudahan mencakup keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tersebut akan membebaskannya dari usaha yang berlebihan, mudah dipelajari, dan sistemnya mudah digunakan. Ini menunjukkan bahwa kemudahan melibatkan aspek-aspek seperti tingkat usaha yang diperlukan, kemudahan dalam mempelajari teknologi, dan kesederhanaan sistem tersebut.

Sikap individu dalam menggunakan teknologi berperan penting dalam mendorong adopsi dan penggunaan teknologi yang lebih baik (HERDADI, 2022). Menurut Aini, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa penggunaannya mudah dan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat dilihat dari beberapa syarat, yaitu kemudahan dalam penggunaan, kemudahan dalam pembelajaran, dan kesederhanaan dalam pengoperasiannya. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan kinerja serta ketertarikan pengguna (Marisa, 2020)

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, persepsi kemudahan adalah keyakinan individu tentang kemudahan penggunaan teknologi yang dapat mengurangi usaha yang diperlukan. Dalam konteks ini, jika seseorang memiliki

keyakinan bahwa sistem informasi mudah digunakan, mereka akan cenderung aktif menggunakan teknologi tersebut. Mereka akan melihatnya sebagai alat yang dapat membantu dan mempermudah tugas-tugas mereka. Sedangkan, apabila dirasa jika sistem informasi sulit digunakan, mereka mungkin enggan untuk menggunakan teknologi tersebut. Mereka mungkin menganggapnya sebagai hambatan atau membutuhkan upaya tambahan yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, persepsi kemudahan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan dalam menggunakan teknologi.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan

Dalam penyampaian (Riyanti, A., & Atmaja, 2021) menjelaskan kemudahan dapat memiliki faktor- faktor yang meliputi:

1. Pada teknologi itu sendiri

Kemudahan suatu teknologi dipengaruhi oleh sejauh mana teknologi tersebut dirancang dan dikembangkan dengan antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami oleh pengguna. Jika teknologi memiliki fitur-fitur yang mudah diakses dan dipahami, maka akan meningkatkan tingkat kemudahan penggunaan.

2. Reputasi akan teknologi tersebut

Faktor reputasi juga berperan dalam memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi. Jika suatu teknologi telah terbukti handal dan mudah digunakan oleh banyak pengguna sebelumnya, maka calon pengguna akan cenderung menganggapnya mudah juga untuk digunakan.

3. Tersedianya mekanisme pendukung yang handal

Kemudahan penggunaan teknologi juga dapat dipengaruhi oleh ketersediaan mekanisme pendukung yang dapat membantu pengguna mengatasi kendala atau masalah dalam menggunakan teknologi. Mekanisme pendukung ini dapat berupa dokumentasi yang jelas, panduan penggunaan, atau dukungan teknis yang responsif dan membantu..

2.1.2.3 Indikator Kemudahan

Berdasarkan temuan Chuang dan Li-Min (2016) dalam Anzelin (2020), terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan terhadap teknologi finansial yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Kemudahan dalam pembelajaran (*Ease of learning*): Indikator ini mengacu pada keyakinan bahwa suatu sistem teknologi finansial mudah dipelajari oleh individu. Artinya, individu percaya bahwa mereka dapat dengan cepat memahami dan menguasai cara menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan dalam pembelajaran membuat individu lebih terbuka untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi finansial.
2. Kemudahan berinteraksi (*Ease of interaction*): Indikator ini menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa teknologi finansial memudahkan mereka dalam berinteraksi dengan sistem tersebut. Contohnya, apakah individu merasa mudah melakukan transaksi atau berkomunikasi dengan menggunakan teknologi finansial. Kemudahan berinteraksi adalah faktor penting yang mempengaruhi minat dan niat individu untuk menggunakan teknologi finansial.

3. *Fleksibilitas (Flexibility)*: Indikator ini berkaitan dengan keyakinan individu bahwa teknologi finansial mudah digunakan dan dipahami. Fleksibilitas mencakup kemampuan teknologi untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Sebagai contoh, penggunaan aplikasi teknologi finansial yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu, seperti personalisasi fitur atau tampilan, akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan mempengaruhi penggunaan teknologi.
4. *Kemudahan penggunaan (Ease of use)*: Indikator ini menggambarkan tentang kepercayaan individu terhadap teknologi finansial yang mudah digunakan dalam pengoperasian sehari-hari. Kemudahan penggunaan mencakup antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, dan proses yang lancar dalam menggunakan teknologi finansial. Semakin mudah teknologi finansial digunakan, semakin besar kemungkinan individu akan mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut.

2.1.3 Persepsi Manfaat

2.1.3.1 Pengertian Manfaat

Persepsi manfaat, dalam penyampaian Jogianto dalam (Desita, W., & Dewi, 2022) menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan berkaitan dengan persepsi individu tentang keuntungan yang diperoleh dari penggunaan teknologi atau sistem, yang mengarah pada peningkatan kinerja. Dalam konteks ini, kegunaan yang dirasakan digambarkan sebagai sejauh mana orang memegang keyakinan bahwa memanfaatkan teknologi tertentu memang akan meningkatkan kinerja mereka. Teori manfaat yang diungkapkan oleh (Desvronita, 2021)

menyatakan bahwa penggunaan sistem yang dirasakan bermanfaat dapat memaksimalkan proses, meningkatkan produktivitas, dan efektivitas individu. Persepsi manfaat penggunaan juga merupakan faktor yang kuat dalam penerimaan dan sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi, seperti yang disampaikan oleh Wijaya dalam (Desvronita, 2021)

Dari menjelaskan tentang persepsi manfaat dalam konteks penggunaan teknologi atau sistem. Persepsi manfaat merujuk pada keyakinan individu mengenai manfaat yang akan diperoleh dari penggunaan teknologi atau sistem tersebut. Lebih lanjut, persepsi manfaat dapat mempengaruhi kinerja individu dalam bekerja, karena mereka percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan performa mereka. Teori manfaat yang disebutkan mengatakan bahwa penggunaan sistem yang dirasakan bermanfaat dapat membantu dalam memaksimalkan proses kerja, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektivitas individu.

Dengan persepsi manfaat yang kuat terhadap penggunaan teknologi, individu cenderung lebih menerima dan memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Dapat disimpulkan, penjelasan tersebut menggambarkan pentingnya persepsi manfaat dalam mempengaruhi penerimaan dan sikap individu terhadap penggunaan teknologi. Jika individu meyakini bahwa penggunaan teknologi memberikan manfaat yang signifikan, mereka akan lebih cenderung menggunakan teknologi tersebut dengan antusias dan memanfaatkannya secara efektif.

2.1.3.2 Indikator Manfaat

Adapun persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menentukan indikator menurut (Setiawan & Sulistiowati, 2018) dalam (Rahmatiyani, R., & Bertuah, 2023) ialah:

1. Membuat Peningkatan kecepatan kerja (*Increased work speed*): Penggunaan teknologi dapat mempercepat proses kerja dan mengefisienkan waktu.
2. Peningkatan kinerja kerja (*Improved job performance*): Penggunaan teknologi mampu meningkatkan produktivitas dan memudahkan pelaksanaan tugas, sehingga menghasilkan hasil yang lebih baik dan memuaskan.
3. Peningkatan produktivitas (*Enhanced productivity*): Penggunaan teknologi yang efektif dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja.
4. Efektif (*Efferctiveness*): Penggunaan teknologi efektif dapat memberikan hasil positif dalam pelaksanaan pekerjaan atau aktivitas.
5. Kemudahan dalam aktivitas (*Ease of use*): Penggunaan teknologi menjadikan aktivitas menjadi mudah dan praktis.
6. Bermanfaat (*Usefulness*): Penggunaan teknologi bermanfaat bagi individu dalam menjalankan kegiatan sehari-hari.

2.1.4 Persepsi Resiko

2.1.4.1 Pengertian Resiko

Persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen ketika mereka tidak memiliki kemampuan untuk memprediksi konsekuensi yang mungkin terjadi akibat keputusan pembelian yang mereka lakukan (Baskara, I. P., & Hariyadi, 2014). Dalam persepsi risiko, konsumen merasa tidak dapat

mengenali manfaat dalam kurun waktu yang panjang, potensi kerugian atau keuntungan, ketidaknyamanan, serta kinerja produk yang mungkin tidak sesuai dengan harapan. Menurut (Zulfa, L., & Hidayati, 2018) konsumen mengalami apa yang dikenal sebagai risiko yang dirasakan, yang dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian yang mereka rasakan sebagai akibat ketidakmampuan mereka memperkirakan konsekuensi jangka panjang dari pilihan pembelian mereka.

Persepsi risiko memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, 2019) dan (Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, 2020) ditemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketika konsumen menganggap risiko dalam suatu transaksi sebagai tinggi, hal ini dapat mengakibatkan kekurangan kepercayaan terhadap pembelian secara online, sehingga mereka cenderung mengurangi keputusan pembelian secara online.

Persepsi risiko juga didefinisikan sebagai evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap segala kemungkinan dan dampak yang mungkin timbul sebagai konsekuensi dari suatu tindakan atau keputusan.

2.1.4.2 Indikator Risiko

Berikut adalah indikator-indikator persepsi risiko menurut Masoud yang digunakan untuk mengukur risiko:

1. Risiko Finansial

Indikator ini mencakup kemungkinan kerugian finansial yang dapat dialami oleh individu atau organisasi dalam situasi tertentu. Persepsi risiko finansial

sering kali berhubungan dengan potensi kerugian investasi, fluktuasi pasar, atau kinerja keuangan yang tidak sesuai harapan.

2. Risiko Produk

Indikator ini menyoroti risiko terkait dengan kualitas, keandalan, atau kesesuaian produk yang digunakan oleh konsumen atau organisasi. Persepsi risiko produk dapat mempengaruhi reputasi merek dan kepuasan pelanggan.

3. Risiko Waktu

Indikator ini mencerminkan ketidakpastian terkait dengan waktu pelaksanaan suatu proyek atau kegiatan. Persepsi risiko waktu melibatkan potensi penundaan, kurangnya sumber daya, atau ketidakstabilan jadwal yang dapat mempengaruhi hasil akhir.

4. Risiko Pengiriman

Indikator ini berkaitan dengan risiko yang terkait dengan keberhasilan pengiriman produk atau layanan kepada pelanggan atau pemangku kepentingan. Persepsi risiko pengiriman mencakup potensi masalah logistik, kesalahan pengiriman, atau ketidakmampuan untuk memenuhi janji yang telah dibuat.

5. Risiko Sosial

Indikator ini mencakup risiko yang timbul akibat interaksi dengan masyarakat atau kelompok sosial tertentu. Persepsi risiko sosial melibatkan pertimbangan tentang bagaimana tindakan atau keputusan dapat mempengaruhi citra sosial, etika, atau tanggung jawab sosial suatu entitas.

6. Risiko Keamanan

Indikator ini menyoroti risiko yang terkait dengan keamanan fisik, informasi, atau sistem. Persepsi risiko keamanan berfokus pada ancaman potensial seperti kejahatan, peretasan data, atau gangguan yang dapat membahayakan integritas dan keberlangsungan operasional..

2.1.5 Minat Masyarakat

2.1.4.1 Pengertian Minat

Minat merupakan kombinasi dari perasaan, keinginan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan yang mengarahkan seseorang untuk memilih sesuatu. Menurut Slameto, minat adalah kesukaan dan keterikatan pada hal atau kegiatan tertentu, tanpa melibatkan keseluruhan hal tersebut. Secara mendasar, minat melibatkan hubungan antara diri sendiri dan orang atau hal di luar diri yang bergubungan searah.

(Sari, 2019) menggambarkan minat perilaku sebagai tingkat ketertarikan untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku mencerminkan keinginan untuk berperilaku sesuai dengan minat yang dimiliki. Kotler menyatakan bahwa minat muncul ketika individu terpapar oleh suatu produk yang menarik perhatiannya, yang kemudian memicu keinginan untuk mencoba dan akhirnya memiliki produk tersebut (Kotler, P., & Keller, 2016). (Sari, 2019) juga menjelaskan bahwa minat adalah kondisi subjektif seseorang yang melibatkan hubungan antara individu dengan tindakan tertentu. Menurut Crow dalam (Sari, 2019), minat melibatkan kecenderungan untuk memperhatikan orang, objek, dan aktivitas tertentu.

2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat yang terhadap suatu hal adalah *output* dari proses belajar serta mendukung kelanjutan proses belajarnya. Minat mampu ditanamkan dan dikembangkan. Minat tidak serta merta muncul secara spontan dari dalam diri individu. Minat dapat muncul melalui interaksi dengan lingkungan dan perhatian yang diberikan. Minat berkembang ketika ada dorongan, perhatian, kegembiraan, kemampuan, dan kesesuaian atau keterkaitan dengan suatu hal. Munculnya minat biasanya dipicu oleh ketertarikan, perhatian, dan kebutuhan. Sensasi kesenangan dan kecenderungan dinamis individu untuk bertingkah laku tertentu sebagai akibat dari minat seseorang pada aktivitas tertentu itulah yang melahirkan minat. Kepuasan yang ia terima pada tingkat individu akan menginspirasi dirinya untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan timbulnya minat, yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan internal. Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh kebutuhan yang memiliki hubungan dengan aspek fisik dan psikis.
2. Faktor motivasi sosial. Minat juga dapat muncul sebagai hasil dari kebutuhan seseorang dalam mendapatkan aktualisasi diri dari lingkungan sosialnya.
3. Faktor emosional. Faktor ini mencerminkan tingkat intensitas perhatian seseorang terhadap kegiatan atau suatu objek.

2.1.4.3 Indikator Minat Masyarakat

Pratiwi dalam (Tony Sitinjak, 2019) menjelaskan terdapat indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat penggunaan:

1. Niat untuk bertransaksi. Ini mengacu pada keadaan di mana seorang konsumen memiliki niat untuk melakukan transaksi guna menggunakan produk atau layanan yang diminatinya.
2. Niat untuk merekomendasikan. Ini mencerminkan keadaan di mana seorang konsumen bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain karena dianggap baik atau memenuhi syarat untuk digunakan.
3. Niat untuk terus-menerus menggunakan. Ini menggambarkan keadaan di mana seorang konsumen memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan produk atau layanan secara berulang-ulang atau terus-menerus karena pengalaman yang sesuai dengan harapannya.

Ferdinand mengidentifikasi beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengenali minat pembelian, yaitu:

1. Minat eksploratif

Minat eksploratif adalah ketertarikan seseorang untuk mengeksplorasi atau mencari informasi lebih lanjut tentang suatu produk atau layanan. Individu yang menunjukkan minat eksploratif mungkin mencari tahu lebih banyak tentang fitur, manfaat, dan opsi yang tersedia sebelum mereka membuat keputusan pembelian.

2. Minat preferensial

Minat preferensial merujuk pada minat atau kecenderungan individu terhadap suatu merek atau produk tertentu. Orang yang menunjukkan minat preferensial akan cenderung lebih tertarik untuk membeli dari merek atau produk yang telah mereka sukai atau pilih sebelumnya.

3. Minat transaksional

Minat transaksional mencerminkan ketertarikan langsung seseorang untuk melakukan transaksi pembelian. Individu yang menunjukkan minat transaksional siap untuk segera melakukan pembelian tanpa memerlukan banyak penjelasan atau proses lebih lanjut.

4. Minat referensial

Minat referensial merujuk pada minat seseorang yang mungkin dipengaruhi oleh rekomendasi, testimoni, atau ulasan positif dari orang lain. Individu yang menunjukkan minat referensial akan lebih cenderung membeli suatu produk atau layanan jika mereka mendengar atau melihat bahwa orang lain telah memiliki pengalaman positif dengan produk tersebut..

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat. Penelitian yang relevan dengan topik ini meliputi:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
1	Leoni Joan & Tony Sitinjak tahun 2019	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan pembayaran Digital Go-Pay	Teknik analisis struktural persamaan (SEM) berbasis varian atau Partial Least Squares (PLS) digunakan untuk melakukan analisis data.	Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif terhadap minat penggunaan.
2	Findly Meileny &	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi	Data dianalisis menggunakan	Persepsi manfaat (X1), persepsi

	Tri Indra Wijaksana tahun 2020	Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia	perangkat lunak SPSS versi 20 dengan menggunakan uji Analisis Regresi Berganda.	kemudahan (X2), fitur layanan (X3), kepercayaan (X4), dan tingkat kepuasan pelanggan (Y) dinilai kurang baik. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), fitur layanan (X3), dan kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
3	Hutami A Ningsih, Endang M Sasmita & Bida Sari tahun 2021	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	Penelitian ini mengadopsi pendekatan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner.	Ketiga variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS.
4	Yuliani Dwi Rahmawati & Rahmi Yuliana tahun 2020	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa.
5	Syarifah Salma, Aurel Priastyca Permata Agustine,	Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan OVO pada	Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS, yang mencakup dua model	Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Namun, persepsi manfaat memiliki

	Himda Nurika tahun 2023	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta	pengukuran yaitu outer model dan inner model.	pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.
6	Siti Aisah tahun 2022	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater	Metode analisis yang diterapkan adalah analisis regresi linier berganda	Semua variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam penggunaan transaksi Shopee paylater di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Malang.
7	Rudi Lahagu, Intan Diane Binangkit tahun 2023	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Pekanbaru	Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.	Secara parsial, persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik di Pekanbaru, sementara persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik di Pekanbaru.
8	Widya Desita & Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi tahun 2022	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi	Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form, kemudian dianalisis menggunakan uji analisis	Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi, dan fitur layanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi e-wallet. Namun, persepsi risiko memiliki

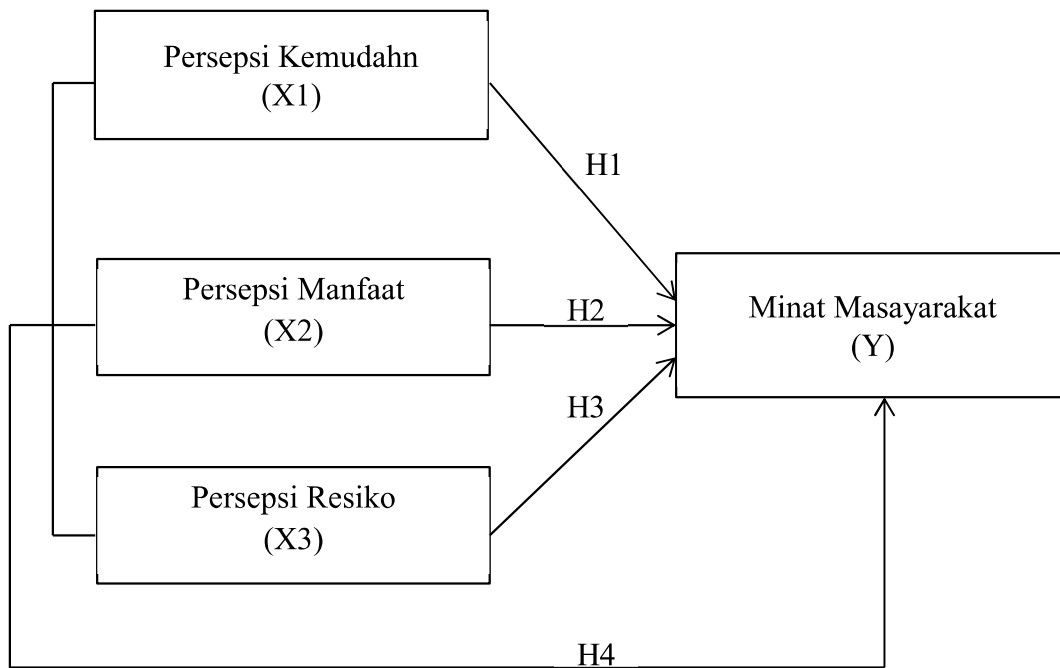
		NonCash pada Aplikasi Dompet Digital	regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25.	pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi e-wallet.
9	Cut Muthia Kesuma Hayati & Nurul Fauzi tahun 2022	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Penggunaannya di Kota Padang	Teknik penyebaran kuesioner dilakukan, dan data yang terkumpul dari 16 pertanyaan kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 21.	Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech di Kota Padang.

Sumber: Data Penelitian (2023)

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berfungsi sebagai peta jalan yang menguraikan perkembangan ide dan konsep secara berurutan dalam sebuah studi penelitian. Ini memberikan representasi visual dari koneksi antara berbagai variabel yang terlibat dalam penyelidikan. Dalam konteks studi khusus ini, kerangka tersebut mencakup tiga variabel utama: Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Risiko (X3). Variabel-variabel ini memainkan peran penting dalam memahami variabel dependen, yaitu Minat Masyarakat (Y).

Kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan bagaimana Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Risiko (X3) secara bersama-sama mempengaruhi tingkat Minat Masyarakat (Y). Dengan memeriksa interaksi antara variabel-variabel ini, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mendorong keterlibatan dan minat publik terhadap subjek yang sedang diselidiki.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Penelitian (2023)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara yang didasarkan pada hasil penelitian dan teori-teori yang telah diajukan sebelumnya, sebagai dugaan sementara terhadap pertanyaan dalam masalah penelitian. Berikut adalah rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

- H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan pembayaran non tunai di Trans Batam.
- H2 : Persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan pembayaran non tunai di Trans Batam.
- H3 : Persepsi resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan pembayaran non tunai di Trans Batam.

H4 : Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan pembayaran non tunai di Trans Batam.