

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pemasaran

Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang terdiri dari unsur-unsur program pemasaran yang harus diperhatikan untuk dilaksanakan agar strategi pemasaran dan positioning nya berhasil (Sumardjono & Ardila, 2018)

2. Minat Penggunaan

Minat penggunaan dapat dilihat dari sejauh mana seseorang secara sadar berencana untuk melakukan atau bahkan tidak melakukan sesuatu yang diprediksi dimasa depan.

a. Pengertian Minat Penggunaan

Menurut Purwanto et al (2020:34), menjelaskan bahwa minat penggunaan merupakan tingkat kesiapan seseorang dalam menggunakan atau keinginan untuk menggunakan kembali objek tersebut.

Menurut Purwanto et al (2020:34) minat penggunaan merupakan kesadaran pengguna dalam berperilaku untuk melakukan suatu kegiatan.

Menurut Davis (2023:163) menggambarkan bahwa minat penggunaan merupakan antusiasme seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, jika ada hal yang dapat memberikan manfaat maka

individu tersebut akan berminat sehingga mencapai sebuah kepuasan tersendiri.

Menurut penjelasan para ahli yang telah dijabarkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat penggunaan merupakan suatu keinginan individu dalam melakukan sesuatu dengan cara tertara dan terpikir sebelum bertindak, ketika ada hal yang dianggap dapat memberikan manfaat dan tidak akan merugikannya, maka seseorang tersebut akan berminat untuk menggunakannya. Jika seseorang tertuju pada suatu objek semuanya harus diawali dengan adanya minat dalam hal tersebut.

b. Jenis-jenis Minat

Menurut Muhajirin (2023:43), minat dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu:

1) Minat primitif

Minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan sehari-hari manusia, yang artinya minat tersebut meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme. Contohnya kebutuhan makan, minum, bergaul dan sebagainya.

2) Minat kultular

Minat ini dapat disebut juga sebagai minat sosial, artinya minat yang diperoleh dari proses belajar dan minat kultular lebih tinggi nilainya dibanding minat primitif.

c. Tujuan dan Manfaat Minat Penggunaan

Tujuan bagi minat yaitu sebagai pendorong keinginan seseorang, penguat seseorang dan sebagai penggerak seseorang untuk melakukan sesuatu atas dasar dari dalam dirinya dengan tujuan dan arah tingkah laku sehari-hari. Menurut Sardiman (2023:16), menyatakan bahwa ada 3 tujuan minat yaitu:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat.
- 2) Menentukan arah perbuatan yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai.
- 3) Menyeleksi suatu perbuatan.

Sedangkan manfaat dari minat menurut Rizanata (2023:16), menjelaskan yaitu timbulnya suatu kepercayaan terhadap suatu produk yang berdampak pada seseorang tersebut dalam proses penggunaan secara berkelanjutan bagi calon pelanggan ataupun pelanggan.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan, faktor tersebut dapat diukur menggunakan teori yang menjelaskan perihal tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Menurut Fahmi (2023:210), menyatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi tumbuhnya minat, sebagai berikut:

1) Faktor dorongan dari dalam

Faktor yang terjadi karena kebutuhan-kebutuhan dari dalam diri manusia itu sendiri, seperti dorongan fisik, motivasi, dan Upaya untuk melindungi ataupun menghindarkan diri dari rasa takut, rasa sakit, dan rasa keingintahuan.

2) Faktor motif sosial

Faktor ini muncul karena penyesuaian diri dengan lingkungannya dan berharap dapat diterima bahkan diakui oleh aktivitas dan lingkungannya dalam mengupayakan suatu kebutuhan sosial seperti bekerja, mengakui status, memberikan perhatian, dan mendapatkan penghargaan.

3) Faktor emosional

Faktor yang akan muncul karena adanya minat yang terkait erat dengan kondisi rasa dan emosi. Ketika seseorang berhasil dalam aktivitas yang didorong oleh minat, maka hal tersebut berhasil membuat mereka mendapatkan perasaan senang sekaligus memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya jika ada seseorang mengalami kegagalan hal tersebut akan membuat minat menjadi berkurang.

e. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Muhajirin (2023:45) terdapat 4 indikator dalam minat penggunaan, yaitu:

1) Minat transaksional

Kecenderungan seseorang untuk menggunakan produk/jasa.

2) Minat referensial

Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan atau merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

3) Minat preferensial

Perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama atau tujuan perilaku utama pada produk/jasa tersebut, jika terjadi sesuatu hal preferensi dapat diganti.

4) Minat eksploratif

Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait produk/jasa yang sedang diminatinya untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk/jasa tersebut.

Menurut Mayasari (2023:18), indikator minat penggunaan ada 5 macam diantaranya:

1) Niat.

2) Motivasi.

3) Eksploratif.

4) Kemampuan.

5) Kontrol perilaku.

Adapun indikator-indikator minat penggunaan menurut Agustino et al (2021:406), sebagai berikut:

1) Ketertarikan pada obyek minat.

Seseorang harus memiliki perhatian yang selalu tertuju dan berpusat kepada dompet *digital*.

2) Perasaan senang.

Jika pengguna berminat menggunakan dompet *digital* harus memiliki perasaan yang senang dalam menggunakannya.

3) Kecenderungan untuk menggunakan produk/jasa.

Sering atau tidaknya pengguna dalam berkeinginan untuk menggunakan dompet *digital* dalam kehidupan sehari-hari.

Minat seseorang diwujudkan dengan cara menelaah manfaat serta dampak yang akan dirasakan setelah menggunakan produk/jasa tersebut. Seperti mencoba terlebih dahulu, setelah produk/jasa tersebut bermanfaat dan bahkan akan minat seseorang untuk menggunakannya akan timbul dan meningkat.

3. Persepsi Keamanan Pengguna

Keamanan didalam pembayaran dompet digital sangat beresiko jika digunakan sebagai pengiriman informasi sensitif atau informasi pembayaran yang penting, maka dari itu sistem yang dimiliki harus terjamin dan terbukti aman.

a. Pengertian Persepsi Keamanan

Menurut Purwanto et al (2020:35) mengemukakan bahwa persepsi keamanan adalah sebuah bentuk rasa aman yang pengguna miliki kepada perusahaan bahwa data diri pribadinya tidak akan

dilihat, disimpan, bahkan disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak sah, atau *provider* jasa pembayaran *online* saat sedang melakukan transaksi pembayaran.

Menurut Aditya (2022:247), menjelaskan tentang persepsi keamanan merupakan sebagai suatu persepsi konsumen atau seseorang terhadap keamanan dalam melakukan berbagai macam transaksi melalui *fintech* termasuk *e-commerce*.

Menurut Rahmawati & Yuliana (2023:186) menjelaskan persepsi keamanan adalah suatu proteksi dimana seseorang merasa terjaga dari sebuah ancaman-ancaman asset informasi yang akan timbul.

Menurut penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keamanan adalah hal yang sangat penting dalam setiap sistem yang mengimplementasikan teknologi informasi, mencegah terjadinya penyalahgunaan data jika terjadi kerusakan sistem teknologi informasi.

b. Tingkatan Keamanan

Menurut Muhajirin (2023:61-62), menyatakan bahwa keamanan sistem teknologi mempunyai 3 tingkatan, yaitu:

1) Tingkat *Entry*

Informasi statistik mengenai produk/jasa yang bersangkutan.

Contohnya fitur-fitur pembelian pada *merchant*.

2) Tingkat *Intermediate*

Menawarkan seluruh layanan informasi seperti pada tingkatan *entry* dengan layanan interaktif. Contohnya akan terjadinya sebuah pembayaran baik pembelian *merchant* atau transaksi lainnya.

3) Tingkat *Advanced*

Sistem layanan yang menawarkan seluruh fungsionalitas dan keamanan.

Menurut Nurul et al (2022:565) menjelaskan bahwa ada 3 aspek penting keamanan yang digunakan sebagai penanganan maupun pengendalian sistem keamanan, yaitu sebagai berikut:

1) *Confidentiality*

Yaitu aspek yang memastikan bahwa informasi hanya bisa diakses oleh orang yang berwenang.

2) *Integrity*

Yaitu aspek yang menjaga keakuratan dan keutuhan data informasi, tanpa melakukan pengubahan data tanpa seizin pihak yang berwenang.

3) *Availability*

Yaitu aspek yang memberikan sebuah jaminan ketersediaan data saat hendak dibutuhkan, kapanpun dan dimanapun.

c. Indikator Persepsi Keamanan

Menurut Raman & Viswanathan (2023:23), menjelaskan ada 2 indikator keamanan, antara lain:

1) Kerahasiaan atau Privasi

Perlindungan terhadap ancaman keamanan dan mengontrol informasi data pribadi pengguna. Dan sebagai pengguna diberi hak untuk memiliki control atas pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri.

2) Jaminan Keamanan

Perlindungan data pribadi merupakan faktor penentu tentang kepercayaan pengguna dan merupakan hal terpenting dalam sebuah transaksi. Jika keamanan data pribadi dalam sebuah transaksi terancam pengguna tidak akan menggunakannya kembali.

Menurut Wardhani (2022:18-19), menjelaskan bahwa terdapat 6 hal utama yang menjadi indikator keamanan, sebagai berikut:

1) Integritas (*Integrity*)

Tidak adanya pengubahan sebuah sistem informasi tanpa izin dari pihak yang bertanggung jawab atau bersangkutan.

2) Pencegahan Penyangkalan (*Nonrepudiation*)

Tidak mengingkari kesepakatan pasca transaksi, dimana terjadi penolakan secara tiba-tiba atas perintah atau pembayaran apapun.

3) Keaslian (*Authentication*)

Dapat mengidentifikasi terkait pembatasan pengaksesan oleh pihak ketiga, serta memberikan informasi yang sebenarnya.

4) Kerahasiaan (*Confidentiality*)

Menjanjikan bahwa data pribadi konsumen hanya mereka yang berwenang yang memiliki kewenangan untuk melihatnya.

5) Privasi (*Privacy*)

Dapat menjaga kerahasiaan informasi data pribadi dari pihak yang tidak berhak untuk mengaksesnya.

6) Ketersediaan (*Availability*)

Sistem layanan informasi yang tersedia terhubung dengan fungsi dan informasi yang ada.

Menurut Maharani (2024:168), merumuskan bahwa terdapat 4 indikator keamanan, sebagai berikut:

1) *Authentication*

Memastikan terkait verifikasi data identitas dengan benar, sehingga tidak akan terjadi akses sembarang.

2) *Confidentiality*

Hanya memberikan akses untuk orang yang berkepentingan, antara pengirim dan penerima.

3) *Integrity*

Tidak ada perubahan secara tiba-tiba tanpa persetujuan pihak yang berwenang baik secara disengaja maupun tidak.

4) *Non-repudiation*

Memperhatikan mekanisme penyangkalan transaksi tanpa izin pihak yang bersangkutan.

4. Persepsi Manfaat Pengguna

Persepsi manfaat dapat dikatakan sebagai sejauh mana seseorang mengantisipasi bahwa dengan mengaplikasikan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja kehidupan sehari-hari.

a. Pengertian Persepsi Manfaat

Menurut Davis (2023:165) persepsi manfaat merupakan perasaan seseorang ketika merasa bahwa sebuah teknologi informasi berguna untuk memudahkan proses dalam kesehariannya, maka dia akan menggunakan sistem tersebut.

Menurut Wijanarko (2024:94), menjelaskan tentang persepsi manfaat adalah persepsi individu perihal sejauh mana kecanggihan zaman dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka.

Menurut Purwanto et al (2020:35) mengartikan persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap manfaat yang dimiliki suatu sistem tertentu, sehingga dapat mempermudah pekerjaannya.

Dapat disimpulkan berdasarkan ketiga teori yang telah dijabarkan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu istilah yang mencerminkan manfaat dari suatu sistem atau teknologi, yang dimana jika menggunakannya dapat meningkatkan sistem pembelajaran.

b. Tujuan Persepsi Manfaat

Menurut Sati & Ramaditya (2023:21) tujuan dari sebuah persepsi manfaat yaitu agar mempermudah kehendak konsumen dalam menggunakan sebuah produk atau jasa yang diharapkan, sehingga dapat meningkatkan performa terhadap pekerjaan mereka karena diperkirakan mempermudah bahkan mempercepat pekerjaan.

Dengan kita meningkatkan kinerja yang ada dapat memberikan banyak keuntungan lebih baik, baik dari segi fisik bahkan non fisik dikarenakan hasil yang ditemukan dapat lebih cepat dan lebih memuaskan.

c. Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Maharani (2024:165), menjelaskan bahwa indikator persepsi manfaat terdapat 4 indikator yaitu:

1) Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)

Diartikan sebagai aplikasi dapat mempersingkat waktu yang digunakan dalam menyelesaikan aktivitas.

2) Efektivitas (*effectiveness*)

Adalah suatu pekerjaan atau usahanya menjadi lebih efektif setelah menggunakan suatu sistem yang baru.

3) Produktivitas (*productivity*)

Memberikan peningkatan pada produktivitas pengguna, agar keseharian pengguna lebih produktif.

4) Kebermanfaatan secara keseluruhan (*overall usefulness*)

Merupakan suatu kondisi dimana sistem berguna untuk melakukan proses transaksi.

Menurut Ramadhani (2022:35), mengidentifikasi bahwa persepsi manfaat terdapat 4 dimensi yaitu sebagai berikut:

1) *Effectiveness*

Merupakan sudut pandang yang menjelaskan kemanfaatan suatu sistem sehingga dapat diaplikasikan secara maksimal dan dapat meningkatkan kinerja individu ataupun Perusahaan.

2) *Accomplish Faster*

Merupakan ukuran yang dapat menggambarkan seberapa banyak permasalahan yang dapat diselesaikan dengan cepat,, sehingga dapat menunjukan penghematan waktu dari penggunaan jasa atau produk.

3) *Usefull*

Merupakan suatu hal yang menggambarkan seberapa menguntungkannya sebuah sistem bagi tindakan seseorang, yang artinya memudahkan individu melakukan pekerjaannya.

4) *Advantageous*

Merupakan keuntungan dari suatu sistem untuk seseorang, sejauh mana suatu sistem dapat bermanfaat atau tidak bermanfaat bagi seseorang.

Menurut Davis (2023:166) menjelaskan bahwa indikator untuk persepsi manfaat sebagai berikut:

1) *Work more quickly*

Merupakan seseorang yang menggunakan suatu teknologi sehingga dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dan seseorang akan merasa bahwa teknologi yang digunakannya berguna, begitupun sebaliknya.

2) *Useful*

Merupakan seseorang yang menggunakan suatu teknologi merasa berguna untuk pekerjaannya dapat dikatakan bahwa kepercayaan seseorang akan teknologi tersebut akan meningkat, dan sebaliknya.

3) *Effectiveness*

Merupakan seseorang yang menggunakan suatu teknologi serta dapat menyelesaikan pekerjaannya secara efektif.

4) *Easier*

Merupakan seseorang yang merasa pekerjaannya semakin mudah dengan mengaplikasikan sistem teknologi.

5) *Performance*

Merupakan seseorang yang berpendapat bahwa performa kerjanya meningkat dengan mengaplikasikan sistem teknologi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu akan dijadikan acuan oleh peneliti untuk melakukan penelitian dan dapat digunakan sebagai data pendukung. Berikut penelitian terdahulu mengenai pengaruh persepsi keamanan pengguna dan manfaat terhadap minat penggunaan:

Tabel 1
Penelitian terdahulu

No	Judul	Peneliti	Variabel dan Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Efek mediasi Kepercayaan pada pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i>. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 12 No. 2, juni 2023 e-ISSN: 2623-2081 p-ISSN: 2089-8177 Pages 161-174 DOI:	Aulia Syahrina dan Irma Christiana	Minat Menggunakan: 1. Niat. 2. Motivasi. 3. <i>Eksploratif</i>. 4. Kemampuan. 5. Kontrol perilaku. Persepsi Manfaat: 1. Meningkatkan produktivitas. 2. Memiliki pengaruh dalam aktivitas. 3. Mempermudah tugas.	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan 1. Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i>.

	https://dx.doi.org/10.32502/jimn.v1i2.6041		4. Mempercepat tugas. 5. Kegunaan. Persepsi Kemudahan: 1. Mudah dipelajari. 2. Dapat dikontrol. 3. Fleksibel untuk ditempatkan. 4. Fleksibel dalam waktu. 5. Fleksibel untuk dipilih. Kepercayaan: 1. Integritas. 2. Ketersediaan. 3. Kebaikan. 4. Kompetensi 5. Kemampuan.		
2	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan <i>fintech</i> . Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Vol. 24 No. 2 (2022) ISSN: 1411-1713 Pages 245-258 DOI: https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330	Trisna Aditya, dan Luh Putu Mahyuni.	Pengaruh Literasi Keuangan: 1. Pengetahuan dasar. 2. Pengelolaan keuangan. 3. Pengelolaan kredit. 4. Pengelolaan tabungan. 5. Investasi. Persepsi Kemudahan: 1. Mudah dipelajari. 2. Dapat dikontrol 3. Jelas dan dapat dipahami.	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>fintech</i> . 2. persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap

			4. Fleksibel. Manfaat: 1. Pekerjaan lebih cepat selesai. 2. Memudahkan pekerjaan. 3. Meningkatkan kinerja. 4. Meningkatkan produktivitas. Keamanan: 1. Kerahasiaan data. 2. Pengelolaan Data. 3. Jaminan keamanan. Minat Penggunaan: 1. Keinginan untuk menggunakan ulang. 2. Keinginan untuk menggunakan. 3. Merekomendasikan ke orang lain.		minat penggunaan <i>fintech</i> .
3	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self Efficacy, Perceived Ease of Use</i> , dan <i>Perceived Security</i> terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology</i> (Studi pada pengguna Fitur Layanan GoPay	Oka Meliyana Fatimah, dan Syamsiah	<i>Perceived Usefulness</i>: 1. <i>Useful in everyday life.</i> 2. <i>Makes activities faster.</i> 3. <i>Increases productivity.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>Perception of usefulness</i> berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan GoPay.

	di STIE Madani Balikpapan Tahun 2019) Jurnal Akuntansi Manajemen Madani Vol. 9, No 2, Oktober 2023 ISSN: 2395-7492 DOI: https://doi.org/10.51882/jamm.v9i2.70		4. <i>Useful for transaction activities.</i> <i>Perceived Trust:</i> 1. <i>Integrity.</i> 2. <i>Competence.</i> 3. <i>Benevolence.</i> <i>Perceived Self Efficacy:</i> 1. <i>Level Dimension.</i> 2. <i>Generality Dimension.</i> 3. <i>Strength Dimension.</i> <i>Perceived Ease of Use:</i> 1. <i>Easy to learn to use.</i> 2. <i>Easy to access services.</i> 3. <i>Clear and understandable interactions.</i> 4. <i>Easy to use as accepted.</i> <i>Perceived Security:</i> 1. <i>Integrity.</i> 2. <i>Privacy.</i> Minat Menggunakan: 1. Minat tetap menggunakan. 2. Merekomendasikan ke orang lain.		2. Variabel <i>Perceived Security</i> berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan an GoPay.
4	<i>Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and</i>	Muhammad Fuad Wijanarko	<i>Perceived Ease of Use:</i> 1. <i>Easy to understand.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>perceived</i>

	<i>Perceived Security on Intention to Use Brimo Mobile Banking with Trust as Mediation.</i> <i>Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)</i> Vol. 3 No. 4 (2024) ISSN-E: 2808-0718 Pages: 93-110 DOI: https://doi.org/10.55927/ijba.v4i1.8122	dan Janfry Sihite.	2. <i>Easy to use.</i> 3. <i>Easy to access.</i> <i>Perceived Usefulness:</i> 1. <i>Effectiveness.</i> 2. <i>Work more quickly.</i> 3. <i>Productivity.</i> <i>Perceived Security:</i> 1. <i>Integrity.</i> 2. <i>Authentication.</i> 3. <i>Privacy.</i> <i>Trust:</i> 1. <i>Integrity.</i> 2. <i>Competence.</i> 3. <i>Benevolence.</i> 4. <i>Willingness to depend.</i> <i>Intention to Use:</i> 1. <i>Preferensial.</i> 2. <i>Referensial.</i> 3. <i>Transaksional.</i>	Least Square (SEM - PLS)	<i>usefulness has a positive and significant influence on intention to use.</i> 2. Variabel <i>Perceived Security</i> has a positive and significant influence on intention to use.
5	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust</i> dan <i>Security</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use BRI Mobile</i> (Studi kasus pada pengguna Brimo di Kota Pekanbaru) Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan Vol. 18 No. 1 Februari 2024 P-ISSN: 1907-4174 E-ISSN: 2621-0681	Salsabila Aprilia Maharani, dan Eva Sundari	Persepsi manfaat: 1. <i>Effectiveness.</i> 2. <i>Accomplish Faster.</i> 3. <i>Usefull.</i> 4. <i>Advantageous.</i> Persepsi kemudahan: 1. <i>Easyness.</i> 2. <i>Clear and Understandable.</i> 3. <i>Easy to Learn.</i> 4. <i>Overall Easiness.</i> Kepercayaan: 1. <i>Ability.</i>	Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap <i>behavioural intention to use.</i> 2. Variabel <i>security</i> memiliki

	DOI: https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2975		2. <i>Integrity.</i> 3. <i>Benevolence.</i> Keamanan: 1. <i>Authentication.</i> 2. <i>Confidentiality.</i> 3. <i>Integrity</i> 4. <i>Non-repudiation.</i> Minat penggunaan: 1. <i>Performance expectancy.</i> 2. <i>Effort expectancy.</i> 3. <i>Social influence.</i> 4. <i>Facilitating conditions.</i>		pengaruh positif dan substansial terhadap <i>behavioural intention to use.</i>
6	<i>The effect of Perceived Security, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on consumer Behavioral Intention through Trust in digital payment platform.</i> <i>International Journal of Data and Network Science</i> Vol. 6 (2022) ISSN . 2861–0874 Pages . 861–874 DOI: https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010	Hotlan Siagian, Zeplin Jiwa Husada Tarigana, Sautma Ronni Basanaa, dan Ribut Basuki.	<i>Perceived Security:</i> 1. <i>Having a mechanism that ensures the security.</i> 2. <i>Demonstrating great concern.</i> 3. <i>Having sufficient technical capabilities.</i> 4. <i>Being confident.</i> 5. <i>Be certain that unauthorized parties will not intercept the data I send.</i> 6. <i>Believe that third parties will not change the data I send.</i> <i>Perceives usefulness:</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>Perceived Security</i> has a significant effect on consumer <i>Behavioral Intention.</i> 2. Variabel <i>Perceived Usefulness</i> has a significant effect on consumer <i>Behavioral Intention.</i>

			1. <i>Work more quickly.</i> 2. <i>Practical.</i> 3. <i>Increase Produktivity.</i> 4. <i>Effectiveness.</i> 5. <i>Improve Job Performance.</i> <i>Perceived ease of use:</i> 1. <i>Easy to use.</i> 2. <i>Easy to understand.</i> 3. <i>Easy to interact clearly.</i> 4. <i>Can be quickly use.</i>		
7	<i>The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and Social Influence toward Intention to Use Mediated by Trust.</i> <i>Journal of Applied Management (JAM)</i> Vol. 20 No. 1, March 2022. ISSN: 1693-5241 DOI: http://dx.doi.org/1021776/ub.jam.2022.020.01.12	Ilham Agung Kurniawan, Mugiono, dan Risna Wijayanti.	<i>Perceived Usefulness:</i> 1. <i>Work more quickly.</i> 2. <i>Job performance.</i> 3. <i>Increase productivity.</i> 4. <i>Effectiveness.</i> 5. <i>Makes job easier.</i> 6. <i>Useful.</i> <i>Perceived Ease Of Use:</i> 1. <i>Ease of learning.</i> 2. <i>Easily do what users want.</i> 3. <i>Convenience that can increase user desires.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>Perceived Usefulness</i> has a significant positive impact on <i>Intention to Use</i>.

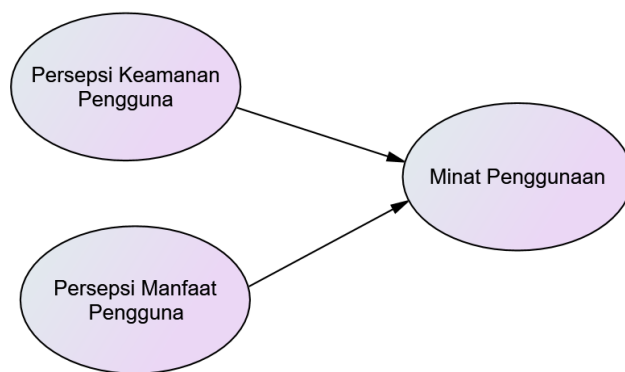
			4. <i>Ease of operation.</i> <i>Social Influence:</i> 1. <i>Subjective norms.</i> 2. <i>Visibility.</i> <i>Intention to Use:</i> 1. <i>Intend to use.</i> 2. <i>Used for the future.</i> 3. <i>Attraction to the object of interest.</i> 4. <i>Tend to always use.</i> <i>Trust:</i> 1. <i>Willingness to depend.</i> 2. <i>Abilities.</i> 3. <i>Virtue.</i> 4. <i>Integrity.</i>		
8	<i>The Effect of Perceptions of Use, Perceptions of Ease of Use, and Security on the Intention of Millennial Customers to Use BNI Mobile Banking through Customer Trust as Intervening Variables.</i> <i>International Journal Management and Economic</i> Vol. 1 No. 3, September 2022. pISSN: 2829-0399 eISSN: 2829-0526 Page 45-55	Septi Mariani Tis'a Ramadhania, Angga Putri Ekanovab, Risa Amanda Putri.	<i>Perceptions Usefulness:</i> 1. <i>Work more quickly.</i> 2. <i>Improve job performance.</i> 3. <i>Increase productivity.</i> 4. <i>Make job easier.</i> 5. <i>Effectiveness.</i> <i>Perceptions of Ease of Use:</i> 1. <i>Easy to learn.</i> 2. <i>Clear and understandable.</i> 3. <i>Ease to use.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>Perceived Benefits</i> have a direct influence on <i>Intention to Use mobile banking.</i> 2. Variabel <i>Security</i> has a direct influence on <i>Intention to</i>

	DOI: https://doi.org/10.56127/ijme.v1i3.293		4. <i>Easy to become skilled.</i> 5. <i>Flexible.</i> Security: 1. <i>System security.</i> 2. <i>Assurance of service security.</i> 3. <i>Ensure security and confidentiality.</i> 4. <i>Personal information is guaranteed and protected.</i> 5. <i>Will not misuse customer's personal information.</i> On the Intention: 1. <i>Desire.</i> 2. <i>Suitability.</i> 3. <i>Transaction.</i> 4. <i>Quality.</i> 5. <i>Recommendation.</i> Trust: 1. <i>Can be trusted.</i> 2. <i>Protect interests.</i> 3. <i>Information provided.</i> 4. <i>Security.</i> 5. <i>Tendency to believe.</i>		<i>Use mobile banking.</i>
9	<i>The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to</i>	Mohammed A. Al-Sharafi, Ruzaini	<i>Perceived Ease of Use:</i> 1. <i>Easy to learn.</i> 2. <i>Flexible.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel <i>Perceived</i>

	<i>Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust.</i> <i>International journal of innovative computing.</i> Vol. 7 No. 1 (2019) Pages 9-14. DOI: https://doi.org/10.11113/IJIC.V7N1.139	Abdullah Arshah, Fadi A.T. Herzallah, dan Qasim Alajmi.	3. <i>Clear.</i> 4. <i>Understandabl e.</i> <i>Usefulness:</i> 1. <i>Performance.</i> 2. <i>Productivity.</i> 3. <i>Effectiveness.</i> 4. <i>Overall usability.</i> <i>Intention to Use:</i> 1. <i>Planning to use.</i> 2. <i>Reusing.</i> 3. <i>Recommending</i> <i>Trust:</i> 1. <i>Integrity.</i> 2. <i>Trust.</i> 3. <i>Consistency.</i>	<i>Least Square (SEM - PLS)</i>	<i>Usefulness has a significant positive impact on Intention to Use.</i>
10	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>Fintech</i> dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Generasi Z Kota Medan. Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Vol. 6 No. 5 (2024) E-ISSN: 2656-4351 P-ISSN 2656-2871 Pages 5285 – 5303 https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2267	Nurhayati, dan Ade Gunawan.	Persepsi Manfaat: 1. <i>Productivity.</i> 2. <i>Effectiveness.</i> 3. <i>Work more quickly.</i> Persepsi Kemudahan: 1. <i>Easy to use.</i> 2. <i>Easy to understand.</i> 3. <i>Easy to interact clearly.</i> Minat Menggunakan: 1. <i>Preferensial.</i> 2. <i>Referensial.</i> 3. <i>Transaksional.</i> Kepercayaan: 1. <i>Willingness to depend.</i> 2. <i>Abilities.</i> 3. <i>Virtue.</i>	<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS)</i>	Hasil penelitian ini menyatakan: 1. Variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi <i>fintech</i> pada generasi Z di kota Medan.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan kerangka yang mendefinisikan kaitan antara variabel persepsi keamanan pengguna (X1), dan persepsi manfaat pengguna (X2) terhadap minat menggunakan (Y). Berikut merupakan kerangka pemikiran yang digunakan oleh peneliti, yaitu:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- H1 : Pengaruh positif dan signifikan persepsi keamanan pengguna terhadap minat penggunaan.
- H2 : Pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat pengguna terhadap minat penggunaan.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, selanjutnya peneliti menyusun sebuah hipotesis. Menurut Sugiyono (2023:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara

karena jawaban yang dikemukakan masih berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, maka dari itu selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya secara empiris/nyata, dan peneliti akan melakukan pengumpulan data sesuai populasi tertentu yang telah ditetapkan. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh positif dan signifikan Persepsi Keamanan pengguna terhadap Minat Penggunaan

Menurut Purwanto et al (2020:35) mengemukakan bahwa persepsi keamanan pengguna adalah sebuah bentuk rasa aman yang pengguna miliki kepada perusahaan bahwa data diri pribadinya tidak akan dilihat, disimpan, bahkan disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak sah, atau *provider* jasa pembayaran *online* saat sedang melakukan transaksi pembayaran. Dibutuhkan keamanan yang menjamin, aman dan baik untuk mempengaruhi minat penggunaan serta untuk kenyamanan pengguna dan kemajuan perusahaan lebih meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aditya & Mahyuni (2022:254) menyimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Penelitian menurut Siagian et al (2022) menyimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Maka dari itu berdasarkan penjabaran diatas, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pengaruh positif dan signifikan persepsi keamanan pengguna terhadap minat penggunaan dompet *digital* DANA.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat Pengguna terhadap Minat Penggunaan.

Menurut Purwanto et al (2020:35) mengartikan persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap manfaat yang dimiliki suatu sistem tertentu, sehingga dapat mempermudah pekerjaannya. Oleh sebab itu, seorang konsumen kemungkinan untuk memutuskan menggunakan suatu sistem didasarkan pada keyakinan bahwa sistem tersebut diharapkan dapat membawa dampak pada peningkatan kinerja mereka sehingga menimbulkan minat pengguna.

Persaingan yang sangat ketat antar perusahaan *financial technology* (*Fintech*), maka dari itu perusahaan harus terus memperhatikan keluhan-keluhan yang terjadi pada perusahaannya sebagai evaluasi menjadi lebih baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syahrina (2023:170) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian menurut Siagian et al (2022) menyimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Maka dari itu berdasarkan penjabaran diatas, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H2 : Pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat pengguna terhadap minat penggunaan dompet *digital* DANA.