

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Persepsi Kegunaan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Persepsi Kegunaan**

Menurut (Putro & Takahashi 2024) persepsi kegunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa atas penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaan yang dilakukan berkaitan dengan efisiensi waktu dalam menggunakan teknologi keuangan. Persepsi kegunaan dapat dibentuk oleh beberapa hal yang menjadi pertimbangan dimana suatu sistem informasi akan memiliki manfaat bagi penggunanya.

Menurut (Pirdayanti & Wiagustini 2021) persepsi kegunaan adalah persepsi kegunaan adalah tingkat dimana seseorang percaya atas penggunaan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Dan menurut Ali (2020: 34) mengatakan persepsi kegunaan adalah ukuran dimana seseorang menganggap teknologi yang digunakan mudah dipahami dan digunakan pada kehidupan sehari-hari.

Persepsi kegunaan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya dan persepsi terhadap kegunaan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang dimana penggunaan system aplikasi yang spesifik akan meningkatkan prestasi kerja (Andrea et al., 2021).

Dari uraian diatas, maka persepsi kegunaan dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang/nasabah bahwa dengan menggunakan layanan *mobile banking* maka akan memperoleh manfaat baik dari segi efektifitas maupun efisiensi sebagai sarana dalam menunjang aktivitas dan pekerjaannya.

#### **2.1.1.2 Manfaat Atas Persepsi Kegunaan**

Dengan munculnya *mobile banking* yang berkembang pada industri perbankan, yaitu memberikan keuntungan seperti memperkecil biaya transaksi yang dapat memperkuat kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, dan mampu mengembangkan bisnis yang mengikuti perkembangan zaman demi memenuhi kebutuhan nasabah perkembangan ini memberikan kenyamanan dan kemudahan untuk melakukan transaksi secara bebas, tidak terbatas pada lokasi atau waktu, dan dapat dilakukan kapan saja (Pirdayanti & Wiagustini, 2021).

Sehingga, keuntungan yang didapatkan oleh pengguna atas persepsi kegunaan yang dihasilkan dari perubahan teknologi di Industri Perbankan yaitu Internet Banking atau Mobile Banking, sebagai berikut (Pirdayanti & Wiagustini, 2021):

1. Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja asalkan tersedia koneksi internet yang memadai. Ini sangat efisien dalam hal waktu dan biaya, karena tidak perlu mengunjungi kantor bank atau ATM. Keamanan transaksi dijamin dengan perlindungan berlapis, seperti Security User ID, PIN, dan Keytoken Terdapat beberapa faktor yang digunakan untuk mengukur persepsi kegunaan teknologi sebagai berikut (Pirdayanti & Wiagustini, 2021):

2. Kegunaan yang mencakup beberapa dimensi ukuran seperti: membuat pekerjaan lebih mudah, bermanfaat bagi pekerjaan, dan dapat meningkatkan produktivitas dengan menggunakan teknologi tersebut.
3. Efektivitas, yang mencakup beberapa dimensi ukuran yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam melakukan pekerjaan serta meningkatkan kinerja pekerjaan.

### **2.1.1.3 Indikator Persepsi Kegunaan**

Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan memiliki indikator penelitian yang terdiri dari sebagai berikut (Andrea et al., 2021):

1. *Work more quickly* (Mempercepat pekerjaan), dengan menggunakan suatu teknologi informasi tertentu dapat mempercepat pekerjaan atau menghemat waktu pekerjaan seperti tidak perlu mengunjungi cabang bank, dapat diakses kapan saja dan dimana saja serta dapat memproses transaksi sambil tetap bekerja sehingga pekerjaan dapat cepat selesai.
2. *Job Performance* (kinerja pekerjaan) yaitu dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut. Adanya *internet banking* membuat seorang pekerja akan cepat menyelesaikan pekerjaannya sehingga dapat meningkatkan kinerja pekerja tersebut.
3. *Increase productivity* (menambah produktivitas) yaitu sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa seseorang akan bertambah atau meningkatkan produktivitasnya dalam suatu kegiatan-kegiatan yang dimilikinya agar menjadi lebih baik. *Internet banking* yang dapat dilakukan dimana saja dan tidak perlu

mengunjungi cabang bank menjadikan waktu yang dimiliki pekerja lebih banyak sehingga dapat menambah produktivitas pekerja

4. *Effective* (efektivitas) yaitu bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan membantu seseorang agar aktivitas sehari-hari menjadi meningkat dalam melakukan sesuatu pekerjaan. Penggunaan *internet banking* memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas seperti membayar tagihan, melakukan transaksi jual beli dengan mudah dan cepat sehingga dapat menjalankan aktivitas yang lebih efektif.
5. *Makes job easier* (menjadikan pekerjaan lebih handal) yaitu mudah mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi dalam mengerjakan pekerjaan yang diinginkan oleh seseorang dan dapat memberikan keterampilan agar pekerjaannya lebih mudah. Kemudahan *internet banking* membuat pekerja dapat menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik.
6. *Useful* (bermanfaat) yaitu suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu terdapat manfaat atau faedah untuk dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. *Internet banking* sangat bermanfaat bagi pekerja karena dapat menghemat waktu sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan baik.

## **2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

### **2.1.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Pirdayanti & Wiagustini 2021), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi pengguna atas kemudahan yang diberikan dari suatu sistem teknologi keuangan seperti sistem pembayaran elektronik dengan tujuan untuk

meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menunjukkan bahwa suatu sistem dibuat untuk membuat pengguna sistem tersebut merasa mudah dalam menggunakannya. Artinya bahwa sistem keuangan tersebut dibuat untuk memberikan kemudahan pada penggunanya.

Sedangkan menurut (Andista & Susilawaty,2021) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan yang diberikan oleh seseorang yang menggunakan perubahan teknologi dalam kegiatan sehari-hari demi tujuan berkembang usahanya sehingga tidak membutuhkan banyak usaha dalam melakukan penggunaan teknologi keuangan tersebut.

Menurut (Natalie & Listen 2021) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu keyakinan dalam menggunakan sistem teknologi tidak akan merepotkan, tidak akan membutuhkan banyak usaha, atau tidak akan sulit dipahami. Karena orang percaya bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah digunakan, kemudahan penggunaan dapat mengurangi waktu dan tenaga yang dihabiskan untuk mempelajarinya.

Menurut (Rismalia & Sugiyanto 2022) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini jika sistem dalam penggunaan teknologi mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu hal yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa kepercayaan pada proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa sistem informasi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakan sistem

informasi tersebut, namun jika seseorang merasa sistem informasi begitu rumit maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan sistem teknologi atau sistem informasi tersebut.

### **2.1.2.2 Faktor-faktor Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dengan mudah dipahami dan digunakan. Sehingga, faktor-faktor yang mempengaruhi adalah, penggunaan dan pengalaman dalam penggunaan teknologi tersebut dan reputasi akan teknologi yang digunakan. Pengukuran (Riyanti, A., & Atmaja, 2021) mengungkapkan bahwa kemudahan bisa mencakup unsur-unsur yang melibatkan :

#### 1. Pada teknologi *internet banking* itu sendiri

Tingkat kepraktisan teknologi *internet banking* bergantung pada bagaimana teknologi tersebut dibangun dengan tampilan yang mudah dipahami dan sederhana. Semakin mudah diakses dan dimengerti fiturnya, semakin tinggi kemudahannya.

#### 2. Reputasi akan teknologi tersebut

Keandalan yang telah teruji dalam suatu teknologi membangun reputasi yang berdampak pada persepsi kemudahannya. Jika *internet banking* sudah banyak digunakan dengan baik, calon pengguna cenderung menganggapnya dengan mudah

#### 3. Tersedianya mekanisme pendukung yang handal

Kemudahan dalam menggunakan *internet banking* juga bergantung pada adanya mekanisme pendukung yang membantu pengguna mengatasi kendala.

Dukungan ini bisa berupa dokumentasi yang rinci, petunjuk penggunaan atau layanan dukungan yang responsif

### **2.1.2.3 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu hal yang menunjukkan bahwa seseorang memiliki kepercayaan dalam menggunakan sistem informasi. Dalam penelitian ini, indikator persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari (Andrea et al., 2021):

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*Clear and understandable*). Yaitu suatu sistem yang dibuat dengan memberikan kemudahan bagi individu dan mudah dimengerti, sehingga sistem tersebut dapat digunakan sebagai penunjang.
2. Tidak butuh banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*Does not require a lot of mental effort*). Yaitu sistem yang dibuat diberikan untuk memudahkan tanpa harus membuat usaha yang lebih dalam proses penggunaannya.
3. Sistem mudah digunakan (*Easy to use*). Yaitu sistem yang dibuat mampu memberikan kemudahan bagi penggunanya, dan tidak ribet bagi pengguna dalam penggunaannya.
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*Easy to get the system to do what he/she wants to do*). Sistem dibentuk dengan menyesuaikan kebutuhan pengguna, karena sistem yang dibuat adalah sistem *internet banking*, maka sistem tersebut harus digunakan untuk keuangan

### **2.1.3 Persepsi Risiko**

#### **2.1.3.1 Pengertian Persepsi Risiko**

Risiko adalah ketidakpastian bahwa sesuatu akan terjadi, yang biasanya menghasilkan kerugian yang tidak diharapkan. Menurut (Andrea et al, 2021) risiko adalah suatu peristiwa atau kejadian yang dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan. Hal ini dikarenakan tidak ada kontak langsung antara pembeli dan produk, namun pada perdagangan *online* dianggap memiliki risiko yang lebih besar daripada perdagangan fisik. Hal ini mengakibatkan bahwa pada transaksi perdagangan *online* pembeli tidak dapat memeriksa kinerja produk sebelum melakukan pembelian.

Menurut dalam (Prasetya & Putra 2020), Risiko merupakan sebuah kemungkinan yang tidak dapat dipastikan. Semakin tinggi risiko suatu produk, semakin kecil kemungkinan seseorang untuk tertarik menggunakannya. Sebaliknya, jika suatu produk memiliki risiko yang rendah, seseorang lebih cenderung terdorong untuk menggunakannya karena pada dasarnya orang cenderung menghindari risiko. Risiko tersebut dapat berupa konsekuensi negatif yang harus ditanggung pengguna produk, seperti kerugian finansial, kinerja produk yang tidak memenuhi harapan, atau waktu yang terbuang saat mengoperasikan produk. Indikator untuk mengukur risiko yaitu adanya risiko tertentu, mengalami kerugian dan pemikiran bahwa berisiko.

Menurut (Alfirio 2021) persepsi risiko adalah ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian

mereka. Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung

Sedangkan menurut (Ashoer et al., 2024), persepsi risiko adalah sebuah persepsi yang dimiliki oleh seseorang untuk mengetahui bahwa alasan yang digunakan untuk seseorang untuk tidak mau melakukan kegiatan berbelanja atau melakukan transaksi keuangan yang memiliki risiko untuk kehilangan uang, masalah pengiriman dan masalah keamanan (*Privacy*).

### **2.1.3.2 Risiko Penggunaan *Internet Banking***

Resiko yang bisa terjadi ketika menggunakan internet banking yang dapat dilakukan melalui beberapa media seperti melalui User ID, Password, 17 Token dan Akun Media Sosial dengan melalui beberapa modus berdasarkan OJK (2015) seperti:

1. *Phising* yaitu tindakan yang dilakukan dengan meminta pengguna komputer untuk memberikan informasi yang bersifat rahasia dengan mengirimkan pesan penting yang bersifat palsu kepada nasabah baik melalui email, website dan lain-lain. Pesan palsu yang dikirimkan biasanya selalu diikuti dengan ancaman jika tidak memberikan informasi tersebut, sehingga nasabah terjebak untuk memberikannya. Sehingga jika ada email atau pesan yang masuk yang mencurigakan dapat dilakukan crosscek dengan menghubungi callcenter. Jika benar resmi dari pihak bank baru diberikan, jika tidak laporkan kepada pihak bank sebagai bentuk antisipasi.
2. MAN/Malware in the Browser (MIB) adalah suatu tindakan pembobolan rekening internet banking nasabah dengan menggunakan perangkat lunak

berbahaya atau malware yang telah menginfeksi browser internet nasabah. Serangan ini sulit terdeteksi oleh nasabah, dan biasanya baru diketahui ketika saldo di akun berkurang atau ada email yang masuk yang menginformasikan tentang transaksi yang tidak dikenali.

3. *Typosite* yaitu suatu halaman web yang dibuat mirip dengan halaman web resmi suatu bank (website internet banking) sehingga nasabah internet banking memasukkan password, user id, dan informasi lainnya pada web palsu tersebut, yang dapat digunakan oleh pelaku untuk mengakses website yang sebenarnya, guna mengambil dana nasabah.
4. *Keylogging (keylogger)* Perangkat yang dipasang di antara keyboard dan CPU, yang berfungsi untuk merekam semua yang diketik oleh nasabah pada keyboard tanpa terdeteksi. Hal ini karena pada layar, password yang dimasukkan akan ditampilkan dalam bentuk yang tertutup.

#### **2.1.3.3 Indikator Persepsi Risiko**

Persepsi risiko seringkali disebut sebagai persepsi dari seseorang yang digunakan untuk mengetahui bahwa banyaknya alasan yang digunakan untuk seseorang dengan tujuan untuk melihat risiko yang dihasilkan. Oleh karena itu, indikator persepsi risiko dalam penelitian ini sebagai berikut (Ashoer et al., 2024):

1. Ada risiko tertentu. Yaitu sistem yang dibuat memiliki risiko sehingga, dalam pengaplikasiannya diperlukan penanganan risiko tersebut, seperti risiko keamanan saat penggunaannya.

2. Mengalami kerugian atau risiko financial. Yaitu sistem dibuat untukantisipasi untuk menangani kerugian yang terjadi, misalnya pada saat menggunakan sistem tersebut ditemukan kerugian material yang terjadi, maka dapat diantisipasi.

3. Pemikiran bahwa beresiko.

Risiko yang muncul karena menggunakan teknologi keuangan jelas dialami oleh pengguna teknologi keuangan yang mengalami kerugian. Hal ini terjadi karena ketika pengguna mengalami kerugian saat menggunakan aplikasi teknologi keuangan. Sehingga, mendasari bahwa risiko akan menggunakan suatu risiko yang belum terjadi saat melakukan transaksi *online*.

#### **2.1.4 Minat Menggunakan**

##### **2.1.4.1 Pengertian Minat Menggunakan *Internet Banking***

Menurut (Ashoer et al 2024) mengatakan bahwa minat menggunakan teknologi keuangan seringkali diartikan (Ashoer et al., 2024) sebagai niat untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi atau penggunaan sistem informasi keuangan.

Menurut (Prasetya & Putra 2020) minat menggunakan merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat untuk melakukannya.

Menurut (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) minat menggunakan adalah suatu keadaan dimana seseorang memperhatikan suatu kebutuhan dalam tindakan yang akan dilakukan dengan mengesampingkan proses selanjutnya yang akan dilakukan.

Menurut (Basalamah et al., 2022) minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.

Sedangkan menurut (Andista & Susilawaty, 2021) mengatakan bahwa minat menggunakan teknologi keuangan adalah penggunaan teknologi yang bertujuan untuk mengukur minat pengguna dan menghubungkan sikap dengan pengakuan kontribusi layanan keuangan.

Dari uraian diatas, maka minat menggunakan teknologi keuangan dapat disimpulkan sebagai minat menggunakan adalah salah satu alasan yang digunakan oleh seseorang dalam menggunakan sistem informasi teknologi dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan tersebut.

#### **2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking***

Menurut (Adi Riski Juanda 2020) biasanya pikiran dan perasaan seseorang selalu berpengaruh terhadap minat, minat mempunyai dua penentu dasar yaitu:

1. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi individu

Faktor penentu ini merupakan sikap seseorang terhadap melakukan evaluasi kepercayaan ataupun perasaan seseorang baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif ketika ingin melakukan sesuatu hal yang disadari dan ingin untuk dilakukan.

2. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Faktor penentu ini merupakan reaksi terhadap pandangan yang diberikan oleh orang lain maupun sekelompok orang terhadap tekanan sosial sehingga

mempengaruhi minat individu untuk melakukan hal tersebut atau memilih untuk tidak melakukan suatu perbuatan yang sedang dipertimbangkan tersebut.

#### **2.1.4.3 Indikator Minat Menggunakan *Internet Banking***

Menurut (Juanda 2020). beberapa indikator tersedia menilai ketertarikan dalam penggunaan, yaitu :

1. Niat untuk bertransaksi. merujuk di situasi Ketika seorang pelanggan berniat melakukan transaksi guna memanfaatkan barang atau jasa diinginkannya.
2. Niat untuk merekomendasikan. menggambarkan situasi saat pelanggan mau menyarankan barang atau jasa kepada orang lain karena berkualitas atau layak dipakai.
3. Niat untuk terus menggunakan. mencerminkan ketika seorang pelanggan tetap menggunakan barang atau jasa secara berulang akibat pengalaman yang sejalan dengan apa yang diharapkannya.

Juanda mengidentifikasi beberapa tolak ukur yang bisa dimanfaatkan untuk mengidentifikasi ketertarikan dalam melakukan pembelian, yaitu :

##### **1. Minat eksploratif**

Minat eksploratif merupakan minat individu dapat menggali ataupun memperoleh keterangan lebih lanjut mengenai suatu barang atau layanan. Individu dengan minat eksploratif, cenderung ingin memahami lebih dalam mengenai fitur, manfaat dan pilihan yang ada sebelum memutuskan untuk menggunakan produk atau layanan.

## 2. Minat preferensial

Minat preferensial mengacu berdasarkan kecenderungan seseorang terhadap merek atau barang tertentu. Individu dengan minat ini lebih cenderung memilih dan membeli merek atau produk yang sudah mereka sukai atau gunakan sebelumnya.

## 3. Minat transaksional

Minat transaksional minat langsung dari individu untuk bertransaksi. Individu dengan minat transaksional cenderung siap menggunakan atau layanan segera tanpa memerlukan banyak penjelasan atau tahapan tambahan

## 4. Minat referensial

Minat referensial mengacu pada ketertarikan individu yang cenderung terpengaruh oleh pendapat, testimoni atau ulasan positif dari orang lain. Individu dengan minat referensial cenderung memilih menggunakan suatu barang atau layanan setelah mengetahui pengalaman positif yang dialami oleh orang lain.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu yang memiliki variabel yang sama dengan penelitian ini, terdiri dari:

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Andrea., Hani, L S., Rano, K., Arta, M S (2021) (Sinta 2)	<i>The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk and</i>	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kesiapan teknologi

		<i>technology readiness on intention to use E-Banking in Jakarta</i>		memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan layanan e-banking.
2.	Riauli, S H., Devi, R A (2021)  (Google Scholar)	<i>The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and risk on user interest in using financial technology peer to peer landing</i>	Regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan risiko mempengaruhi secara signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan teknologi finansial peer to peer landing
3.	Okky, N., Rini, T (2021)  (Scopus)	<i>The effect of perception of trust, perception of ease of use, perception of benefits, perception of risk and perception of service quality on interest in using mobile banking bank independent in Bekasi City</i>	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking Bank Mandiri di kota bekasi.
4.	Indah, D., Dewi, S (2024)  (Sinta 3)	<i>The economic effect financial technology (Fintech) adoption on small and medium sized enterprises: Insights from Palembang Indonesia</i>	<i>Structural equation modeling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fintech secara efektif, sederhana, dan tanpa risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap informasi akuntansi manajemen.
5.	Raihanah, B., Nurdin., Ahmad	Pengaruh persepsi kemudahan dan	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	H., Noval & Abdul J (2022)  (Sinta 2)	risiko terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech) Gopay</i> pada Generasi Milenial di Kota Palu		secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech gopay, sementara risiko tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa
6.	Ni, M S P., Ni L P W (2021)  (Scopus)	<i>The influence of perceived risk, perceived of usefulness and perceived ease of use on the use of Financial Technology</i>	<i>Structural equation modeling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech, persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech.
7.	Fatma Nasir (2021)  (Google Scholar)	Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi	Regresi Linear Berganda	Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi

		menggunakan aplikasi ovo studi pada mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata TamanSiswa		bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Efektifitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.
--	--	---	--	--

**Sumber:** Data diolah Peneliti, (2024)

## 2.3 Kerangka Pemikiran

### 2.3.1 Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*

Persepsi kegunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa atas penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaan yang dilakukan berkaitan dengan efisiensi waktu dalam menggunakan teknologi keuangan. Persepsi kegunaan dapat dibentuk oleh beberapa hal yang menjadi pertimbangan dimana suatu sistem informasi akan memiliki manfaat bagi penggunanya (Putro & Takahashi, 2024).

Dalam penggunaan teknologi bertujuan untuk mengukur minat menggunakan *internet banking* serta mampu menghubungkan sikap pengguna *internet banking* dengan pengakuan kontribusi layanan keuangan yang diberikan. Hubungan antara kegunaan dan minat menggunakan *internet banking* dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menggunakan layanan *E Banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andrea et al, 2021).

### **2.3.2 Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking***

Menurut (Pirdayanti & Wiagustini 2021), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi pengguna atas kemudahan yang diberikan dari suatu sistem teknologi keuangan seperti sistem pembayaran elektronik dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Hal ini memprediksi suatu keinginan pengguna atau individu dalam menggunakan teknologi yang terdiri dari komputer dan sistem komputer. Sehingga, persepsi kemudahan penggunaan menentukan tujuan atau keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi atau sistem tersebut. Kemudahan penggunaan yang dirasakan akan berdampak secara tidak langsung pada niat pengguna dengan menggunakan sikap terhadap teknologi inovatif.

Selain itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan akan berdampak positif pada minat menggunakan teknologi keuangan atau *internet banking* untuk mencapai tujuan untuk menggunakan teknologi secara tidak langsung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andrea et al, 2021).

### **2.3.3 Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking***

Menurut (Ashoer et al., 2024), persepsi risiko adalah sebuah persepsi yang dimiliki oleh seseorang untuk mengetahui bahwa alasan yang digunakan untuk seseorang untuk tidak mau melakukan kegiatan berbelanja atau melakukan transaksi keuangan yang memiliki risiko untuk kehilangan uang, masalah pengiriman dan masalah keamanan (*Privacy*).

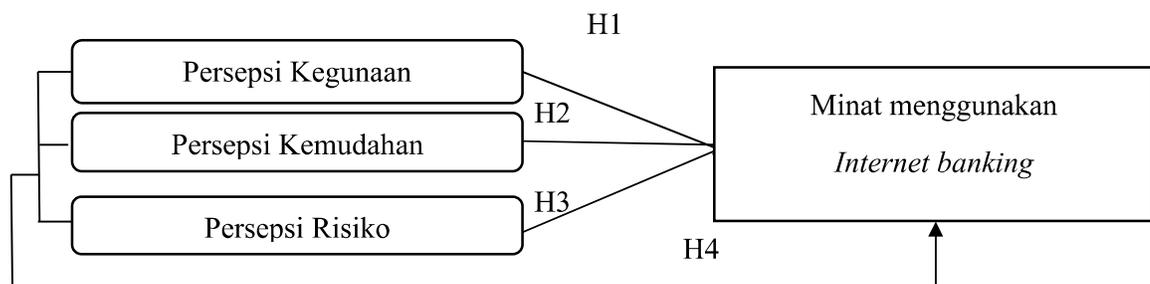
Hal ini dikarenakan *internet banking* memulai hubungan antara pelanggan dan layanan perbankan, menggunakannya biasanya lebih sulit daripada melakukan pembelian online dan membawa risiko yang signifikan. Dalam kasus ini, kekhawatiran pengguna tentang privasi serta ancaman keamanan dan fungsional akan menjadi faktor utama yang menentukan niat untuk menggunakan *internet banking*. Ditemukan bahwa ancaman yang dirasakan oleh pengguna memiliki efek yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andrea et al, 2021).

### **2.3.4 Persepsi kegunaan, kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking***

Menurut (Ashoer et al., 2024) mengatakan bahwa minat menggunakan teknologi keuangan seringkali diartikan sebagai niat memanfaatkan sistem informasi, yang kemudian membentuk kecenderungan untuk terus menggunakan sistem tersebut atau pengguna sistem informasi keuangan. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat untuk melakukannya.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan adalah persepsi persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko, dimana semakin baik persepsi kemudahan dan kegunaan dan semakin rendah persepsi risiko, maka akan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmah et., al, 2022).

Untuk mempermudah kerangka pemikiran dalam penelitian diatas, maka peneliti menggambarkan dalam model pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2. 1** Model Pemikiran

**Sumber:** (Andrea et al, 2021)

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah jawaban sementara atau jawaban yang masih harus dilakukan analisis lanjutan yang dibuat oleh peneliti sebagai jawaban atas permasalahan penelitian yang dilakukan menghubungkan 2 (dua) atau lebih variabel penelitian (Andrea et al, 2021) Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam

H3 : Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam.

H4 : Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking di Kota Batam