

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Bank

Menurut Undang – undang Nomor 10 Tahun 1988, Bank diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat.

Pengertian lainnya A, Abdurrachman (2014) Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan

Sedangkan menurut G.M Velyn (2014) Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayaran sendiri, dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukaran uang berupa uang giral

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi bank menurut Undang – undang Nomor 10 Tahun 1988. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank merupakan Lembaga yang bergerak dalam sektor keuangan yang aktivitasnya menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat.

2.1.2 Bank Konvensional

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank Konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Pengertian lainnya menurut Triandaru (2006), Bank Konvensional adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu.

Sedangkan menurut Harahap, Wiroso, dan Yusuf (2012), Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri dari bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi Bank Konvensional menurut Harahap, Wiroso, dan Yusuf (2012). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan oleh jenis – jenisnya.

2.1.3 Bank digital

Menurut OJK dalam POJK No. 12 tahun 2021 pasal 23 hingga pasal 31, Bank Digital sebagai Bank Hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha yang utamanya melalui elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat (KP), atau dapat menggunakan kantor fisik yang terbatas.

Menurut Johnson (2020), Bank digital sebagai suatu organisasi bisnis yang menawarkan aktivitas perbankan online yang sebelumnya hanya tersedia di kantor cabang bank saja.

Menurut Krisna Wijaya (2021), Bank digital adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh bank untuk melakukan otomatisasi proses yang menggunakan kecanggihan teknologi melalui layanan berbasis web mencakup API (*Application Programming Interface*) yang memungkinkan komposisi layanan lintas lembaga.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi Bank Digital menurut Johnson (2020). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank Digital adalah

bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara online dengan ,menggunakan teknologi.

2.1.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Davis et al (1989), Fatmawati (2015) dan Handayani (2017) menyatakan konsep TAM adalah sebuah teori yang menjadi landasan untuk memahami serta mendalami sikap dan perilaku para pengguna teknologi.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) dalam Sayekti dan Putarta (2016) bahwa Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah konsep yang dianggap paling baik dalam menjelaskan perilaku *user* terhadap sistem teknologi informasi baru.

Ramadhan (2017) menyatakan bahwa Technology Acceptance Model (TAM) bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai faktor tertentu pada penerimaan teknologi informasi secara general dan memaparkan perilaku para pengguna akhir (end-user) teknologi informasi menggunakan beberapa variasi yang luas dan populasi pengguna guna menyediakan dasar-dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap landasan psikologis

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi TAM menurut Davis et al (1989), Fatmawati (2015) dan Handayani (2017) menyatakan konsep TAM adalah sebuah teori yang menjadi landasan untuk memahami serta mendalami sikap dan perilaku para pengguna teknologi.

2.1.5 The Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology (UTAUT) Model

UTAUT atau dikenal sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* ini merupakan model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., 2012. Model ini mendefinisikan penerimaan sebuah sistem berlandaskan sisi pemakaian

lebih baik dengan *behavioral intention* dan *use behavioral* (Venkatesh *et al.*, 2012)

Menurut (Venkatesh *et al.*, 2003), bentuk UTAUT mempunyai empat variabel yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *use behavioral* yaitu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition*.

Namun pada penelitian ini, Peneliti hanya menggunakan 3 variabel yaitu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*.

2.1.6 Performance Expectancy

Menurut Venkatesh (2003), *performance Expectancy* diartikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai keuntungan kinerja dalam pekerjaannya.

Sedangkan menurut Adenan (2015), *Performance Expectancy* adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem.

Menurut Brown *et al* (2016), *Performance Expectancy* adalah sejauh mana menggunakan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dan mengarah pada keuntungan kinerja.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi *Performance Expectancy* menurut Venkatesh (2003), Peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Performance Expectancy* diartikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu kinerja seseorang

2.1.7 Effort Expectancy

Menurut Venkatesh (2003), *Effort Expectancy* adalah suatu tingkat kemudahan yang didapatkan oleh seseorang ketika menggunakan suatu sistem.

Menurut Viswanath, Michael, & Gordon (2003), *Effort expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang berkaitan dengan penggunaan suatu sistem.

Pengertian lainnya menurut Jambulingam (2013). *Effort Expectancy* setara dengan konsep mudah digunakan yaitu, apa yang dirasakan konsumen saat ini tentang teknologi yang mudah digunakan.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi *Effort Expectancy* menurut, Venkatesh (2003), *Effort Expectancy* diartikan sebagai tingkat kemudahan yang didapatkan oleh seseorang ketika menggunakan suatu sistem.

2.1.8 Social Influence

Menurut Venkatesh et al. (2012) mendefinisikan *social influence* sebagai sejauh mana seorang individu memandang bahwa orang-orang yang penting baginya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu

Menurut Riquelme dan Rios (2010), *Social Influence* adalah mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan dipengaruhi oleh pendapat keluarga, kerabat, atau teman mereka.

Pengertian lainnya menurut Adiwibowo *et al.* (2012), Pengaruh Sosial (*Social Influence*) adalah sejauh mana persepsi individu atas sesuatu yang dipercaya orang lain atas penggunaan sistem baru.

Pada penelitian ini, Penelitian mengacu pada pengertian *social influence* menurut Venkatesh et al. (2012) yaitu sejauh mana seorang individu

memandang bahwa orang-orang yang penting baginya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu

2.1.9 Hedonic Motivation

Menurut Arnold dan Reynolds (2003) motivasi hedonis merupakan suatu kegiatan pembelian yang didorong dengan perilaku yang berhubungan dengan panca indera, khayalan dan emosi yang menjadikan kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama hidup.

Sedangkan Menurut Brown dan Venkatesh (2005), *Hedonic Motivation* atau Motivasi Hedonis adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang sedang pengguna gunakan

Menurut Overby & Lee (2006). Hedonic motivation didefinisikan sebagai penilaian secara keseluruhan akan manfaat pengalaman dan pengorbanan untuk mendapatkan suatu hiburan.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi Hedonic Motivation menurut Brown dan Venkatesh (2005) yaitu sejauh mana seseorang mendapatkan kesenangan mereka dari sebuah teknologi yang sedang mereka gunakan.

2.1.10 Trust

Menurut Yousafzai (2003) Kepercayaan atau trust merupakan suatu transaksi bisnis membeli dan menggunakan, apabila masing-masing saling mempercayai terhadap hal suatu kebutuhan.

Sedangkan menurut Beldad, Jong, dan Steehouder (2010), Trust merupakan sebuah sikap dan tingkat kepercayaan seseorang terhadap sebuah situasi terhadap risiko kegiatan *online* yang rentan terhadap eksploitasi.

Pengertian lainnya menurut Alagoz dan Hekimoglu (2012), Kepercayaan (*Trust*) membentuk dasar keyakinan konsumen tentang keamanan media sosial. Maka situs media sosial dapat menggunakan

berbagai tingkat fitur keamanan untuk mengurangi masalah privasi pengguna, dan membangun kepercayaan.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi Trust In Application menurut Beldad, Jong, dan Steehouder (2010) yaitu Trust didefinisikan sebagai sebuah sikap dan tingkat kepercayaan seseorang terhadap sebuah situasi terhadap risiko kegiatan *online* yang rentan terhadap eksploitasi.

2.1.11 Intention to Use

Menurut Venkatesh et al. (2003), Intention to Use didefinisikan sebagai minat seseorang mengadopsi teknologi informasi dengan tujuan yang diharapkannya.

Sedangkan menurut Sripalawat et al. (2011) dalam jurnal Chemingui & Lallouna (2013), intention to use adalah kesiapan seseorang untuk bertindak dan melakukan suatu tindakan yang diharapkan.

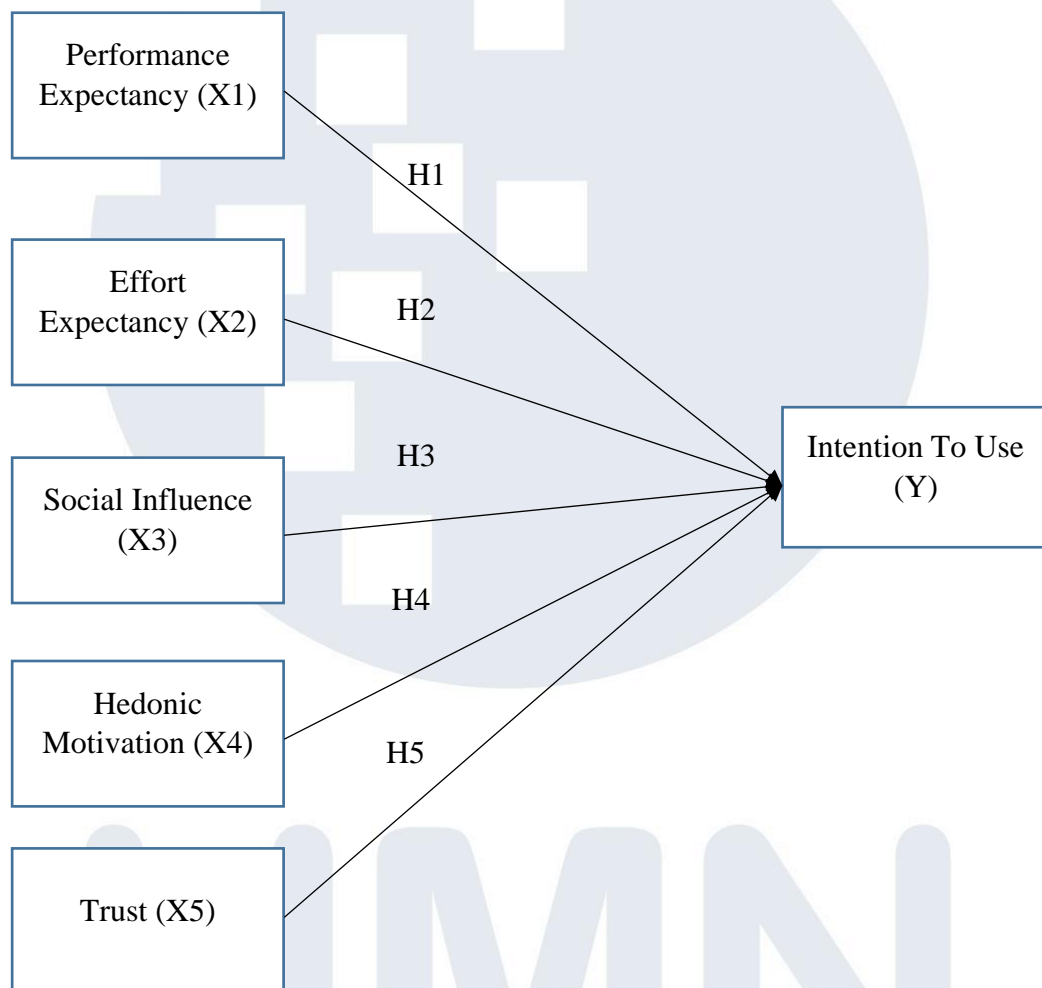
Pengertian lainnya Menurut Kwak et al. (2020), intention to use mengacu pada keyakinan dan kemauan pengguna untuk menentukan sikap terhadap suatu objek tertentu dan mengekspresikan perilakunya dalam waktu yang akan datang

Menurut, Davis (1989) menjelaskan bahwa behavioral intention to use merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi.

Pada penelitian ini, Peneliti mengacu definisi Intention to Use menurut Venkatesh et al. (2003) yaitu Intention To Use adalah minat terhadap seseorang untuk mengadopsi teknologi dan sesuai dengan tujuan yang diharapkannya.

2.2 Model Penelitian

Berikut adalah model penelitian berdasarkan jurnal milik Sanjay Dhingra dan Shelly Gupta :



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber: Dhingra dan Gupta, 2020

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sehingga Peneliti melakukan perumusan hipotesis terhadap penelitian yang terkait, berikut Peneliti memaparkan beberapa hipotesis untuk penelitian ini:

2.3.1. Hubungan antara Performance Expectancy terhadap Intention to Use Digital Banking Application.

Penelitian yang dilakukan oleh Chikondi, *et all*, (2019) menyatakan bahwa variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. analisis model UTAUT berlaku dalam konteks Zambia dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan e-banking.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Gialamas, (2021) menyatakan bahwa variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Analisis data untuk *Performance Expectancy* menyatakan pengaruh signifikan dan positif dari ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku pengguna untuk menggunakan layanan Aplikasi e-banking; sehingga jika pengguna merasa bahwa menggunakan layanan e-banking meningkatkan kinerjanya, mereka akan termotivasi untuk menggunakan layanan tersebut.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tusyanah, *et al*, (2021) menyatakan bahwa variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Analisis niat perilaku memang dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Semakin besar harapan bahwa hal-hal positif terjadi dalam kinerja seseorang, semakin besar niatnya untuk melakukannya. Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan :

H1: *Performance Expectancy* memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*

2.3.2. Hubungan antara *Effort Expectancy* terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tusyanah, et al, (2021) menyatakan bahwa variabel *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Dengan berbagai hasil penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa niat memang dipengaruhi oleh ekspektasi usaha. Semakin mudah penggunaan maka masyarakat semakin ingin menggunakan aplikasi tersebut

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ivanova, et al, (2022) menyatakan bahwa variabel *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Analisis ekspektasi upaya (H2) adalah penentu yang kuat dalam memprediksi seluler niat penggunaan aplikasi perbankan di kalangan dewasa muda. Hal ini berimplikasi bahwa responden merasa mudah mengoperasikan dan menggunakan mobile banking.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan

H2: *Effort Expectancy* memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

2.3.3. Hubungan antara *Social Influence* terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dhingra dan Gupta (2020) menyatakan bahwa variabel *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Baking Application*. Analisis dampak positif dan signifikan pengaruh sosial terhadap niat perilaku menyoroti peran yang dimainkan oleh anggota keluarga, teman, kerabat atau kelompok sebaya dalam mempengaruhi keputusan individu. Dalam konteks mobile banking, setiap ketidakpastian yang terkait dengan

layanan akan memaksa seseorang untuk berinteraksi dengan kelompok sosialnya untuk meninjau kembali keputusan adopsi.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Tusyanah, et al, (2021) menyatakan bahwa variabel *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application* analisis faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention to adopt mobile banking dengan judul Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking. Sebagai makhluk sosial, masyarakat tidak ingin berbeda dengan yang lain, termasuk pada penggunaan aplikasi cashless.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ivanova, et al, (2022) menyatakan bahwa variabel *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa pengaruh social merupakan faktor yang signifikan dan positif dalam kaitannya dengan niat untuk menggunakan aplikasi mobile banking, yang konsisten dengan literatur yang ada.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan:

H3: *Social Influence* memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

2.3.4. Hubungan antara Hedonic Motivation terhadap Intention to Use Digital Banking Application.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et all*, (2012) menyatakan bahwa variabel Hedonic Motivation berpengaruh positif terhadap Intention to Use Digital Banking Application Beberapa hasil yang menarik adalah pengaruh motivasi hedonis terhadap niat berperilaku yang kurang berpengalaman dengan teknologi.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Gialamas, (2021) menyatakan bahwa variabel *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Efek HM pada BI juga ditunjukkan, dan hal ini sejalan dengan anggapan guru terhadap penggunaan internet seluler sebagai pengalaman yang menyenangkan,

kemungkinan untuk menggunakannya selama pengajaran mereka lebih tinggi.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan

H4: *Hedonic Motivation* memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

2.3.5. Hubungan antara Trust terhadap Intention to Use Digital Banking Application.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ramos et.all, (2018) menyatakan bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Merhi, et al, (2019) menyatakan bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*. Analisis Kepercayaan yang Dirasakan ditemukan sangat signifikan di Lebanon dan Inggris. Hasil ini mirip dengan temuan sebelumnya di mana kepercayaan ditemukan sebagai pengaruh utama niat perilaku untuk mengadopsi teknologi.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan

H5: *Hedonic Motivation* memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Application*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1: Penelitian Terdahulu

No.	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
1.	Sanjay Dhingra, Shelly Gupta (2020)	<i>Behavioral Intention To Use Mobile Banking: An Extension of UTAUT2 Model</i>	<i>International Journal Of Mobile Human Computer Interaction</i>	Hasil menunjukkan bahwa Social Influence, Hedonic Motivation, Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention To Use (Dhingra, dan Gupta 2020)
2.	Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu (2012)	<i>Consumer Acceptance And Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology</i>		Hasil dari penelitian ini bahwa Social Influence, Hedonic Motivation dan Trust berpengaruh signifikan terhadap Intention to use . (Venkatesh et all, 2012)
3.	Khamal Ghalandari (2012)	<i>The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy,</i>	<i>Journal of Scientific Research</i>	Hasil menunjukkan, bahwa Perfomance Expectancy, Effort Expectancy, Social

		<i>Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Service in Iran</i>		Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to use. (Ghalandari, 2012)
4.	Gladys Chikandi, Jackson Phiri (2012)	<i>Factors Driving The Adoption of E-Banking Service Based on The UTAUT Model</i>	<i>Journal Of Business and Management</i>	Hasil menunjukkan bahwa, bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to use (Chikandi, et all, 2019).
5.	Fernanda Leão Ramos, Jorge Brantes Ferreira, Angilberto Sabino de Freitas, Juliana Werneck Rodrigues (2018)	<i>The Effect of Trust in the Intention to Use m-banking</i>	<i>Brazillian Business Review</i>	Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan (Trust) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Intention To Use. (Ramos et.all, 2018)

6	Kleopatra Nikolopoulou, Vasilis Gialamas, Konstantinos Lavidas (2021)	<i>Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet</i>	<i>Journal of Computer and Education Open</i>	Hasil menunjukkan bahwa Performance Expectancy dan Hedonic Motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use. (Gialamas, 2021)
7.	Abd Latif Abdul Rahman, Adnan Jamaludin and Zamalia Mahmud (2011)	<i>Intention to Use Digital Library based on Modified UTAUT Model: Perspectives of Malaysian Postgraduate Students</i>	<i>International Journal of Information and Communication Engineering</i>	Hasil menunjukkan bahwa Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use. (Rahman et all, 2011)
8.	Do Nam Hung, Jacqueline Tham, S. M. Ferdous Azam & Abdol Ali Khatibi (2019)	<i>An Empirical Analysis of Perceived Transaction Convenience, Performance Expectancy, Effort Expectancy and</i>	<i>International Journal of Marketing Studies</i>	Hasil menunjukkan bahwa Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use (Nam Hung et al, 2019)

		<i>Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users</i>		
9.	Tusyanah Tusyanah, Agus Wahyudin, Muhammad Khafid (2021)	<i>Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable</i>	<i>Journal of Economic Education</i>	Hasil menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use (Tusyanah, et al, 2021)
10.	Aisena ivanova, Ju Yeon Kim (2022)	<i>Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model</i>	<i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	Hasil menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use (Ivanova, et al, 2022)
11.	Mohamed Merhi, Kate	<i>A cross-cultural study of the</i>	<i>Journal of Technology</i>	Hasil menunjukkan bahwa Effort

	Hone, Ali Tarhini	<i>intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust</i>	<i>in Society</i>	Expectancy dan Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intension To Use (Merhi, et al, 2019)
--	----------------------	--	-------------------	---

Sumber: Diolah Sendiri, 2022

