

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Internet

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai internet. Menurut Douglas E. Comer (2018), pada bukunya yang berjudul *The Internet Book: Everything You Need to Know about How the Internet Works* menyatakan bahwa “internet adalah sistem komunikasi komputer global yang telah memungkinkan semua layanan.” Kemudian, menurut David D. Clark (2018) pada bukunya yang berjudul *Designing an Internet* menyatakan bahwa “internet adalah fasilitas komunikasi yang dirancang untuk menghubungkan komputer bersama-sama sehingga mereka dapat bertukar informasi digital.” Menurut Marakas dan O’Brien (2012), internet merupakan “sebuah jaringan komputer yang berkembang pesat terdiri dari jutaan bisnis, pendidikan, dan jaringan pemerintahan yang saling terhubung oleh lebih dari 200 negara pengguna.” Lalu, Douglas E. Comer (2018) menambahkan bahwa “internet telah memungkinkan revolusi yang telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan bermain.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai internet, dapat disimpulkan bahwa internet merupakan jaringan komunikasi global yang menghubungkan para pengguna internet dari seluruh negara dan memiliki banyak peran yang mendukung kehidupan manusia, sehingga para pengguna internet dapat saling bertukar informasi, melakukan bisnis, bermain, belajar, dan yang lain sebagainya. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi internet dari Douglas E. Comer (2018).

2.1.2 Transaksi

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai transaksi. Menurut Hasiara (2014), transaksi merupakan “semua peristiwa ekonomi/keuangan yang terjadi baik masa lampau, masa kini dan masa yang akan datang dalam sebuah

perusahaan.” Menurut Kartomo dan Sudarman (2019), transaksi merupakan “suatu aktifitas perusahaan yang menimbulkan perubahan terhadap posisi harta keuangan perusahaan, misalnya seperti menjual, membeli, membayar gaji, serta membayar berbagai macam biaya yang lainnya.” Berdasarkan buku *Fundamentals of Accounting* (2014), transaksi merupakan “sebuah peristiwa atau kegiatan bisnis yang melibatkan pertukaran uang atau nilai uang antara pihak-pihak yang terlibat.” Lalu, buku *Fundamentals of Accounting* (2014) menambahkan bahwa “kegiatan tersebut dapat diukur dalam hal uang dan mengubah posisi keuangan seseorang, contohnya pembelian barang yang melibatkan penerimaan materi dan pembayaran atau menciptakan kewajiban untuk membayar kepada pemasok pada tanggal yang akan datang.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai transaksi, dapat disimpulkan bahwa transaksi merupakan sebuah aktivitas pertukaran barang atau jasa dengan sejumlah uang harus dibayarkan sesuai dengan *value* dari barang atau jasa yang ditawarkan. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi transaksi dari buku *Fundamentals of Accounting* (2014).

2.1.3 Aplikasi

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai aplikasi. Menurut Dixit dan Gupta (2002), aplikasi merupakan “set program yang dirancang untuk penggunaan atau aplikasi tertentu seperti pemrosesan kata, grafis, atau analisis spreadsheet.” Menurut Sargent, Brown, dan Watson (2015), aplikasi merupakan “program-program yang memperbolehkan pengguna untuk melakukan tugas tertentu.” Menurut Agarwal, Gupta, dan Tayal (2009), aplikasi merupakan “program-program yang melakukan pekerjaan nyata untuk pengguna.” Lalu, Dixit dan Gupta (2002) menambahkan bahwa “perangkat-perangkat lunak ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari lingkungan tertentu. *Software* aplikasi dapat dibuat sesuai pesanan tetapi biasanya dibeli dari toko *software*.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai aplikasi, dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan *software* atau perangkat lunak yang diunduh oleh para pengguna untuk melakukan atau mengerjakan sesuatu sesuai dengan kebutuhan para penggunanya. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi aplikasi dari Sargent, Brown, dan Watson (2015).

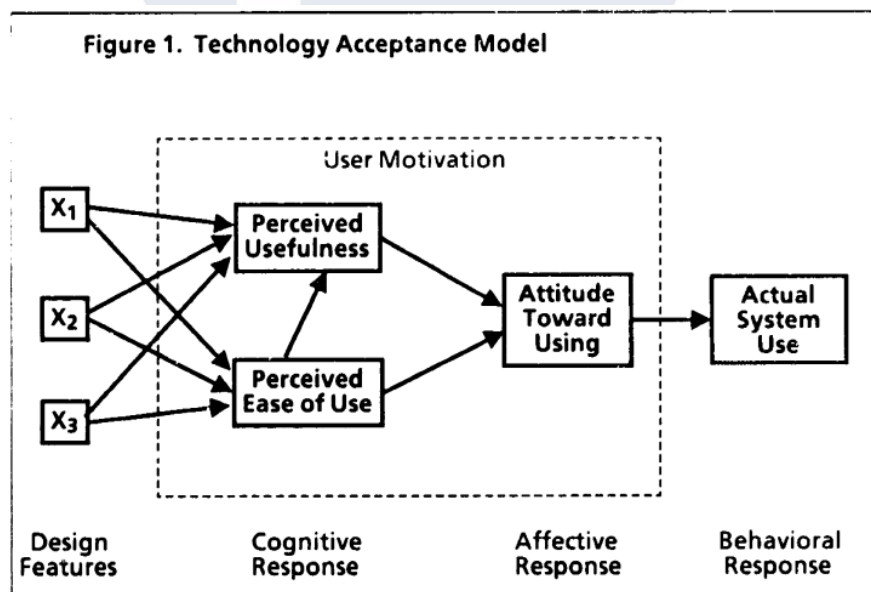
2.1.4 E-Wallet

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *e-wallet*. Menurut Salhan (2019), *e-wallet* merupakan “sebuah sistem yang aman menyimpan informasi pembayaran dan kata sandi pengguna untuk sejumlah metode pembayaran dan situs web.” Menurut Abbigeri dan Shettar (2018), *e-wallet* merupakan sebuah sistem berbentuk aplikasi dengan fungsi menyimpan uang dan diisi menggunakan kartu debit atau kredit atau *net-banking*. Menurut Singh, Srivastava, dan Sinha (2017), *e-wallet* merupakan “sebuah ide inovatif dalam situasi saat ini, dapat dilihat sebagai dompet virtual, yang memberikan fasilitas untuk melakukan pembayaran instan dan juga transaksi pertukaran melalui *smartphone*.” Lalu, Singh, Srivastava, dan Sinha (2017) menambahkan bahwa “teknologi canggih ini membantu pengguna menjadi lebih mudah diakses dengan layanan keuangan dan memberikan platform kepada berbagai entitas perbankan/non-perbankan untuk meningkatkan bisnis mereka.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *e-wallet*, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* merupakan dompet elektronik dalam bentuk aplikasi yang bisa digunakan untuk menyimpan uang dan melakukan pembayaran. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *e-wallet* dari Singh, Srivastava, dan Sinha (2017).

2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM)

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai Technology Acceptance Model (TAM). Menurut F.D. Davis (1986), Technology Acceptance Model (TAM) merupakan “model teoritis tentang pengaruh karakteristik sistem terhadap penerimaan pengguna terhadap sistem informasi berbasis komputer.” Menurut Chen, Chang, Wang, Biyan, dan Tu (2024), Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang mempelajari “keadaan psikologis individu ketika secara sukarela atau dengan sengaja menggunakan suatu teknologi tertentu.” Menurut Kabir, Hassan, Mukta, Roy, Darr, Leggette, dan Ullah (2022), Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang “berasal dari teori Theory of Reasoned Action (TRA), sebuah teori untuk menjelaskan perilaku dan niat individu sehubungan dengan berbagai aktivitas.



Gambar 2.1 Model TAM

Sumber: F.D. Davis (1986)

Menurut F.D. Davis (1986), model pada Gambar 2.1 dapat dituliskan menjadi 4 persamaan di Gambar 2.2 di bawah ini:

$$\begin{aligned}
 (1) \quad \text{EOU} &= \sum_{i=1,n} \beta_i X_i + \varepsilon \\
 (2) \quad \text{USEF} &= \sum_{i=1,n} \beta_i X_i + \beta_{n+1} \text{EOU} + \varepsilon \\
 (3) \quad \text{ATT} &= \beta_1 \text{EOU} + \beta_2 \text{USEF} + \varepsilon \\
 (4) \quad \text{USE} &= \beta_1 \text{ATT} + \varepsilon
 \end{aligned}$$

Gambar 2.2 Persamaan Model TAM

Sumber: F.D. Davis (1986)

Gambar 2.3 berikut merupakan keterangan dari persamaan pada Gambar 2.2 di atas.

X_i = design feature i , $i = 1, n$
 EOU = perceived ease of use
 USEF = perceived usefulness
 ATT = attitude toward using
 USE = actual use of the system
 β_i = standardized partial regression coefficient
 ε = random error term

Gambar 2.3 Keterangan Persamaan Model TAM

Sumber: F.D. Davis (1986)

Menurut F.D. Davis (1986), menjelaskan bahwa “*attitude* keseluruhan seorang pengguna potensial terhadap penggunaan suatu sistem diyakini sebagai penentu utama apakah dia benar-benar menggunakannya atau tidak.” Lebih sederhananya, variabel *attitude toward using* menjadi penentu utama untuk variabel *actual system use*. Variabel *attitude toward using* diyakini berasal dari 2 variabel, yaitu variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, (F.D. Davis, 1986). Variabel *perceived ease of use* juga memiliki pengaruh yang berdampak pada variabel *perceived usefulness*, (F.D. Davis, 1986). Pada Gambar 2.1, faktor-faktor yang memiliki pengaruh atau *design features*

memiliki pengaruh secara langsung terhadap variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived ease of use*. Menurut F.D. Davis (1986), faktor-faktor yang memiliki pengaruh atau *design features* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *attitude* atau *behavior*, justru memiliki pengaruh secara tidak langsung melalui variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived ease of use*.

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai Technology Acceptance Model (TAM), dapat disimpulkan bahwa Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang mempelajari alasan dari para pengguna untuk menggunakan suatu teknologi. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi Technology Acceptance Model (TAM) dari Chen, Chang, Wang, Biyan, dan Tu (2024).

2.1.6 Perceived Usefulness

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *perceived usefulness*. Menurut Fred D. Davis (1989), *perceived usefulness* merupakan “derajat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.” Menurut Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020), *perceived usefulness* merupakan variabel yang “berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas sistem serta manfaat keseluruhannya untuk meningkatkan kinerja pengguna.” Menurut Nuryakin, Rakotoarizaka, dan Musa (2023), *perceived usefulness* merupakan “keyakinan seseorang dalam menggunakan sistem sehingga dapat memengaruhi peningkatan kinerja. Fred D.Davis (1989) menambahkan bahwa variabel tersebut memiliki arti “berguna” yang berarti “mampu digunakan secara menguntungkan. Sebuah sistem yang memiliki *perceived usefulness* yang tinggi akan membangun hubungan yang positif antara penggunaan dan kinerjanya.

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *perceived usefulness*, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* merupakan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan atau memanfaatkan teknologi tertentu yang bisa memberikan peningkatan kinerja. Untuk penelitian yang akan dilakukan,

definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *perceived usefulness* dari Fred D. Davis (1989). Pada variabel *perceived usefulness*, peneliti akan melakukan pengukuran terhadap efisiensi transaksi, variasi layanan pembayaran, fitur-fitur aplikasi, dan tingkat sistem layanan pembayaran.

2.1.7 Perceived Ease of Use

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *perceived ease of use*. Menurut Fred D. Davis (1989), *perceived ease of use* merupakan “derajat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha.” Menurut Nuryakin, Rakotoarizaka, dan Musa (2023), *perceived ease of use* merupakan “keyakinan seseorang dalam berpikir bahwa menggunakan sistem tidak sulit.” Menurut Basuki, Tarigan, Siagian, Limanta, Setiawan, dan Mochtar (2021), *perceived ease of use* merupakan “sebuah tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami.” Kemudian, Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020) juga menambahkan bahwa “ketika pengguna dengan mudah menerima dan beradaptasi dengan teknologi, persepsi pengguna terhadap teknologi semakin baik, dan intensitas penggunaan teknologi mereka meningkat.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *perceived ease of use*, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan atau memanfaatkan teknologi tertentu yang bisa memberikan dampak positif berupa kemudahan dalam penggunaannya. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *perceived ease of use* dari Nuryakin, Rakotoarizaka, dan Musa (2023). Pada variabel *perceived ease of use*, peneliti akan melakukan pengukuran terhadap kenyamanan dan kemudahan untuk digunakan, kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dilacak, kemudahan untuk dipahami, dan keterjangkauannya.

2.1.8 Perceived Security

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *perceived security*. Menurut Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020), *perceived security* merupakan “persepsi pengguna terkait dengan fungsi dan kontrol informasi data pribadi mereka dalam sistem online.” Menurut Fan, Shao, Li, dan Huang (2018), *perceived security* merupakan “tingkat keyakinan orang bahwa keamanan properti dan privasi informasi mereka terjaga saat menggunakan pembayaran *mobile*.” Menurut Siagian, Tarigan, Basana, dan Basuki (2022), *perceived security* merupakan “pencegahan dan antisipasi terhadap ancaman yang berpotensi menyebabkan tantangan ekonomi dengan merusak sumber daya data atau jaringan, pengumpulan dan manipulasi data, penolakan layanan, penipuan, dan penyalahgunaan kekuasaan.” Lalu, Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020) menambahkan bahwa “persepsi keamanan pengguna terhadap suatu sistem dapat memengaruhi niat mereka untuk menggunakannya.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *perceived security*, dapat disimpulkan bahwa *perceived security* merupakan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan atau memanfaatkan teknologi tertentu yang bisa memberikan rasa aman terhadap data-data pribadinya. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *perceived security* dari Fan, Shao, Li, dan Huang (2018). Pada variabel *perceived security*, peneliti akan melakukan pengukuran terhadap keamanan aplikasi, keamanan transaksi *online* dibandingkan tunai, identifikasi dan pencegahan *malware*, dan perlindungan data pribadi.

2.1.9 Perceived Trust

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *perceived trust*. Menurut Siagian, Tarigan, Basana, dan Basuki (2022), *perceived trust* merupakan “harapan bahwa sebuah perusahaan dapat dipercaya untuk memenuhi komitmennya.” Menurut Moorman, Zaltman, dan Deshpande (1992), *perceived trust* merupakan “kesiapan untuk bergantung pada mitra pertukaran yang dipercayai.” Menurut Mayer, Davis, Schoorman (1995),

perceived trust merupakan “kesiapan suatu pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang mempercayai, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain tersebut.” Lalu, Singh, Srivastava, dan Sinha (2017) menambahkan bahwa “faktor-faktor seperti keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan memengaruhi niat konsumen.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *perceived trust*, dapat disimpulkan bahwa *perceived trust* merupakan rasa percaya diberikan oleh pihak lain untuk memberikan sesuatu atau melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *perceived trust* dari Mayer, Davis, Schoorman (1995). Pada variabel *perceived trust* peneliti akan melakukan pengukuran terhadap pihak-pihak terlibat dalam transaksi, keamanan yang bisa dipercaya, layanan yang bisa dipercaya, dan informasi yang bisa dipercaya.

2.1.10 Social Influence

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *social influence*. Menurut Hameed, Akram, Khan, Khan, dan Hameed (2024), *social influence* merupakan “pemahaman pengguna tentang persetujuan teknologi di antara individu yang penting.” Menurut Chyntia dan Raden (2020), *social influence* berkaitan dengan “tingkat kepercayaan seseorang bahwa penting bagi orang lain untuk menyarankan agar dia menggunakan teknologi baru.” Menurut Baron, dan Branscombe (2012), *social influence* merupakan “upaya oleh satu atau lebih orang untuk mendorong perubahan pada orang lain.” Lalu, Hameed, Akram, Khan, Khan, dan Hameed (2024) menambahkan bahwa “sikap dan perilaku individu dalam jaringan sosial mereka seringkali memengaruhi keinginan orang lain untuk mengadopsi teknologi baru.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *social influence*, dapat disimpulkan bahwa *social influence* merupakan upaya untuk mempengaruhi atau melakukan perubahan kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang

telah dialami. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *social influence* dari Baron, dan Branscombe (2012). Pada variabel *social influence*, peneliti akan melakukan pengukuran terhadap pengaruh orang-orang sekitar terhadap penggunaan LinkAja, pengaruh orang-orang penting dari subjek terhadap penggunaan LinkAja, penggunaan LinkAja di komunitas, penggunaan LinkAja oleh teman-teman subjek, dan penggunaan LinkAja oleh anggota keluarga subjek.

Menurut Lapinski dan Rimal (2005), *social norms* dibagi menjadi 2, yaitu *injunctive norms* dan *descriptive norms*. *Injunctive norms* merupakan “keyakinan orang tentang apa yang seharusnya dilakukan,” (Lapinski dan Rimal, 2005). *Descriptive norms* merupakan “keyakinan tentang apa yang sebenarnya dilakukan oleh kebanyakan orang lain dalam kelompok sosial seseorang,” (Lapinski dan Rimal, 2005). Pada penelitian ini, peneliti lebih berfokus kepada *injunctive norms* yang berarti ada keyakinan tentang apa yang harus dilakukan. Pada penelitian ini, *social influence* berarti upaya untuk mempengaruhi orang lain berdasarkan pengalaman yang telah dialami oleh seseorang. Berdasarkan pengalaman yang dialami, seseorang tersebut memiliki keyakinan mengenai apa yang harus dilakukan, yaitu mempengaruhi orang lain.

2.1.11 Behavioural Intention

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli mengenai *behavioural intention*. Menurut Warshaw dan Davis (1985), *behavioural intention* merupakan “rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku di masa depan yang ditentukan.” Menurut Ajzen (1991), *behavioural intention* merupakan “niat individu untuk melakukan perilaku tertentu.” Lalu, Ajzen (1991) menambahkan bahwa “niat diasumsikan dapat menangkap faktor-faktor motivasional yang memengaruhi suatu perilaku; mereka adalah indikasi seberapa keras orang bersedia mencoba, seberapa besar usaha yang mereka rencanakan untuk dilakukan, untuk melakukan perilaku tersebut.”

Dari beberapa definisi dan penjelasan mengenai *behavioural intention*, dapat disimpulkan bahwa *behavioural intention* merupakan perilaku yang akan

dilakukan oleh seseorang sebagai akibat dari beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut. Untuk penelitian yang akan dilakukan, definisi dari para ahli yang akan dipakai oleh peneliti adalah definisi *behavioural intention* dari Warshaw dan Davis (1985). Untuk variabel *behavioural intention* yang akan diukur pada penelitian ini merupakan sebuah keinginan untuk mengadopsi/menggunakan sebuah teknologi secara berkelanjutan atau melanjutkan penggunaan sebuah teknologi yang pernah digunakan sebelumnya. Pada variabel *behavioural intention*, peneliti akan melakukan pengukuran terhadap keinginan subjek dalam memberikan respon positif, rekomendasi penggunaan LinkAja, penggunaan LinkAja tanpa promo, penggunaan LinkAja dengan biaya tambahan, penggunaan LinkAja di masa depan, dan penggunaan LinkAja secara jangka panjang.

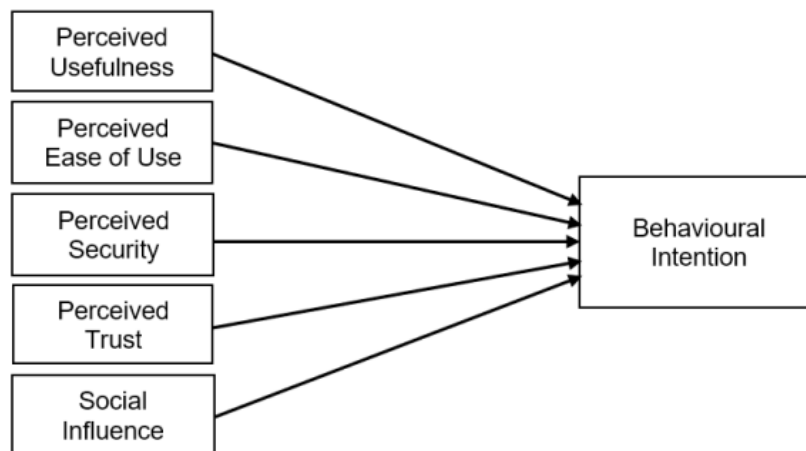
2.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yang berjudul *Factors Affecting Users' Behavioural Intention Toward Touch 'n Go E-Wallet in Malaysia* yang ditulis oleh beberapa peneliti, yaitu Hui Ling Lim, Thiam Yong Kuek, Gaik Lynn Yeoh, Pei Ying Yeap, Dongwei Yang, Ke Xu, Satyam Gupta Mulchand, dan Gunjan Thakur. Pada penelitian sebelumnya menggunakan teori TAM dari Fred D. Davis sebagai referensi yang kemudian dimodifikasikan menjadi model penelitian yang bisa dilihat pada Gambar 2.1 di bawah. Bisa dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini, model penelitian yang digunakan terdiri dari 5 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel-variabel independen tersebut terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, dan *social influence*. Lalu, untuk variabel dependennya sendiri merupakan *behavioural intention*. Model penelitian tersebut terdiri dari 5 hipotesis, yaitu:

1. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*
2. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*
3. *Perceived security* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*
4. *Perceived trust* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*

5. *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*

Pada model penelitian ini, tidak ada perubahan yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian sebelumnya, para peneliti melakukan penelitian terhadap aplikasi *e-wallet* bernama Touch 'n Go di Malaysia dan peneliti melakukan penelitian terhadap aplikasi *e-wallet* bernama LinkAja. Maka dari itu, model penelitian yang akan digunakan sama seperti pada penelitian sebelumnya.



Gambar 2.4 Model Penelitian

Sumber: Lim, H. L., Kuek, T. Y., Yeoh, G. L., Yeap, P. Y., Yang, D. W., Xu K., Mulchand, S. G., Thakur, G. (2022). Factors affecting users' behavioural intention toward Touch 'n Go e-wallet in Malaysia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 7(3), 108-120.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan model penelitian yang digunakan pada penelitian ini, berikut merupakan hipotesis dari penelitian ini.

H1: *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) oleh F.D. Davis (1986), variabel *perceived usefulness* menjadi salah satu variabel yang penting dalam menerima dan mengadopsi teknologi baru. Kemudian, berdasarkan Yang, Mamun,

Mohiuddin, dan Zainol (2021) yang melakukan penelitian terhadap keinginan dan penggunaan *e-wallet* menyatakan bahwa “para pengguna percaya bahwa menggunakan sistem akan memungkinkan mereka untuk mencapai keinginan mereka terkait keuangan dan gaya hidup sambil meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan berbagai transaksi.” Kemudian, hipotesis ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Karim, Haque, Ulfy, Hossain, dan Anis (2020) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* dan hasilnya adalah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* untuk menggunakan *e-wallet*. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Lim, Kuek, Yeoh, Yeap, Yang, Xu, Mulchand, dan Thakur (2022) terhadap *e-wallet* TNG di Malaysia menemukan hasil berupa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kelvin, Zaidi, dan Jais (2020), menemukan hasil berupa variabel *perceived usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *users’ adoption of e-wallet*.

H2: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Hipotesis ini juga diperkuat berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) oleh F.D. Davis (1986), yaitu variabel *perceived ease of use* juga menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi baru. Lalu, berdasarkan Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020) yang melakukan penelitian mengenai variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap teknologi *e-filing*, mereka menyatakan bahwa “semakin pengguna yakin bahwa sebuah sistem mudah digunakan, semakin mungkin mereka akan menggunakannya.” Lalu, berdasarkan penelitian mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *social influence* terhadap penggunaan *e-wallet* oleh Effendy, Hurriyati, dan Hendrayati (2021), menghasilkan pernyataan bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *e-*

wallet. Kemudian, berdasarkan Yang, Mamun, Mohiuddin, dan Zainol (2021) yang melakukan penelitian terhadap keinginan dan penggunaan *e-wallet* mendapatkan hasil berupa variabel *perceived of use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kelvin, Zaidi, dan Jais (2020), menemukan hasil berupa variabel *perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap *users' adoption of e-wallet*.

H3: *perceived security* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, *perceived security* memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020) menghasilkan pernyataan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi. Lalu, Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020) melanjutkan bahwa semakin tinggi *perceived security* yang didapatkan, maka semakin banyak pengguna yang menggunakan teknologi tersebut. Dalam penelitian Tahar, Riyadh, Sofyani, dan Purnomo (2020), teknologi yang diteliti berupa *e-filing*. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Soodan dan Rana (2019) mengenai salah satu variabelnya, yaitu *perceived security* menghasilkan pernyataan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Dalam penelitian Revathy dan Balaji (2020) yang meneliti mengenai pengaruh *perceived security* terhadap *behavioural intention to use e-wallets*, menghasilkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intention to use e-wallets*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmiasih dan Setiawan (2021), variabel *perceived security protection* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *continuance usage intention*.

H4: *perceived trust* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, *perceived trust* memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Penelitian yang

pernah dilakukan oleh Singh, Srivastava, dan Sinha (2017) mengenai variabel *perceived trust* terhadap persepsi dan kepuasan para pengguna dompet digital menunjukkan pengaruh yang positif sehingga bisa mempengaruhi penggunaan dompet digital. Kemudian, penelitian juga pernah dilakukan oleh Kilani, Kakeesh, Al-Weshah, dan Al-Debei (2020) yang mendapatkan hasil berupa *perceived trust* menjadi salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap *continuance useage intention* dari *e-wallet*. Kemudian, berdasarkan Yang, Mamun, Mohiuddin, dan Zainol (2021) yang melakukan penelitian terhadap keinginan dan penggunaan *e-wallet* mendapatkan hasil berupa variabel *perceived trust* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmiasih dan Setiawan (2021), variabel *trust* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *continuance usage intention*.

H5: *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, *social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Menurut Chyntia dan Raden (2020), *social influence* berkaitan dengan “tingkat kepercayaan seseorang bahwa penting bagi orang lain untuk menyarankan agar dia menggunakan teknologi baru.” Penelitian pernah dilakukan oleh Nguyen, Nguyen, dan Tran (2020) mengenai salah satu variabelnya, yaitu *social impact* memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Kemudian, berdasarkan Yang, Mamun, Mohiuddin, dan Zainol (2021) yang melakukan penelitian terhadap keinginan dan penggunaan *e-wallet* mendapatkan hasil berupa variabel *social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Lim, Kuek, Yeoh, Yeap, Yang, Xu, Mulchand, dan Thakur (2022) terhadap *e-wallet* TNG di Malaysia menemukan hasil berupa variabel *social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung hipotesis-hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini, peneliti akan mencantumkan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Bisa dilihat pada Tabel 2.1 di bawah ini yang mencantumkan penelitian-penelitian terdahulu yang masih memiliki keterkaitan dengan penelitian ini beserta hasil yang ditemukan pada penelitian-penelitian tersebut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
1	Hui Ling Lim, Thiam Yong Kuek, Gaik Lynn Yeoh, Pei Ying Yeap, Dongwei Yang, Ke Xu, Satyam Gupta Mulchand, dan Gunjan Thakur (2022)	Factors Affecting Users' Behavioural Intention Toward Touch 'N Go E- Wallet in Malaysia	<i>Social influence, perceive ease of use, dan perceived security</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>behavioural intention</i> dalam penggunaan TNG <i>e-wallet</i>
2	Nguyen, Nguyen, dan Tran (2020)	The Determinants of Consumer's Intention to Use E-wallet: The Case Study of MoMo in Vietnam	<i>Awareness of ease-to-use, social impact, perceived cost, perceived of use efficiency, dan perceived reliability</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>intention</i> dalam penggunaan <i>e-wallet</i> Momo.
3	Darmiasih dan Setiawan (2021)	Continuance usage intention and its antecedents on using	<i>Information quality, perceived privacy protection, dan</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
		OVO ewallet application in Denpasar	<p><i>perceived security protection</i> memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap <i>trust</i>. <i>Trust</i> memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap <i>continuance usage intention</i>. <i>Information quality</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap <i>continuance usage intention</i>.</p> <p><i>Perceived privacy protection</i> memiliki hubungan yang signifikan terhadap <i>continuance usage intention</i>. <i>Perceived security protection</i> memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap <i>continuance usage intention</i>.</p>
4	Nguyen Ngoc Duy Phuong, Ly Thien	Examining Customers'	<i>Perceived ease of use</i> , dan <i>perceive usefulness</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
	Luan, Vu Van Dong dan, dan Nguyen Le Nhat Khanh	Continuance Intentions towards E-wallet Usage: The Emergence of Mobile Payment Acceptance in Vietnam	memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>customer satisfaction</i> , sehingga mempengaruhi <i>customer's continuance intention</i> dari <i>e-wallet</i> . <i>Trust</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>customer's continuance intention</i> dari <i>e-wallet</i>
5	Md Wasiul Karim, Ahasanul Haque, Mohammad Arije Ulfy, Md Alamgir Hossain, dan Md Zohurul Anis (2020)	Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults	<i>Perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>privacy and security</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>behavioural intention</i> dalam penggunaan <i>e-wallet</i>
6	Marvello Yang, Abdullah Al Mamun 2, Muhammad Mohiuddin, Noorshella Che Nawi, dan Noor Raihani Zainol (2021)	Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets	<i>Perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , <i>social influence</i> , dan <i>perceived trust</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>intention to use e-wallet</i> .

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
7	Kelvin, Zaidi, dan Jais (2020)	Factor Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, dan reward</i> berpengaruh positif terhadap <i>users' adoption of e-wallet</i> . <i>Perceived risk</i> berpengaruh secara negative terhadap <i>users' adoption of e-wallet</i> .

