

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Landasan Teori

2.1.3 Pengertian *Mobile Banking / M-Banking*

Menurut Abbas dkk., (2018) *mobile banking* adalah salah satu kemajuan teknologi untuk mengakses informasi akun mereka dan melakukan transaksi keuangan melalui internet melalui *smartphone* atau perangkat elektronik lainnya. Meskipun layanan *mobile banking* diakses di *smartphone*, anjungan tunai mandiri, dan internet banking memberikan pelayanan yang efisien (Safeena dkk., 2012)

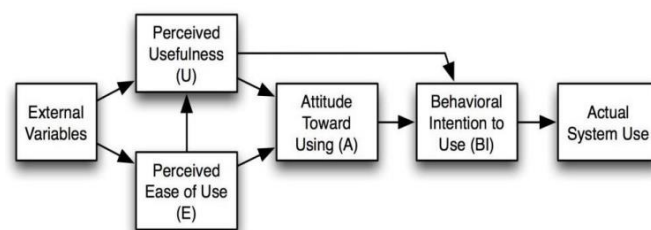
Mobile Banking adalah saluran penyampaian nirkabel yang memberikan peningkatan nilai bagi perbankan untuk nasabah bertransaksi Pousttchi & Schurig, (2004). Menurut Shaikh & Heikki Karjaluoto, (2015). *Mobile Banking* adalah salah satu teknologi digital yang memadukan teknologi komunikasi selular dan jasa keuangan. Nasabah dapat melakukan beberapa keuangan melalui telepon selular yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan.

Menurut beberapa ahli dapat dilihat di luar penguraian *mobile banking* dan kesimpulan yang didapat bahwa *mobile banking* ialah salah satu kemajuan teknologi yang memudahkan nasabah untuk mengakses informasi akun mereka dan melakukan

transaksi keuangan melalui internet menggunakan *smartphone*. Dengan demikian *mobile banking* memberikan fleksibilitas dan efisiensi dalam mengelola keuangan bagi para nasabah.

2.1.4 Pengertian *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model pengembangan dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dikenalkan oleh Davis, (1989). *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* merupakan dua konstruk utama dalam *technology acceptance model (TAM)*. Penerapan metode ini dapat disahkan karena keputusan individu untuk mengadopsi suatu sistem informasi teknologi dapat diterangkan dan diprediksi melalui minat perilaku mereka. (Jogiyanto, 2007).



Gambar 2. Sumber Davis (1989) *Technology Acceptance Model*

Gambar 2 menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang digagas oleh Davis, (1989) external variabel diharapkan memberikan pengaruh kepada *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Selanjutnya, variabel *Perceived Ease of Use* diantisipasi memberikan pengaruh kepada *perceived usefulness*. Dua variabel tersebut, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, secara

bersama-sama diharapkan memberikan pengaruh kepada variabel *Attitude Toward Using*. Kemudian, variabel *Perceived Usefulness* diantisipasi memberikan pengaruh kepada variabel *Behavioral Intention to use*. Selain itu, variabel *Behavioral Intention to use* diharapkan dipengaruhi oleh variabel *Attitude Toward Using* dan memberikan pengaruh kepada actual system usage.

2.1.5 Pengertian *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness adalah dimana seorang individu meyakini bahwa menggunakan sistem teknologi dapat meningkatkan kinerjanya Davis, (1989). Menurut Nugraha dkk., (2021) *Perceived Usefulness* merupakan suatu metrik di mana pengguna sistem informasi diyakini akan memberikan manfaat bagi individu yang menggunakannya.

Perceived Usefulness diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kualitas pekerjaannya. Semakin bermanfaat sistem teknologi tersebut, semakin sering pengguna akan menggunakannya (TAHAR dkk., 2020).

Pengertian *Perceived Usefulness* menurut beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* sebagai tolak ukur dimana pengguna sistem teknologi merasakan kegunaan yang didapatkan.

2.1.5.1 Indikator *Perceived Usefulness*

Ada beberapa indikator *Perceived Usefulness* Kumala dkk., (2020) antara lain :

1. *Work More Quickly* yaitu kemampuan seseorang untuk menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan bantuan teknologi dan merasa bahwa teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika teknologi tidak memberikan kontribusi yang signifikan kepada pekerjaan, maka kepercayaan individu akan terjadi penurunan.
2. *Useful* Memiliki artian seseorang yang memakai sebuah teknologi serta mempunyai rasa jika teknologi tersebut memberikan manfaat bagi pekerjaan merupakan indikator dari peningkatan kepercayaan individu kepada adanya teknologi itu. Namun sebaliknya jika individu memiliki rasa jika teknologi yang dipakai tidak memberikan manfaat, kepercayaan untuk memakai teknologi akan terjadi sebuah penurunan.
3. *Effectiveness* merupakan seorang individu yang memanfaatkan suatu teknologi dan berhasil menyelesaikan tugasnya dengan efisien akan menganggap teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika seseorang menganggap teknologi yang digunakan tidak efisien, maka kepercayaannya kepada teknologi tersebut akan menurun.
4. *Performance* merupakan seseorang yang merasa performa pekerjaannya meningkat apabila menggunakan suatu teknologi, sebaliknya, apabila seseorang merasa performa pekerjaannya tidak meningkat, maka seseorang menganggap teknologi yang digunakan tidak berguna.

Semakin tinggi *Perceived Usefulness* yang dirasakan oleh seseorang, maka minatnya untuk menggunakan mobile banking semakin besar. Persepsi usefulness ini muncul karena penggunaan mobile banking bank Jatim

dianggap efektif, bermanfaat, dan mudah sehingga meningkatkan niat seseorang untuk terus menggunakan layanan mobile banking tersebut.

2.1.6 Pengertian *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah Tyas & Darma, (2017). *Perceived Ease of Use* ini juga bisa dipahami sebagai keyakinan tentang proses pengambilan keputusan dalam memanfaatkan suatu teknologi, di mana penilaian tersebut melibatkan seberapa efektif teknologi tersebut dapat digunakan. memberikan kemudahan dalam menyelesaikan pekerjaan. (I Gnj & Gakg, 2023.)

Menurut Fatmawati dkk., (2017) mengatakan bahwa *Perceived Ease of Use* dapat dianggap sebagai ukuran sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi adalah suatu proses yang mudah, sehingga individu tidak mengalami kesulitan dalam mempelajari dan mengoperasikan teknologi tersebut.

Peran *Perceived Ease of Use* adalah untuk mengevaluasi sejauh mana suatu teknologi yang diterapkan oleh seseorang dianggap mudah digunakan dan dipelajari. Selain itu, hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan individu apakah mereka akan menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tersebut.

2.1.6.1 Indikator *Perceived Ease of Use*

Adapun beberapa indikator *Perceived Ease of Use* menurut Qomariah, (2022) antara lain :

1. Mudah digunakan, sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan dengan kemudahan.
2. Kemudahan dalam pembayaran, sejauh mana suatu teknologu dapat dianggap mudah dalam pembayaran bagi pengguna
3. Kemudahan pengguna, sejauh mana suatu teknologi dapat diakses, dipahami dan digunakan oleh pengguna dengan tingkat kenyamanan dan keefektifan yang tinggi.
4. Integritas, merujuk pada integritas data atau integritas dalam proses dan operasi *mobile banking*.

2.1.7 Pengertian *Attitude Towards Using*

Menurut Driediger & Bhatiasevi, (2019) *Attitude Towards Using* adalah hubungan dengan seseorang kepada minat mereka dalam menggunakan suatu teknologi. Penelitian sebelumnya juga mengatakan bahwa *attitude* merupakan hal yang paling mendasar dalam hal apapun mengenai penerimaan teknologi Hussein, (2017). Dalam teori, *attitude* atau sikap dapat diartikan sebagai bentuk respons yang tercermin dari persepsi seseorang kepada penggunaan teknologi, baik dalam situasi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan (Fatmawati dkk., 2017)

Menurut Hill dkk., (1977) Sikap merupakan kecenderungan respons awal yang diberikan oleh individu kepada situasi yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terkait dengan suatu objek tertentu. Sikap ini muncul karena individu membentuk penilaian yang didasarkan pada nilai dan kepercayaan kepada objek tersebut..

Dapat disimpulkan dari penjelasan beberapa ahli diatas bahwa *attitude towards using* adalah salah satu tolak ukur dalam metode TAM kepada sikap Penggunaan suatu teknologi digunakan untuk menilai apakah suatu teknologi tersebut diterima atau ditolak oleh individu.

2.1.7.1 Indikator *Attitude Towards Using*

Menurut Larasati & Wulandadari, (2019) indikator dalam *Attitude Towards Using* adalah :

1. Kenyamanan berinteraksi, untuk mengetahui sejauh mana individu merasa nyaman dan puas saat berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi teknologi.
2. Senang menggunakan, mencakup pengalaman positif dan penuh kegembiraan selama berinteraksi dengan perangkat lunak, perangkat keras, atau aplikasi. Ini adalah aspek penting dalam merancang produk teknologi yang sukses.
3. Menikmati penggunaan, untuk mengetahui pengguna tidak hanya menggunakan produk atau layanan tersebut sebagai alat atau sarana, tetapi juga merasakan kepuasan dan kegembiraan dalam prosesnya

2.1.8 Pengertian *Behavioral Intention*

Menurut Davis dkk., (1989) *Behavioral Intention* digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang bermaksud untuk melaksanakan perilaku atau tindakan tertentu. Seseorang akan mengambil tindakan jika memiliki keinginan atau niat untuk melakukannya.

Menurut Rahayu dkk., (2017) *Behavioral Intention* adalah niat perilaku untuk memiliki perilaku atau kecenderungan dalam menggunakan atau memilih suatu sistem teknologi informasi. Ini dapat diamati melalui motivasinya untuk terus menggunakannya atau beralih ke teknologi lain dan menambahkan alat-alat pendukung. (Faisal & Kraugusteeliana, 2019) menyatakan *Behavioral Intention* mengacu pada kecenderungan niat seorang individu untuk terus menggunakan suatu teknologi atau sebaliknya.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *Behavioral Intention to use* adalah kecenderungan atau niat individu untuk memakai atau mengadopsi suatu sistem teknologi informasi berdasarkan motivasi dan keinginan mereka.

2.1.8.1 Indikator *Behavioral Intention*

Menurut Chawla & Joshi (2019) indikator dalam *Behavioral Intention* adalah sebagai berikut :

1. Keinginan Untuk Menggunakan, Mengacu pada berbagai faktor atau aspek yang menjadi motivasi bagi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.
2. Menggunakan Secara Rutin, tendensi individu untuk secara rutin atau konsisten menggunakan suatu teknologi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Minat Merekomendasikan, sejauh mana seseorang tertarik atau bersedia untuk memberikan rekomendasi terkait suatu teknologi kepada orang lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ivan Rifqi Ramadya	Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention	X1 : Perceived Ease of Use X2 : Perceived Usefulness Y1 : Behavioral Intention M : Attitude Toward using	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (2) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (3) Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (4) Attitude Toward Using berpengaruh

				positif terhadap Behavioral Intention
				(5) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention
				(6) Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention
2.	Wiprayoga P. Agung W.K I G.N.J., Gede S. Suasana G.A.K.G	The Role of Attitude Toward Using Mediates The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Behavioral Intentiono Use	X1 : Perceived Ease of Use X2 : Perceived Usefulness Y1 : Behavioral Intention Z : Attitude Toward Using	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (2) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention

(3) Perceived

Usefulness

berpengaruh positif

terhadap Attitude

Toward Using

(4) Perceived Ease of

Use berpengaruh

positif terhadap

Attitude Toward

Using

(5) Attitude Toward

Using berpengaruh

positif terhadap

Behavioral Intention

to Use

3.	Elok Irianing Tyas Emile Satia Darma	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi : Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya	X1 : Perceived Usefulness X2 : Perceived Ease of Use X3 : Perceived Enjoyment X4 : Actual use Y : Acceptance of IT Z : Attitude Toward Using	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (2) Perceived Usefulness tidak berpengaruh terhadap attitude toward using (3) Perceived Ease of Use tidak berpengaruh terhadap Attitude Tpward Using (4) Perceived Enjoyment tidak berpengaruh terhadap Attitude Tpward Using (5) Perceived Ease of Use tidak
----	---	---	--	--

berpengaruh
 terhadap Actual use
 (6) Perceived
 Usefulness tidak
 berpengaruh
 terhadap Actual Use
 (7) Perceived
 Usefulness tidak
 berpengaruh
 terhadap Acceptance
 of IT
 (8) Attitude Toward
 Using tidak
 berpengaruh
 terhadap Acceptance
 of IT

4.	Made Wahyu Adhiputra	Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan	X1 : Perceived Ease of Use X2 : Perceived Usefulness Y: Actual Usage	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Attitude Toward Using
----	-------------------------	---	--	--

		Internet Banking	Z : Attitude Toward Using	(2) Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Attitude Toward Using
				(3) Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Actual Usage
				(4) Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Actual Usage
				(5) Attitude Toward Using berpengaruh terhadap Actual Usage
5.	Gabriella Juliani	The	X1 : Perceived	Hasil penelitian ini
	Nike Taruna	Accepetence of	Usefulness	menunjukkan bahwa
	Martha Anastasia	XYZ Bank's	X2 : Perceived	(1) Perceived
	Sibarani	Mobile Banking	Ease of Use	Usefulness
	Yenny	Application	X2 : Trust	
		Using		

Technology	Z1 : Attitude	berpengaruh positif
Acceptence	Toward Using	terhadap Trust
Model (TAM)	Z2 : Behavioral	(2) Trust
	Intention to Use	berpengaruh positif
	Y : Actual use	terhadap Attitude
		Toward Using
		(3) Trust
		berpengaruh positif
		terhadap Behavioral
		Intention
		(4) Perceived Ease of
		Use berpengaruh
		positif terhadap
		Perceived Usefulness
		(5) Perceived
		Usefulness
		berpengaruh positif
		terhadap Attitude
		Toward Using
		(6) Perceived Ease of
		Use berpengaruh
		positif terhadap

				Attitude Toward Using (7) Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (8) Trust berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (9) Behavioral Intention berpengaruh positif terhadap Actual Use
6.	Dini Fatmawati Santirianingrum Soebandhi Agus Baktiono	Pengaruh Relevance, Percieve Usefulness, Percieve Ease of Use pada Sikap Terhadap Penggunaan Layanan Sistem	X1 : Relevance X2 : Percieve Usefulness X3 : Percieve Ease of Use Y : Attitude	(1) Relevance berpengaruh signifikan terhadap Attitude (2) Percieve Usefulness berpengaruh

		Informasi E-Dishub Surabaya		signifikan terhadap Attitude (3) Perceive Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap Attitude
7.	Cunying Fan	English learning motivation with TAM: Undergraduates' behavioral intention to use Chinese indigenous social media platforms for English learning	X1 : Perceived Usefulness X2 : Perceived Ease of Use X3 : Perceived Enjoyment Y : Behavioral Intention	(1) Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (2) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (3) Perceived Enjoyment berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention
8.	Korhan Gokmenogolu	An empirical investigation of the extended	X1 : Perceived Ease of Use	(1) Perceived Ease of Use berpengaruh

	Mohamad Kaakeh	Technology Acceptance Model to explain mobile banking adoption	X2 : Perceived Reliability X3 : Perceived Usefulness Y : Intention to Use	positif terhadap Intention to Use (2) Perceived Reliability berpengaruh positif terhadap Intention to Use (3) Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Intention to Use
9.	Vishanth Weerakkody, Kawaljeetn Kapoor, Maria Elisavet, Zahir Irani & Yogesh K. Dwivedi	Factors influencing user acceptance of public sector big open data	X1 : Perceived Usefulness X2 : Perceived Ease of Use X3 : Social Influence Y : Behavioral Intention	(1) Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness (2) Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention

				(3) Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan Behavioral Intention
				(4) Social Influence berpengaruh positif dan signifikan Behavioral Intention
10.	Chet Claar, Laura Portolese Dias, Robert Shields	Student Acceptence of Learning Management Systems: A Study On Demographics.	X1 : Perceived Usefulness X2 : Perceived Ease of Use Z : Attitude Toward Using Y : Behavioral Intention	(1) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (2) Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (3) Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (4) Perceived Usefulness

berpengaruh positif
 terhadap Behavioral
 Intention
 (5) Attitude Toward
 Using berpengaruh
 positif terhadap
 Behavioral Intention

2.2.1 Hipotesis dan Model Analisis

2.3.1 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan yang dapat diuji dan dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dan tinjauan pustaka, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan pada Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

H2 : Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan pada Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

H3 : Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh pada Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

H4 : Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan pada Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

H5 : Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan pada Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

H6 : Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh signifikan pada Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

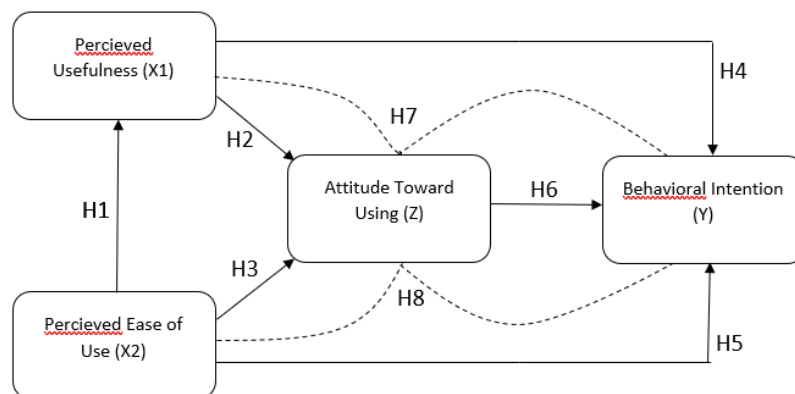
H7 : Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan pada Minat Perilaku (*Behavioral Intention*) melalui Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

H8 : Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan pada Minat Perilaku (*Behavioral Intention*) melalui Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

2.3.2 Model Hipotesis

Beralaskan dengan jurusan serta dasar hukum yang sudah dijabarkan diatas hingga dibuatlah suatu model berupa analisis yang bisa dilihat :

Gambar 2.1 Model Analisis



Keterangan :

----- = Secara tidak langsung (melalui variabel intervening)

———— = Secara langsung