

BAB II

Landasan Teori

A. *Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model* yang dirancang khusus untuk permodelan penerimaan atas sistem informasi dan teknologi merupakan adaptasi dari Theory Reasoned Action (TRA) oleh Ick Ajzen dan Martin Fishben yang merupakan teori tindakan yang berlandaskan pada satu premis bahwa reaksi dan persepsi dari seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.¹⁸ TAM adalah suatu teori sistem informasi yang memodelkan bagaimana pengguna mulai menerima dan menggunakan suatu teknologi.¹⁹ TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986 yang kemudian mulai dikembangkan pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi.

¹⁸ Abi Fadlan dan Rizki Yudha Dewantoro, *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking Universitas Brawijaya)*, Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. 62 No. 1 September 2018, hal. 85

¹⁹ Feronica Mayasari, dkk, *Anteseden dan Konsekuensi Sikap Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey pada pengguna klik BCA)*, Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan, 2011, hal. 2

TAM merupakan teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi. Sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan atau perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.²⁰

Menurut Jogiyanto²¹ terdapat lima konstruk TAM, sebagai berikut:

- 1) Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)
- 2) Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- 3) Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
- 4) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- 5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

TAM mendefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi akan manfaat teknologi.²² Persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap

²⁰ Abi Fadlan dan Rizki Yudha Dewantoro, *Pengaruh Persepsi...*, hal. 85

²¹ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 113

²² *Ibid*, hal 113

kemudahan (*perceived ease of use*).²³ Dengan demikian, model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam kemanfaatan penggunaan sistem informasi. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).²⁴

Pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna memiliki pengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi. Menurut Jogiyanto²⁵ teori TAM memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- 1) TAM merupakan model perilaku (behavior) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (intention) untuk menggunakannya.
- 2) TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat

²³ Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, dkk, *Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram*, (Bali: Diklat Tidak Diterbitkan), hal. 6

²⁴ Fran Sayekti & Pulasna Putarta, Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 9, No. 3, 2016, hal. 199

²⁵ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 134

- 3) TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
- 4) TAM merupakan model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model yang sederhana namun valid²⁶

Ada satu teori lain yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis minat bertransaksi yaitu *Theory Planned Behavior* (TPB). Teori ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 merupakan pengembangan atas *Theory of Reasoned Action* (TRA).²⁷ TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa kepercayaan dan risiko persepsian mempengaruhi minat untuk menggunakan teknologi.²⁸ TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi. Salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya untuk menganalisis suatu situasi dimana individu-individu tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya.²⁹ Didukung dengan TAM yang mengambil kedua variabelnya yaitu kemudahan penggunaan dan kegunaan, maka dalam penelitian ini variabel minat dianalisis dengan menggunakan TPB (*Theory of Planned Behavior*) dan TAM (*Technology Acceptable Model*).

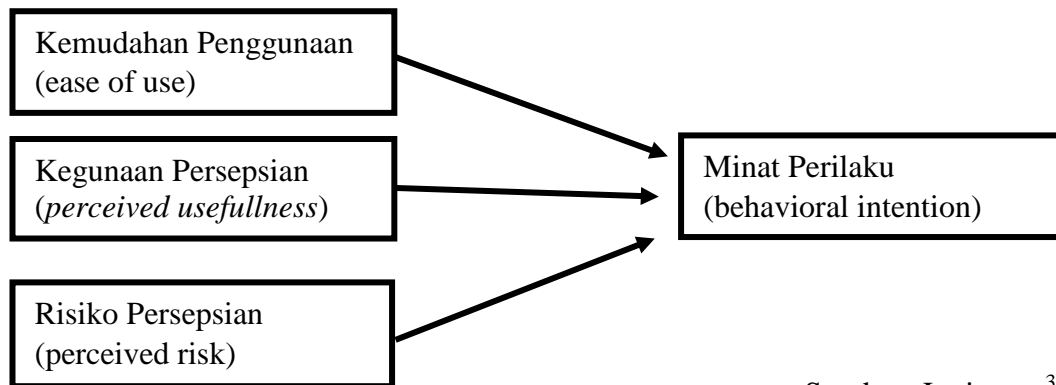
²⁶ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 134

²⁷ Ick Ajzen, "*The Theory...*", hal. 179

²⁸ *Ibid*, hal. 179

²⁹ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 86

Gambar 2.1
TAM dan TPB



Sumber: Jogiyanto³⁰

B. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan suatu maksud dari informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengingat kembali yang selektif. Persepsi dalam diri kita dibentuk oleh tiga pasang pengaruh:

- a. Karakteristik dan stimulus
- b. Hubungan stimulus engan sekitarnya
- c. Kondisi-kondisi di dalam diri kita³¹

Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan penelitian tentang perilaku mahasiswa yang dilihat dari faktor psikologis mahasiswa yaitu persepsi mahasiswa atas kualitas jasa *financial technology* yang disediakan

³⁰ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 86

³¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal.159

perbankan. Dengan memilih, mengatur, dan menginterpretasikan hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan *financial technology* perbankan, mahasiswa akan merasakan kualitas dari sistem tersebut yang mana jika mahasiswa merasa puas terhadap layanan *digital banking* yang disediakan perbankan maka nasabah akan berminat untuk menggunakannya. Begitu pula sebaliknya, jika mahasiswa kurang atau tidak merasa puas maka mahasiswa tidak akan menggunakan layanan *financial technology* perbankan.³² Dari sini dapat dilihat perilaku penggunaan *financial technology* perbankan dapat digunakan untuk meneliti tingkat penerimaan suatu sistem layanan *financial technology* perbankan pada diri mahasiswa dalam pembayaran UKT. Penerimaan atau penggunaan sistem *financial technology* perbankan ini diukur dari:

1. Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto³³ kemudahan penggunaan diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu maka akan bebas dari usaha. Jadi persepsi kemudahan penggunaan dianggap sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem tidak diperlukan usaha yang keras. Davis dalam Fadlan dan Dewantoro (2018)³⁴ juga memberikan definisi terkait persepsi kemudahan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya

³² Yulia Prastika, Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bnak Mega Syariah Periode 2016-2018), (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 34

³³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi*....., hal. 115

³⁴ Abi Fadlan dan Rizki Yudha Dewantoro, *Pengaruh Persepsi*...., hal. 85

bahwa suatu teknologi informasi dengan mudah dapat dipelajari dan digunakan. Meskipun persepsi seseorang berbeda-beda tetapi untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan.³⁵ Ketika suatu sistem teknologi informasi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem teknologi informasi itu. Berbeda ketika suatu sistem teknologi informasi itu susah untuk digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem teknologi informasi tersebut. Dengan demikian menunjukkan bahwa suatu inovasi teknologi diciptakan untuk mempermudah penggunaannya bukan malah untuk mempersulit penggunaannya.

Davis dan Vekantesh³⁶ membagi persepsi kemudahan dalam beberapa dimensi sebagai berikut:

- 1) Interaksi individu dengan teknologi adalah jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- 2) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk melakukan interaksi dengan sistem atau teknologi tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
- 3) Sistem atau teknologi mudah digunakan (*ease of use*)

³⁵ Anisa, *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking di Bank Muamalat Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 24

³⁶ Fred D. Davis & Vekantesh, V. *A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, Management Science, hal. 201

- 4) Mudah dalam pengoperasian teknologi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user wants to do*)

Selain itu Davis dalam Jogiyanto³⁷ juga menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan dapat dibentuk oleh konstruk yang terdiri dari enam hal, yaitu:

- 1) Mudah dipelajari (*Easy of Learn*)
- 2) Mudah dikontrol (*Controllable*)
- 3) Jelas dan Mudah dimengerti (*Clear and Understandable*)
- 4) Fleksibel (*Flexible*)
- 5) Mudah untuk menggunakannya dengan ahli (*Easy to Become Skillful*)
- 6) Mudah digunakan (*Easy to Use*).

2. Efektifitas (Persepsi Kegunaan)

Efektifitas berarti efek, akibat, pengaruh yang dapat membawa hasil dari penggunaan suatu teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.³⁸ Efektifitas sangat berkaitan dengan persepsi kegunaan. Menurut Davis persepsi kegunaan adalah suatu ukuran kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka.³⁹ Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem teknologi informasi dapat berguna maka dia akan

³⁷ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 117

³⁸ Andi Setiawan, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat dan Penggunaan Financial Technology (Fintech) dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi*, *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, Vol 15 Nomer 2, 2020, hal. 37

³⁹ Fred D Davis, *Perceived Usefulness...*, hal. 114

menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem teknologi informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan *productivity* (produktivitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektifitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).⁴⁰ Oleh karena itu, persepsi kegunaan menjadi keyakinan seseorang dengan menggunakan teknologi dapat memberikan manfaat.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai ukuran untuk mengukur niat berperilaku dalam menggunakan suatu sistem informasi. Ada banyak indikator persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang telah ditemukan menurut para ahli. Namun penelitian ini tidak menggunakan indikator-indikator pengukuran menurut banyak ahli. Ada empat indikator dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yaitu:⁴¹

1) Persepsi Efisiensi

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Penggunaan layanan teknologi informasi

⁴⁰ Fred D Davis, *Perceived Usefulness...*, hal. 114

⁴¹ Ghina Qothrunada Eltin, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*, (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 21

dipercaya akan membantu segala kegiatan menjadi lebih efisien sehingga akan memudahkan individu dalam menggunakannya. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya⁴²

2) Persepsi Efektivitas

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu individu dalam menggunakan layanan teknologi karena tidak dibatasi oleh waktu dan tempat sehingga memudahkan individu menggunakan layanan teknologi dimana saja dan kapan saja sehingga individu merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya.⁴³

3) Persepsi Kegunaan Dalam Meningkatkan Kinerja

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari individu. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu individu melakukan kegiatannya sehingga akan meningkatkan kinerja dari individu. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem teknologi

⁴² Ghina Qothrunada Eltin, *Pengaruh Kepercayaan...*, hal. 21

⁴³ *Ibid*, hal. 22

informasi berguna untuk meningkatkan kinerja maka dia akan menggunakannya.⁴⁴

4) Persepsi Kegunaan Dalam Menjawab Kebutuhan Informasi

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu individu dalam mendapatkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah, sehingga penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi individu yang menggunakannya.⁴⁵

Alasan digunakannya empat dimensi sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini adalah karena persepsi efisiensi, persepsi efektifitas, persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja, dan persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi dapat dijadikan sebagai ukuran. Persepsi efisiensi dan persepsi efektifitas dapat dijadikan sebagai suatu ukuran karena suatu penggunaan layanan teknologi informasi memberikan manfaat yang berbeda terhadap masing-masing individu. Persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja dan persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi dapat menjadi ukuran layanan

⁴⁴ Ghina Qothrunada Eltin, *Pengaruh Kepercayaan...*, hal. 22

⁴⁵ *Ibid*, hal. 22- 23

teknologi informasi karena tiap individu memiliki penilaian yang berbeda terhadap layanan teknologi informasi yang digunakan.⁴⁶

3. Risiko

Menurut Dowling dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah persepsi risiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata.⁴⁷ Persepsi risiko (*perceived of risk*) merupakan salah satu faktor yang menjadi penguat atau penghambat seseorang dalam menentukan keputusan penggunaan suatu teknologi.⁴⁸ Risiko muncul karena adanya anggapan atas kejadian yang bersifat merugikan.⁴⁹ Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Smadi dalam Jayantari dan Seminari⁵⁰ bahwa persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen yang dapat muncul akibat banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan. Adapun menurut Pavlou⁵¹ risiko persepsian merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan persepsi

⁴⁶ Ghina Qothrunada Eltin, *Pengaruh Kepercayaan...*, hal. 23

⁴⁷ Hadyan Farizi dan Syaefullah, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*, 2014, hal. 6

⁴⁸ Pratiwi, D. P, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Pengalaman terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Menggunakan Mobile Banking Nasabah BCA di Surabaya*, STIE Perbanas Surabaya 2012

⁴⁹ Hanafi M.M, *Manajemen Risiko*, (Yogyakarta: Rumah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2009), hal. 2

⁵⁰ Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari, *Peran Kepercayaan...*, hal. 2624

⁵¹ Pavlou, *Consumer Intentrtion to Adopt...*, hal. 10

seseorang mengenai adanya ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang bisa saja terjadi atau diterimanya atas suatu tindakan ekonomi yang tidak dapat diramalkan dampaknya. Persepsi risiko termasuk faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan layanan karena pengguna akan menggunakan layanan tersebut apabila layanan tersebut memiliki risiko yang rendah, menjamin dapat memenuhi kebutuhan pengguna, serta aman apabila digunakan.

Menurut Sciffman dan Kanuk dalam Ariani dan Zulhawati⁵² persepsi risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya adalah:

- 1) Risiko Psikologi (*psychological risk*) yaitu perasaan emosi maupun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk
- 2) Risiko Keuangan (*financial risk*) adalah seseorang merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk
- 3) Risiko Kinerja (*functional risk*) adalah individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan
- 4) Risiko fisik (*physical risk*), yaitu dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya

⁵² Meiliyah Ariani & Zulhawati, *Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan LinePay*, Jurnal Conference on Manajement and Behavioral Studies, Jakarta. ISSN No. 2541-3406, 2017, hal. 461

5) Risiko sosial (*social risk*) adalah risiko yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.⁵³

Dijelaskan pula menurut Pavlou dalam Jogiyanto⁵⁴ bahwa dalam pengukuran persepsi risiko dapat digunakan beberapa konstruk sebagai berikut:

- 1) Adanya kemungkinan risiko pencurian akibat penggunaan suatu sistem atau teknologi.
- 2) Adanya kemungkinan pengeluaran biaya yang tinggi dalam penggunaan suatu sistem atau teknologi
- 3) Adanya kemungkinan risiko penipuan melalui penggunaan suatu sistem atau teknologi.⁵⁵

4. Minat Bertransaksi

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat.⁵⁶ Menurut Davis dalam S Priambodo menyatakan bahwa minat didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.⁵⁷ Adapun menurut Jogiyanto minat perilaku

⁵³ Meiliyah Ariani & Zulhawati, *Pengaruh Kualitas...*, hal. 461

⁵⁴ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 122

⁵⁵ *Ibid*, hal. 122

⁵⁶ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor...*, hal.180

⁵⁷ Singgih Priambodo & BulanPrabawani, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*, hal. 3

adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.⁵⁸ Minat tidak selalu statis melainkan dapat berubah seiring berjalannya waktu.⁵⁹ Minat yang ada pada diri seseorang akan memberi gambaran dalam aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Minat merupakan suatu keinginan yang dimiliki oleh seseorang secara sadar. Minat tersebut akan mendorong seseorang untuk memperoleh subyek khusus, aktivitas, pemahaman, dan ketrampilan untuk tujuan perhatian ataupun pencapaian yang diinginkan oleh orang tersebut.

1) Faktor Pembentuk Minat Bertransaksi

Minat setiap orang itu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Setiap orang memiliki minatnya sendiri-sendiri. Walaupun seseorang mempunyai minat yang sama terhadap sesuatu namun dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Menurut Sudarsono dalam Smadi,⁶⁰ terdapat beberapa faktor yang membentuk timbulnya minat. Faktor tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a. Faktor kebutuhan alam. Merupakan kebutuhan alami manusia yang tidak dapat dihindari. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani, misalnya makan.
- b. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat dipicu oleh adanya kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan atau penghargaan dari lingkungan di sekitarnya.

⁵⁸ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 116

⁵⁹ *Ibid*, hal. 116

⁶⁰ M Al Smadi & Al Wbel S.A, *Tehe Impact of E-Banking on the Commerce*, vol. 29, pp.130 hal. 140

c. Faktor motif emosional. Merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.⁶¹

Dengan demikian dalam penelitian ini faktor minat tergolong dalam kategori ketiga yaitu faktor motif emosional. Hal ini dikarenakan penelitian ini melihat sisi menaruh perhatian pada objek maupun kegiatan. Kegiatan tersebut adalah minat bertransaksi menggunakan *digital banking* dengan objek yang dimaksud adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.⁶²

Kenyataan yang sebenarnya, minat tidak selalu bersifat tetap minat dapat berubah sesuai dengan kehendak individu yang bersangkutan. Semakin panjang rentang waktu, semakin besar juga terjadi perubahan dalam minat yang akan dialami. Begitu juga sebaliknya apabila rentan waktu semakin kecil, dapat meminimalisir terjadinya perubahan minat.

Dari berbagai pengertian diatas disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan. Apabila kepuasan telah dirasakan manfaatnya maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakannya.

⁶¹ M Al Smadi & Al Wbel S.A, *Tehe Impact of E-Banking on the Commerce*, vol. 29, pp.130 hal. 140

⁶² Puji Dwi Rahayu, *Pengaruh Persepsi Kemudahan...*, hal. 40

2) Indikator Pengukuran Minat Bertransaksi

Adapun untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya adalah:

- 1) Timbul rasa ingin menggunakan sesuatu
- 2) Ingin selalu menggunakan
- 3) Memiliki keinginan terus menggunakan di masa yang akan datang⁶³

C. Layanan *Financial Technology* Perbankan

Layanan *financial technology* perbankan telah membantu bank dalam hal kecepatan dan akurasi dalam memproses data operasi bisnis dan pemasaran produk. Penerapan sistem informasi sangat berpengaruh pada industri perbankan. Dimana nantinya penerapan sistem pada perbankan mempunyai dampak yang luar biasa mengingat industri perbankan merupakan salah satu industri yang paling tinggi tingkat ketergantungannya pada aktivitas-aktivitas pengumpulan, pemrosesan, analisa dan penyampaian informasi yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.⁶⁴

Manfaat yang didapat dari *financial technology* perbankan dalam perbankan yaitu kemudahan pelayanan finansial. Hal ini karena proses transaksi keuangan menjadi lebih mudah dimana nasabah juga mendapatkan pelayanan finansial meliputi proses pembayaran, pembiayaan, transfer, maupunpun jual beli saham dengan cara yang mudah dan aman. Nasabah dapat mengakses pelayanan finansial melalui teknologi ponsel pintar

⁶³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi...*, hal. 119

⁶⁴ David Lee Kuo Chuen & Linda Low, *Inclusive Fintech (Blockchain, Cryptocurrency and ICO)*, New York: world scientific, 2018, hal 17

maupun laptop. Sehingga nasabah tidak perlu datang kebank secara berulang-ulang untuk mendapatkan pembiayaan demi memenuhi berbagai kebutuhan. Kehadiran teknologi dalam urusan finansial seperti ini jelas membantu masyarakat dalam memaksimalkan layanan finansial.⁶⁵ Berikut ini adalah beberapa layanan *financial technology* perbankan yang disediakan perbankan:

a. ATM (*Automated Teller Machine*)

ATM (*Automated Teller Machine*) adalah suatu alat atau mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.⁶⁶ Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan uang tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana⁶⁷. *Automatic Teller Machine* (ATM) juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang serta mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller di bank.⁶⁸

⁶⁵ Yulia Prastika, *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank Mega Syariah Periode 2016-2018)*, (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal 33

⁶⁶ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal.168

⁶⁷ Tri Hendro dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal.4

⁶⁸ Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 7

Adapun manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM yaitu:

- 1) Praktis dan mudah dalam pengoperasian mesin ATM.
- 2) Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
- 3) Menjamin keamanan dan *privacy*.
- 4) Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali dalam sehari.
- 5) Terdapat diberbagai tempat yang strategis.⁶⁹

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

- 1) Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.
- 2) Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan bilyet giro (BG).
- 3) Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening koran.
- 4) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah.
- 5) Dapat digunakan sebagai tempat untuk pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya.⁷⁰

b. Internet Banking (Via internet/komputer)

Salah satu pelayanan jasa Bank untuk memperoleh informasi, dan melakukan transaksi perbankan yaitu melalui jaringan internet.⁷¹ *Internet*

⁶⁹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 205

⁷⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar...*, hal. 205

⁷¹ Tim Penyusun, *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: OJK, 2015), hal. 10

banking merupakan bagian dari program *elektronik banking*. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktifitas bagi pengguna *internet banking*. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan meng update data pribadinya secara mandiri. Fitur layanan *internet banking* yang dapat dilakukan melalui layanan ini misalnya informasi saldo, mutasi rekening, transfer antar bank syariah, transfer online antar bank, kliring SKN, RTGS, tagihan PLN, telepon TV berbayar, pulsa, dan lain sebagainya. Adapun keuntungan yang dapat dirasakan dari penggunaan *internet banking* adalah:

- 1) Mudah dalam penggunaannya
- 2) Responnya *real time*, transaksi tercatat secara *real time*
- 3) Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id, password, dan dinamic password*
- 4) Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote⁷²

⁷²Mei Sadatul Chusna, *Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal 37

Selain itu kelebihan dari internet banking ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang di layar computer/PC atau PDA.⁷³

c. *Mobile Banking* (via handphone)

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ *handphone* GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler.⁷⁴ SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna HP. Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan *mobile banking*. Bila seseorang melakukan transaksi maka bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi maka berhak membatalkan transaksi tersebut.⁷⁵

Cara kerja M-banking sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses M-banking tersebut. Apabila kode dan PIN yang

⁷³ Sujadi dan Edi Purwo Saputro, *E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service* (Jakarta: Raja Grafindo 2006), hal. 6

⁷⁴ Tim Penyusun, *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: OJK, 2015), hal. 13-14

⁷⁵ *Ibid*, hal. 13-14

dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak⁷⁶.

Transaksi yang dapat didukung oleh fasilitas Mobile Banking ini yaitu: Transfer sesama rekening BRI Syariah, Pembayaran tagihan PLN, Telepon, TV, Pembayaran Donasi (BAZNAS, Dompot Dhuafa, ZIS, dll).⁷⁷

d. SMS Banking (via SMS)

SMS Banking adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), serta pembelian voucher. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam prakteknya agak merepotkan karna nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms.

e. Phone Banking (via telepon)

Phone Banking, saluran ini yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dengan bank via telepon.⁷⁸

⁷⁶ Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking...*, hal. 101-102

⁷⁷ *Ibid*, hal 102

⁷⁸ Tim Penyusun, *Bijak Ber-eBanking...*, hal. 11

D. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat

Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan & Dewantoro (2018)⁷⁹ bertujuan untuk menganalisis terkait pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan mobile banking. Jenis penelitian ini termasuk eksploratori dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada penelitian tersebut hanya meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan mobile banking. Sedangkan pada penelitian ini meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan semua layanan *financial technology* yang disediakan perbankan dan berfokus pada pembayaran UKT.

Penelitian yang dilakukan oleh H. Prasetya & Scenda (2020)⁸⁰ bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi yang ada di masyarakat Surabaya ada minat penggunaan uang elektronik. Jenis penelitian ini termasuk pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan

⁷⁹ Abi Fadlan dan Rizki Yudha Dewantoro, *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking Universitas Brawijaya)*, Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. 62 No. 1 September 2018, hal. 87

⁸⁰ Hendra Prasetya & Scenda Erka Putra, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko Pada Minat Penggunaan E Money di Surabaya*, Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 17, No. 2, Oktober 2021, hal. 156

signifikan. Adapun perbedaan penelitian tersebut berfokus pada layanan E-Money. Perbedaan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Alifatul & Prayitno (2018)⁸¹ bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan e-money. Jenis penelitian ini termasuk pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi minat nasabah. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat variabel daya guna dan kepercayaan dan hanya berfokus pada layanan E-Money.

Penelitian yang dilakukan oleh Margaretha & Setianegara (2020)⁸² bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh persepsi pelanggan minat menggunakan *mobile banking*. Jenis penelitian ini termasuk eksploratori dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian

⁸¹ Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan*, Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi, Vol. III, No. 2, Juni 2018, hlm 699

⁸² Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara, *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*, Jurnal Ilmiah dan Bisnis, Vol. 8. No. 1, 2020, hal. 1

yang akan dilakukan yaitu pada penelitian tersebut hanya meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan mobile banking. Sedangkan pada penelitian ini meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan semua layanan *financial technology* yang disediakan perbankan dan berfokus pada pembayaran UKT.

Penelitian yang dilakukan oleh Anisa (2016)⁸³ bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat Tulungagung. Jenis penelitian ini termasuk pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat variabel kepercayaan dan hanya berfokus pada layanan *internet banking*..

2. Pengaruh Persepsi Efektivitas terhadap Minat Bertransaksi

Penelitian yang dilakukan Cita Melasari, dkk (2018)⁸⁴ bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kegunaan, kemudahan, *privacy risk*, *time risk*, dan *financial risk* terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2,312 > 1,986$) sehingga variabel kegunaan atau efektivitas berpengaruh positif terhadap minat

⁸³ Anisa, *Pengaruh Persepsi...*, hal. 24

⁸⁴ Cita Melasari, et. all., *Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, dan Financial Risk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat, Performance*, Vol. 25, No. 1, 2018, hal. 11

penggunaan mobile banking. Perbedaan penelitian tersebut terdapat pada tambahan variabel kepercayaan, *privacy risk*, *time risk*, dan *financial risk* dan hanya berfokus meneliti penggunaan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohila & Yusuf (2020)⁸⁵ bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* masyarakat di Bantargebang, kota Bekasi. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech.

Penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017)⁸⁶ bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keercayaan dan risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat atau efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat *Instrumen Uang Elektronik*. Perbedaan penelitian tersebut hanya meneliti layanan uang elektronik.

⁸⁵ Rohila dan Muhammad Yusuf, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial Technology (FINTECH)*, 2020, hal. 1

⁸⁶ Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, N. 4, 2017, hal 116

Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Rohmah,dkk (2020)⁸⁷ bertujuan untu mengetahui pengaruh persepsi kemudahan berdonasi, dan efektifitas penyluran bunga ZIS dengan fintech crowdfunding. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan baha persepsi efektivitas berpengaruh positif dn signifikan terhadap minat membayar zakat, infaq, shadaqah menggunakan fintech crowdfunding. Perbedaan penelitiann tersebut adalah fokus meneliti pengaruh persepsi terhadap minat membayar zakat, infaq, shadaqah menggunakan layanan fintech crowdfunding.

Penelitian yang dilakukan oleh Akhnes & Teguh (2021)⁸⁸ bertujuan untuk mengetahui berbagai macam persepsi yang dapatt mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *financial technology*. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *financial technology* sebesar 57,8%. Perbedaan penelitian tersebut terdapat pada tambahan variabel kepercayaan.

⁸⁷ Isnaini Lailatull Rohmah, dkk, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, dan Efektifitas Penyaluran menggunakan FINTECH Crowdfunding terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 13, No. 1, 2020, hal. 42

⁸⁸ Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Eektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)*, Jurnal Ilmiah akuntansi dan Financial Indonesia, Vol. 4, No. 2, 2021, hal. 65

3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi

Penelitian yang dilakukan oleh Ariani dan Zulhawati (2017)⁸⁹ bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, keamanan, serta risiko terhadap minat menggunakan Line Pay. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Line Pay. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut terdapat pada variabel kualitas layanan, keamanan. Pada penelitian yang akan dilakukan juga lebih fokus meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT.

Penelitian yang dilakukan oleh Jayantari dan Seminari (2018)⁹⁰ bertujuan untuk menjelaskan peran kepercayaan dalam memediasi persepsi risiko terhadap niat menggunakan mandiri *mobile banking*. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknis analisis data menggunakan analisis jalur dan teori solimun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat penggunaan *mobile banking* di Kota Denpasar. Perbedaan penelitian teknik analisis data menggunakan analisis lajur dan

⁸⁹ Zulhawati & M. Ariani, *Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Line Pay*, Conference on Management and Behavioral Studies, Vol. 12 No. 10, 2017, hal. 457

⁹⁰ Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari, *Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko...*, hal. 2644

teori solimun sedangkan pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda serta adanya tambahan variabel kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurdin, dkk (2021)⁹¹ bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* pada mahasiswa IAIN Palu. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan Fintech. Perbedaan penelitian tersebut terdapat tambahan variabel pengetahuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Puji Dwi (2020)⁹² bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-banking*. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-banking*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada penelitian tersebut hanya meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan *internet banking*.

⁹¹ Nurdin Nurdin, dkk, *Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial Technology pada Mahasiswa IAIN Palu*, Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol. 2, No. 2 tahun 2020, hal. 199

⁹² Puji Dwi Rahayu, *Pengaruh Persepsi Kemudahan...*, hal. 111

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Saputri (2018)⁹³ bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan fasilitas *electronic banking* bank syariah. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fasilitas *electronic banking* bank syariah. Perbedaan penelitian tersebut terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Setiawan (2020)⁹⁴ bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko terhadap kepentingan dan penggunaan teknologi *financial technology* dengan kepentingan sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* secara bersama-sama.. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan

⁹³ Linda Saputri, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas *Electronic Banking* Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 121

⁹⁴ Andi Setiawan, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat dan Penggunaan Financial Technology (FINTECH) dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah, Volume 15, Nomor 2, 2020, hal. 39

adalah lebih fokus meneliti pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT.

Penelitian yang dilakukan oleh Oktafalia Marisa (2020)⁹⁵ bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam mengadaptasi perkembangan *fintech*. Teknik penelitian menggunakan data kuantitatif dengan metode kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* konsumen di pasar Tomong Jakarta Barat.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatma Nasir (2021)⁹⁶ bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Jenis penelitian menggunakan data kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Wildan (2019)⁹⁷ bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko terhadap minat menggunakan *fintech*. Jenis penelitian menggunakan data kuantitatif dengan teknik analisis data

⁹⁵ Oktafalia Marisa, *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology*, Jurnal Administrasi Kantor, Vol. 8, No. 2, Desember 2020, hal. 147

⁹⁶ Fatma Nasir, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Aplikasi Ovo*, Jurnal Investasi, Vol. 7, No. 1, Januari 2021, hlm 36

⁹⁷ Muhammad Widan, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan...*, hal. 63

regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektifitas, dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah lebih fokus pada layanan *fintech* yang disediakan perbankan.

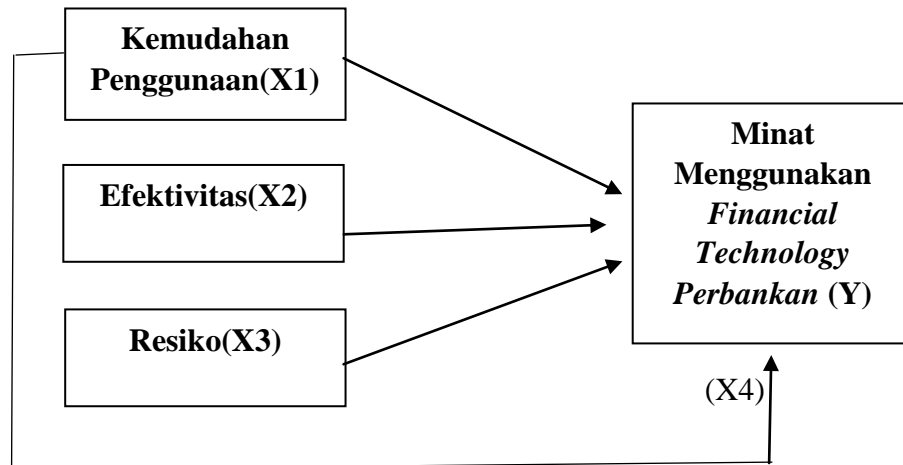
Penelitian yang dilakukan oleh Sonia (2021)⁹⁸ bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat berkelanjutan menggunakan layanan m-banking pt bank rakyat indonesia cabang unit tanggul, Jember. Jenis penelitian menggunakan data kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektifitas, dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan layanan m-banking pt bank rakyat indonesia cabang unit tanggul, Jember.

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel dependen (Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektifitas, Dan Risiko) dengan variabel independen (Minat Menggunakan *Financial Technology* Perbankan) diatas, maka dapat dikembangkan dengan kerangka konseptual berikut ini:

⁹⁸ Sonia Devita Putri Cakra, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berkelanjutan menggunakan Layanan M Banking PT Bank Rakyat Indonesia cabang Unit Tanggul, Jember*, Jurnal Manajemen dan Strat Up Bisnis, Vol. 5, No. 6, Februari 2021, hal. 530

Gambar: 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian



F. Hipotesis penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara hubungan yang di harapkan dengan antara dua variabel atau lebih. Dengan kata lain, hipotesis merupakan prediksi dari sebuah hasil penelitian.⁹⁹ Menurut pendapat lain hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁰⁰ Karena sifatnya sementara perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengujian tes hipotesis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1: Terdapat pengaruh atas persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT di FEBI IAIN Tulungagung.

⁹⁹ Ibnu Hadjar, *Dasar dasar Metodologi Penelitian Kuantitas dalam Pendidikan* , (Jakarta:rajawali Press, 1990), hal.61

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bisnis:Alvabeta, 2009), hal.93

H2: Terdapat pengaruh atas efektivitas terhadap minat mahasiswa menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT di FEBI IAIN Tulungagung.

H3: Terdapat pengaruh atas risiko terhadap minat mahasiswa menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT di FEBI IAIN Tulungagung.

H4: Terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektifitas, dan resiko secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *financial technology* perbankan dalam pembayaran UKT di FEBI IAIN Tulungagung

Untuk hipotesis statistik sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- a. Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima¹⁰¹.

¹⁰¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 46