

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Latar Belakang Teori

##### 1. Dompot *digital* (E-Wallet)

Gutman et al (1993) sebagaimana Steshenko et al (2020) berpendapat bahwa dompet *digital* merupakan memori untuk menyimpan setidaknya saldo yang sesuai dengan rekening di lembaga keuangan, dan penerima panggilan selektif untuk menerima nirkabel pesan yang dikirimkan dari pemancar jarak jauh, pesan nirkabel termasuk informasi keuangan yang berkaitan dengan saldo untuk mengkonfirmasi transaksi keuangan dengan lembaga keuangan. Pengontrol, yang digabungkan ke memori, dan penerima dapat memperbarui keseimbangan dalam memori sebagai tanggapan atas pesan nirkabel.

Menurut Blinn et al (2006) dompet *digital* tersedia untuk pengguna dan mampu menyimpan berbagai macam jenis akun (termasuk akun pembayaran dan tradisional akun kartu kredit). Identifikasi akun yang sesuai dengan pengguna ditampilkan kepada pengguna dan pengguna diizinkan untuk mengubah akun tersebut. dompet *digital* juga memungkinkan pengguna untuk menggabungkan dana dari beberapa akun berbeda menjadi satu akun. Dompot *digital* juga bisa dimanfaatkan untuk membeli barang dan atau jasa dari pedagang yang sudah terverifikasi, hanya akun pedagang yang sudah terverifikasi yang tersedia untuk pengguna.

Menurut Deaton (2002) dompet *digital* berfungsi untuk menerima, memelihara, dan memungkinkan pengambilan berbagai bentuk

perangkat tambahan, seperti kupon elektronik, sertifikat hadiah elektronik, diskon elektronik, dan sejenisnya.

Dompot *digital* juga berfungsi sebagai dompet *digital* utama dan dengan demikian menerima dan memanfaatkan sejumlah dompet *digital* bawaan, yang masing-masing dapat dioperasikan secara terpisah dalam kerangka dompet *digital*. Selain itu, setiap dompet *digital* bawaan memiliki fitur dan atau fungsi yang berbeda. Dompot *digital* utama juga dapat menerima, memelihara, dan mengizinkan akses ke daftar belanja item yang secara otomatis dihapus atau ditandai untuk dihapus ketika item yang sesuai dengan item daftar belanja dari daftar belanja di dompet *digital* dibeli secara *online* menggunakan dompet *digital* utama atau di toko fisik melalui terminal ritel, kios, atau sejenisnya yang menggunakan dompet *digital* utama).

Menurut Von Behren & Wall (2016) dompet *digital* merupakan fasilitasi perdagangan yang cepat, nyaman, dan aman menggunakan ponsel perangkat elektronik {atau perangkat elektronik non-seluler} dan menyimpan informasi yang terkait dengan transaksi, seperti konfirmasi pembelian dan tanda terima. Dompot *digital* dapat menyimpan informasi untuk digunakan dalam transaksi, termasuk informasi yang terkait dengan satu atau lebih akun keuangan, informasi pengguna, dan informasi pengiriman. Untuk menyelesaikan pembelian *online*, dompet *digital* dapat berinteraksi dengan situs web pedagang untuk mendapatkan informasi terkait pembelian tersebut. Dompot *digital* menyediakan antarmuka pengguna bagi pengguna untuk meninjau dan mengkonfirmasi informasi pembelian antarmuka pengguna juga memungkinkan pengguna untuk memilih dari beberapa opsi pembayaran, menyesuaikan informasi pengiriman, atau memberikan informasi yang diminta oleh pedagang. Dibidang pencarian dompet *digital* juga terdapat klasifikasi yang akan mengirimkan konfirmasi pengguna ke situs *web* pedagang dan

menerima tanda terima untuk pembelian. Dompot *digital* dapat menyimpan tanda terima dan menyinkronkan tanda terima dengan lokasi penyimpanan jauh).

Jadi dapat disimpulkan bahwa dompet *digital* merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan oleh pengguna untuk melihat saldo pengguna, membeli barang atau dan jasa pedagang yang telah terverifikasi ataupun menggunakannya untuk keperluan transaksi keuangan lainnya secara *online* dapat melalui *smartphone* pengguna, yang manfaatnya hampir sama dengan sebuah kartu kredit atau debit.

## 2. Niat Menggunakan

Menurut Fishbein & Ajzen (1977) sebagaimana yang dikutip oleh Madan & Yadav (2016) yang mendefinisikan “*behavioral intention (BI) refers to the measure or degree of intensity of an individual’s intention to perform a specific behaviour*”. (Artinya, Perilaku niat mengacu pada ukuran atau derajat intensitas niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu).

Perilaku niat konsumen berdampak langsung terhadap perilaku konsumen, hal ini didukung oleh dua teori yang sudah tersebar luas dalam literatur adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Ajzen dan Fishbein (1977) dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* menurut Ajzen (1991).

Pada penelitian-penelitian sistem informasi, perilaku niat merupakan indikator penting saat menilai penggunaan teknologi informasi dan juga landasan untuk pengembangan contohnya pada penelitian *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh (Davis, 1989), dan juga *Innovation Diffusion Theory (IDT)* oleh Rogers (2010). Niat sering digunakan untuk memahami bagaimana sikap bisa berpengaruh pada perilaku sesungguhnya J. Huang et al (2004) sebagaimana dikutip oleh Liébana-Cabanillas et al (2018).

Menurut Davis (1989) niat menggunakan adalah sejauh mana niat dalam diri pengguna untuk menggunakan sistem informasi dan teknologi di masa depan. Menurut Liébana-Cabanillas et al (2018) niat untuk menggunakan dianggap dan terbukti sebagai indikator utama dalam penggunaan layanan seluler oleh konsumen.

Jadi disimpulkan bahwa niat menggunakan adalah sejauh mana niat dalam diri pengguna untuk menggunakan sistem informasi khususnya pada layanan seluler.

Berikut penelitian yang menggunakan niat untuk menggunakan sebagai indikator dalam penelitian mereka dibidang pembayaran mobile (Liébana-Cabanillas et al., 2017, 2018; Nag & Gilitwala, 2019; Patel & Patel, 2018; D.-H. Shin, 2009).

Berdasarkan teori-teori tersebut banyak peneliti yang menggunakan indikator-indikator untuk mengukur variabel niat menggunakan. Morosan & DeFranco (2016) telah membuat empat indikator untuk mengukur variabel niat menggunakan, yaitu:

- 1) *I intend to use NFC mobile payments in hotels in the future*  
(Saya bermaksud menggunakan pembayaran seluler NFC di hotel di masa mendatang)
- 2) *I will always try to use NFC mobile payments in my hotel stays*  
(Saya akan selalu mencoba menggunakan pembayaran seluler NFC di masa inap hotel saya)
- 3) *I will recommend to others using NFC mobile payments in hotels*  
(Saya akan merekomendasikan kepada orang lain menggunakan pembayaran mobile NFC di hotel)
- 4) *NFC mobile payments would be one of my favorite technologies for payment*  
(Pembayaran seluler NFC akan menjadi salah satu teknologi pembayaran favorit saya)

Tan et al (2014) menggunakan lima indikator untuk mengukur niat menggunakan:

- 1) *I am likely to use MCC in the near future* (Saya kemungkinan akan menggunakan MCC dalam waktu dekat)
- 2) *Given the opportunity, I will use MCC* (Jika diberi kesempatan, saya akan menggunakan MCC)
- 3) *I am willing to use MCC in the near future* (Saya bersedia menggunakan MCC dalam waktu dekat)
- 4) *I will think about using a mobile phone credit card* (Saya akan berpikir untuk menggunakan kartu kredit ponsel)
- 5) *I intend to use mobile payment services when the opportunity arises* ) (Saya bermaksud untuk menggunakan layanan pembayaran seluler saat kesempatan muncul).

Shin (2009) menggunakan tiga indikator untuk mengukur niat menggunakan:

- 1) *I will use IPTV in the future* (Saya akan menggunakan IPTV di masa mendatang).
- 2) *I intend to use IPTV as much as possible* (Saya berniat untuk menggunakan IPTV sebanyak mungkin).
- 3) *I will strongly recommend others to use IPTV* (Saya akan sangat menyarankan orang lain untuk menggunakan IPTV).

Berdasarkan beberapa pengukuran yang telah di paparkan, peneliti menggunakan tujuh indikator yang diadaptasi dari Morosan & DeFranco (2016), Tan et al (2014), dan Shin (2009), yaitu:

- 1) Saya bermaksud menggunakan Go-Pay dalam waktu dekat.
- 2) Saya akan selalu mencoba menggunakan Go-Pay.
- 3) Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan Go-Pay.

- 4) Go-Pay akan menjadi salah satu teknologi pembayaran favorit saya.
- 5) Jika ada kesempatan, saya akan menggunakan Go-Pay.
- 6) Saya akan berpikir untuk menggunakan Go-Pay.
- 7) Saya berniat menggunakan Go-Pay sebanyak mungkin.

### 3. Pengaruh Sosial

Menurut Patel & Patel (2018) pengaruh sosial dapat diartikan sebagai persepsi seseorang tentang teman, keluarga, kolega, teman sebaya dan kelompok sosial disekitar mereka menggunakan atau tidak menggunakan sistem informasi tersebut.

Menurut Venkatesh sebagaimana yang dikutip oleh Morosan & DeFranco (2016) definisi dari pengaruh sosial adalah sejauh mana seorang individu mempersepsikan tingkat persetujuan dari perilaku tertentu berdasarkan referensi pentingnya.

Menurut De Moraes & de Souza Meirelles (2017) pengaruh sosial ialah sejauh mana seseorang, menganggap penting jika orang lain disekitarnya mempercayai dia harus menggunakan sebuah sistem baru, pentingnya opini dari orang-orang yang mempengaruhi perilaku individu tersebut.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial adalah tingkat dimana individu mempersepsikan orang yang penting baginya (misalnya keluarga, teman, kolega, teman sebaya dan kelompok sosial disekitarnya) mempercayai bahwa mereka harus atau tidak harus menggunakan sistem tersebut.

Menurut Wu & Lee (2017) pengaruh sosial merupakan hasil kombinasi dari norma subjektif dan citra, mengacu pada derajat yang berpengaruh tentang bagaimana pengguna dipengaruhi oleh pemikiran, ide, dan tindakan yang berbeda disekitarnya. Sedangkan menurut

Kaitawarn (2015) pengaruh sosial dapat dibedakan menjadi tiga komponen yaitu norma subjektif, faktor sosial, dan citra.

Menurut Karahanna et al (1999) sebagaimana dikutip oleh Tan et al (2014) pengaruh sosial dapat dibedakan menjadi tiga komponen yaitu norma subjektif, citra, dan kesukarelaan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Venkatesh & Davis, 2000).

Menurut Venkatesh & Davis (2000) ada 3 Proses pengaruh sosial yaitu:

A. Norma Subjektif

Fishbein dan Ajzen (1975) sebagaimana dikutip oleh Tan et al (2014) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi orang tentang kebanyakan individu yang penting baginya memiliki pendapat bahwa dia perlu atau tidaknya melakukan suatu perilaku tersebut.

B. Kesukarelaan

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) kesukarelaan ialah sejauh mana sebuah pengadopsi potensial menganggap sebuah keputusan adopsi menjadi wajib atau sebaliknya.

C. Citra

Moore & Benbasat (1991) mendefinisikan citra sebagai *“the degree to which use of an innovation is perceived to enhance one’s . . . status in one’s social system.”* (Artinya, sejauh mana penggunaan inovasi dianggap dapat meningkatkan sebuah kualitas individu. . . dalam sistem status sosial individu). Teo & Pok (2003) menjelaskan bahwa konsumen mengadopsi layanan seluler baru untuk meningkatkan citra dan status sosial penggunanya.

Mengutip dari SimplyPsychology (2020) ada 3 jenis kesesuaian untuk pengaruh sosial diantaranya adalah:

### A. Kepatuhan

Ini mengacu pada contoh dimana seseorang mungkin setuju didepan umum dengan sekelompok orang, akan tetapi orang tersebut secara pribadi tidak setuju dengan sudut pandang atau perilaku kelompok tersebut.

### B. Internalisasi

Maksud dari internalisasi adalah publik mengubah perilaku agar sesuai dengan kelompok dan juga menyetujuinya secara pribadi.

### C. Identifikasi

Identifikasi terjadi ketika seseorang menyesuaikan dengan tuntutan peran sosial tertentu dalam masyarakat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial memiliki 3 komponen yang dapat mempengaruhinya di antaranya adalah norma subjektif yang merupakan persepsi orang terdekat tentang perlu tidaknya menggunakan teknologi yang dimaksud, kesukarelaan yang merupakan sejauh mana calon pengguna menganggap keputusan untuk menggunakan menjadi wajib atau tidak wajib, dan apakah penggunaan teknologi tersebut akan meningkatkan citra pengguna yang akan memakainya, selain itu pengaruh sosial juga memiliki 3 kesesuaian diantaranya adalah kepatuhan calon pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut, terlepas dari kesediaan calon pengguna, internalisasi calon pengguna menggunakan teknologi tersebut, sehingga mendorong calon pengguna untuk mengadopsi teknologi tersebut dan yang terakhir adalah identifikasi, dimana apakah tuntutan peran sosial calon pengguna mendukungnya untuk mengadopsi penggunaan teknologi tersebut.

Tan et al.,(2014) menggunakan lima indikator untuk mengukur pengaruh sosial yaitu:

- 1) *friend's suggestions and recommendations will affect my decision to use MCC* (saran dan saran teman akan memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan MCC).
- 2) *Family/relatives have influence on my decision to use MCC* (Keluarga / kerabat berpengaruh terhadap keputusan saya untuk menggunakan MCC).
- 3) *I will use MCC if my colleagues use it* (Saya akan menggunakan MCC jika kolega saya menggunakannya).
- 4) *I will use MCC if the service is widely used by people in my community* (Saya akan menggunakan MCC jika layanan tersebut digunakan secara luas oleh orang-orang di komunitas saya).
- 5) *MCC will enable me to improve my social status* (MCC akan memungkinkan saya untuk meningkatkan status sosial saya).

Morosan & DeFranco (2016) menggunakan tiga indikator untuk mengukur pengaruh sosial yaitu:

- 1) *People who are important to me think that I should use NFC mobile payments in hotels.* (Orang yang menurut saya penting berpikir bahwa saya harus menggunakan suatu pembayaran seluler NFC di hotel).
- 2) *People who influence my behavior think that I should use NFC mobile payments in hotels* (Orang yang dapat memengaruhi perilaku saya dalam berpikir bahwa saya harus memakai pembayaran seluler NFC di hotel).
- 3) *People whose opinions that I value prefer that I use NFC mobile payments in hotels* (Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan pembayaran seluler NFC di hotel).

Berdasarkan dua pengukuran yang telah di paparkan, peneliti menggunakan delapan indikator yang diadaptasi dari Tan et al (2014) dan Morosan & DeFranco (2016) yaitu:

- 1) Saran dan rekomendasi teman akan mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan Go-Pay
- 2) Keluarga / kerabat berpengaruh pada keputusan saya untuk menggunakan Go-Pay
- 3) Saya akan menggunakan Go-Pay jika rekan-rekan saya menggunakan
- 4) Saya akan menggunakan Go-Pay jika layanan tersebut digunakan secara luas oleh orang-orang di Komunitas saya.
- 5) Menggunakan Go-Pay memungkinkan saya untuk meningkatkan status sosial.
- 6) Orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan Go-Pay.
- 7) Orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan Go-Pay.
- 8) Orang yang pendapatnya saya hormati lebih suka saya menggunakan Go-Pay.

#### **4. Keamanan yang Dirasakan**

Menurut Moraes & de Souza Meirelles (2017) keamanan yang dirasakan merupakan hal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dari segala jenis risiko keuangan atau lainnya, selama bertransaksi, misalnya risiko pencurian identitas dan informasi rahasia warga negara. Kemudian menurut Morosan & DeFranco (2016) konseptualisasi keamanan dipersepsikan sebagai persepsi keamanan individu, bukan pada metrik objektif keamanan. Sedangkan menurut Harris et al (2011) yang dikutip Junadi (2015) keamanan yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan suatu sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi penggunanya.

Menurut Ghorban et al (2011) persepsi keamanan dapat dipengaruhi antara lain adalah pernyataan bahwa keamanan mudah ditemukan oleh konsumen dan perlindungan teknis konsumennya.

Salisbury et al (2001) mendefinisikan keamanan yang dirasakan adalah suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa sebuah sistem aman untuk mengirimkan informasi sensitif.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan adalah persepsi masyarakat yang menyimpulkan bahwa sebuah sistem aman dan dapat melindungi mereka dari hal-hal berisiko seperti pencurian identitas dan informasi pribadi lainnya.

Dalam konteks komersial, Shin (2010) berpendapat bahwa keamanan yang dirasakan merupakan sebuah persepsi pengguna tentang sistem tersebut apakah aman atau tidak untuk dipergunakan pelanggan bertransaksi, kemudian (D.-H. Shin, 2009) mendefinisikan keamanan yang dirasakan merupakan tingkat dimana pelanggan mempercayai bahwa memakai prosedur pembayaran seluler tertentu aman.

Yenisey et al.(2005) mendefinisikan keamanan yang dirasakan adalah sebagai tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan situs tertentu. Secara khusus Roboff & Charles (1998) sebagaimana dikutip Patel & Patel (2018) mencatat bahwa meskipun keamanan yang dirasakan pelanggan pada mereka kuat (Perusahaan penyedia jasa), namun keamanan yang dirasakan mereka pada teknologi lemah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan adalah tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna tentang sistem tertentu yang digunakan untuk bertransaksi keuangan, sehingga membuat pengguna merasa aman menggunakan sistem tersebut untuk keuangan mereka.

Huang & Cheng (2012) mendefinisikan keamanan yang dirasakan adalah sekumpulan prosedur, mekanisme dan suatu program komputer yang digunakan mengotentikasi sumber informasi dan lainnya untuk mencegah masalah seperti data dan jaringan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Tsiakis & Sthephanides (2005) yang dikutip oleh Teoh et al (2013) mendefinisikan keamanan yang dirasakan adalah seperangkat prosedur dan juga program guna memverifikasikan sumber informasi serta menjamin integritas dan privasi informasi.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan adalah sekumpulan prosedur yang menjamin informasi privasi pengguna tetap aman dan untuk menghindari masalah lainnya, seperti masalah data dan jaringan.

Morosan & DeFranco (2016) menggunakan empat indikator untuk mengukur pengaruh sosial yaitu:

- 1) *NFC mobile payment systems are secure systems through which to send sensitive information in hotels* (Sistem pembayaran seluler NFC adalah sistem aman yang digunakan untuk mengirim informasi sensitif di hotel).
- 2) *I would feel secure providing personal information when using NFC mobile payments in hotels* (Saya akan merasa aman memberikan informasi pribadi saat menggunakan pembayaran seluler NFC di hotel).
- 3) *I am not worried that information I provide when using NFC mobile payments could be used by other people* (Saya tidak khawatir informasi yang saya berikan saat menggunakan pembayaran seluler NFC dapat digunakan oleh orang lain).
- 4) *Overall, NFC mobile payment systems are safe to transmit sensitive information* (Secara keseluruhan, sistem pembayaran seluler NFC aman untuk mengirimkan informasi sensitif).

Singh & Srivastava (2018) menggunakan empat indikator untuk mengukur pengaruh sosial yaitu:

- 1) *I believe my mobile banking transaction information will not be lost during an online session* (Saya yakin informasi transaksi mobile banking saya tidak akan hilang selama sesi *online*).
- 2) *I believe my mobile banking transaction information will only reach the target bank account* (Saya yakin informasi transaksi mobile banking saya hanya akan sampai ke rekening bank target).
- 3) *The mobile device has enough safeguards to make me feel comfortable using it to conduct banking operations* (Perangkat seluler memiliki pengamanan yang cukup sehingga saya merasa nyaman menggunakannya untuk melakukan operasi perbankan).
- 4) *I am comfortable in conducting banking operations on the mobile* (Saya merasa nyaman dalam melakukan operasi perbankan di perangkat seluler).

Berdasarkan dua pengukuran yang telah di paparkan, peneliti menggunakan enam indikator yang diadaptasi dari Morosan & DeFranco (2016) dan Singh & Srivastava (2018) yaitu:

1. Go-Pay adalah sistem yang aman untuk digunakan mengirim informasi pribadi.
2. Saya tidak khawatir informasi yang saya berikan saat menggunakan Go-Pay dapat digunakan oleh orang lain
3. Saya yakin informasi transaksi Go-Pay saya tidak akan hilang selama sesi *online*.
4. Saya yakin transaksi Go-Pay saya hanya akan sampai ke penerima pembayaran yang dituju
5. Perangkat seluler memiliki perlindungan yang cukup untuk membuat saya merasa nyaman menggunakan Go-Pay.

6. Saya merasa nyaman dalam melakukan transaksi Go-Pay di ponsel.

## B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh:

1. Amit Kumar Nag dan Bhumiphat Gilitwala dengan judul ***“E-Wallet-Factors Affecting Its Intention to Use”***. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)* ISSN: 2277-3878, Volume. 8, Issue. 4, November 2019.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap niat menggunakan *E-Wallet*, di Bangkok, Thailand. Sampel di penelitian adalah 384 reponden yang tergabung dalam *service class* Bangkok, Thailand. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *judgement quota* dan *convenience sampling* metode *nonprobability sampling*. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Pearson Product Moment Coefficient Correlation (Bivariate)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki hubungan yang signifikan dengan niat menggunakan *E-Wallet*, dengan salah satu variabel yaitu *trustworthiness* menunjukkan hubungan yang kuat dengan niat menggunakan *E-Wallet* sedangkan pengaruh sosial menunjukkan pengaruh paling rendah terhadap niat untuk menggunakan *E-Wallet*.

2. Sindhu Singh dan R.K Srivastava dengan judul ***“Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India Introduction”***. *International Journal of Bank Marketing*, 2018, ISSN: 0265-2323.

Penelitian ini berguna untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, efikasi diri menggunakan komputer, biaya keuangan yang dirasakan, keamanan, dan keamanan yang dirasakan, terhadap niat menggunakan *mobile Banking* di India. Sampel penelitian ini menggunakan 855 responden yang merupakan

nasabah bank, baik bank umum, swasta, koperasi, asing dan cabang di India. Pengumpulan data dilakukan dengan *Convenience sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural equation modelling (SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, efikasi diri menggunakan komputer, biaya keuangan yang dirasakan, keamanan, dan keamanan yang dirasakan, terhadap niat menggunakan *mobile Banking*.

3. Kiran J. Patel dan Hiren J. Patel dengan judul ***“Adoption of internet banking services in Gujarat: an extension of TAM with perceived security and social influence”***. *International Journal of Bank Marketing*, 2018, ISSN: 0265-2323.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi perilaku niat nasabah agar menggunakan suatu layanan *internet banking* di Gujarat. Sampel penelitian ini menggunakan 284 responden yang merupakan pengguna *internet banking* di Gujarat. Pengumpulan data dilakukan dengan *Simple random sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural equation modelling (SEM)*. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, dan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *internet Banking*.

4. Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes dan Fernando de Souza Meirelles dengan judul ***“User’s perspective of Eletronic Government adoption in Brazil”***. *Journal of Technology Management & Innovation*, Volume. 12, Issue. 2, pages 1-9, 2017, ISSN: 0718-2724.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-government* di Brazil, dengan fokus pada penyelidikan inisiatif komputerisasi pemerintah dari mekanisme kontrol fiskal, melalui studi pada program Nota *Fiscal Paulista*. Faktor-faktor tersebut adalah manfaat yang dirasakan,

kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, keamanan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan dan kebiasaan. Sampel penelitian ini menggunakan 715 responden yang merupakan warga di 11 kota di negara bagian Sao Paulo, Brazil. Pengumpulan data dilakukan dengan *Purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, keamanan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan dan kebiasaan terhadap niat menggunakan program Nota *Fiscal* Paulista.

5. Runze Wu dan Jong-Ho Lee dengan judul ***“Use intention of mobile fingerprint payment between UTAUT and DOI in China”***. *The Journal of Distribution Science, Volume. 15, Issue. 10, pages 15-28, 2017, ISSN: 1738-3110, 2093-7717.*

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan alasan mengapa pengguna lebih memilih pembayaran seluler sidik jari. Sampel penelitian ini menggunakan 3126 responden yang menggunakan pembayaran seluler sidik jari di China. Pengumpulan data dilakukan dengan *Purposive sampling*. Dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tersebut didapatkan hasilnya bahwa terdapat pengaruh *compatibility* dan *relative advantage* terhadap ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya. Selain itu terdapat juga pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions*, dan *perceived security* terhadap niat menggunakan pembayaran seluler sidik jari.

6. Cristian Morosan dan Agnes DeFranco Conrad dengan judul ***“It’s about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers’ intentions to use NFC mobile payments in hotels”***. *International Journal of Hospitality Management, Volume. 53, pages 15-28, 2016, ISSN: 0278-4319.*

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara komprehensif niat untuk menggunakan *NFC Mobile Payment* di hotel. Sampel penelitian ini menggunakan 794 responden yang merupakan pengguna *NFC Mobile Payment* di hotel yang berlokasi di Amerika Serikat. Pengumpulan data dilakukan dengan *Purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural equation modelling (SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel yang telah peneliti teliti terhadap niat menggunakan *NFC Mobile Payment*.

7. Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos dengan judul “***Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology***”. *Jurnal Computers in Human Behavior, Volume. 61, pages 404-414, 2016, ISSN: 0747-5632.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang menentukan adopsi pembayaran seluler dan niat untuk merekomendasi teknologi ini. Faktor-faktor tersebut adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit*. Sampel penelitian ini menggunakan 301 responden yang merupakan mahasiswa dan alumni dari universitas di Portugal yang menggunakan pembayaran seluler. Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan *purposive sampling*. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural equation modelling (SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat menggunakan *Mobile payment*.

8. Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic dengan judul “***Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application***”.

*International Journal of Information Management, Volume. 34, Issue. 1, pages 1-13, 2014, ISSN: 0268-4012.*

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan niat perilaku dan perilaku penggunaan *Internet banking*. Sampel penelitian ini menggunakan 249 responden yang merupakan pengguna *internet banking* di Portugal. Pengumpulan data dilakukan dengan *Purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *SEM*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* terhadap niat perilaku dan terdapat pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan *Internet banking*.

Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Judul	Peneliti	Variabel	Pengaruh Sosial	Keamanan yang Dirasakan	Niat Menggunakan
1	"E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use". <i>International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume. 8, Issue. 4, November 2019.</i>	Amit Kumar Nag dan Bhumi hat Gilitwal a	1) <i>Perceived usefulness (X1),</i> 2) <i>Perceived ease of use (X2),</i> 3) <i>Security/Privacy confidence (X3),</i> 4) <i>Social influence (X4),</i> 5) <i>Trustworthiness (X5),</i> 6) <i>Intention to use (Y).</i>	√		√
2	"Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India Introduction". <i>International Journal of Bank Marketing, 2018, ISSN: 0265-2323.</i>	Sindhu Singh dan R.K Srivastava	1) <i>Perceived Ease of Use (X1),</i> 2) <i>Social Influence (X2),</i> 3) <i>Computer Self-Efficacy (X3),</i> 4) <i>Perceived</i>	√		√

			<p><i>Financial Cost (X4),</i></p> <p>5) <i>Security (X5),</i></p> <p>6) <i>Trust (X6),</i></p> <p>7) <i>Behavioral Intention to Use Mobile Banking (Y).</i></p>			
3	<p>“Adoption of internet banking services in Gujarat: an extension of TAM with perceived security and social influence”. <i>International Journal of Bank Marketing</i>, 2018, ISSN: 0265-2323.</p>	<p>Kiran J. Patel dan Hiren J. Patel</p>	<p>2) <i>Perceived Usefulness (X1),</i></p> <p>3) <i>Perceived Ease of Use (X2),</i></p> <p>4) <i>Perceived Security (X3),</i></p> <p>5) <i>Social Influence (X4),</i></p> <p>6) <i>Behavioral Intention to Use Internet Banking (Y).</i></p>	√	√	√
4	<p>“User’s perspective of Eletronic Government adoption in Brazil”. <i>Journal of Technology Management &amp; Innovation</i>, Volume-12 Issue-2, pages 1-9, 2017, ISSN: 0718-2724.</p>	<p>Gustavo Hermíno Salati Marcondes de Moraes dan Fernando de Souza Meirelles</p>	<p>1) <i>Perceived Benefit (X1),</i></p> <p>2) <i>Facilitating Conditions (X2),</i></p> <p>3) <i>Perceived Ease of Use (X3),</i></p> <p>4) <i>Sosial Influence (X4),</i></p> <p>5) <i>Perceived Security (X5),</i></p> <p>6) <i>Trust in Government (X6),</i></p> <p>7) <i>Habit (X7),</i></p> <p>8) <i>Intention to Use (Y),</i></p> <p>9) <i>Use (Z).</i></p>	√	√	√
5	<p>“Use intention of mobile fingerprint payment between UTAUT and DOI in China”. <i>The Journal of Distribution</i></p>	<p>Runze Wu dan Jong-Ho Lee</p>	<p>1) <i>Compatibility (X1),</i></p> <p>2) <i>Relative Advantage (X2),</i></p> <p>3) <i>Performance Expectancy</i></p>	√	√	√

	<i>Science, Volume-15 Issue-10, pages 15-28, 2017, ISSN: 1738-3110, 2093-7717.</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>4) <i>Effort Expectancy (Y2),</i></li> <li>5) <i>Social Influence (Y3),</i></li> <li>6) <i>Facilitating</i></li> <li>7) <i>Conditions (Y4),</i></li> <li>8) <i>Perceived Security (Y5),</i></li> <li>9) <i>Intention of Use (Z).</i></li> </ul>			
6	<i>“It’s about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers’ intentions to use NFC mobile payments in hotels”. International Journal of Hospitality Management Volume-53, pages 15-28, 2016, ISSN: 0278-4319.</i>	Cristian Morosan dan Agnes DeFrancisco Conrad	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Performance Expectancy (X1),</i></li> <li>2) <i>Effort Expectancy (X2),</i></li> <li>3) <i>Social Influences (X3),</i></li> <li>4) <i>Facilitating Conditins (X4),</i></li> <li>5) <i>Hedonic Motivation (X5),</i></li> <li>6) <i>Habit (X6),</i></li> <li>7) <i>General Privacy (X7),</i></li> <li>8) <i>System-related Privacy (X8),</i></li> <li>9) <i>Perceived Security (X9),</i></li> <li>10) <i>Intentions (Y).</i></li> </ul>	√	√	√
7	<i>“Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology”. Jurnal Computers in Human Behavior, Volume. 61, pages 404-414,</i>	Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Performance Expectancy (X1),</i></li> <li>2) <i>Effort Expectancy (X2),</i></li> <li>3) <i>Social Influence (X3),</i></li> <li>4) <i>Facilitating Conditions</i></li> </ul>	√		√

	2016, ISSN: 0747-5632.		(X4), 5) <i>Hedonic Motivation</i> (X5), 6) <i>Price Value</i> (X6), 7) <i>Habit</i> (X7), 8) <i>Behavioral Intention</i> (Y), 9) <i>Use Behavior</i> (Z).			
8	“ <i>Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application</i> ”. <i>International Journal of Information Management</i> , Volume. 34, Issue. 1, pages 1-13, 2014, ISSN: 0268-4012.	Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic	1) <i>Performance Expectancy</i> (X1), 2) <i>Effort Expectancy</i> (X2), 3) <i>Social Influence</i> (X3), 4) <i>Facilitating Conditions</i> (X4), 5) <i>Perceived Risk</i> (X5), 6) <i>Behavioral Intention</i> (Y), 7) <i>Usage Behaviour</i> (Z).	√		√

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari hasil penelitian yang relevan di atas, terdapat perbedaan dan juga persamaan antara penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang dilakukan.

Berikut adalah tabel persamaan dan perbandingan jurnal:

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal

Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian yang Dilakukan
<b>Jurnal 1</b>		
Judul	<i>E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>

Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap niat menggunakan E-Wallet di Bangkok, Thailand.</li> <li>2. Menganalisis hubungan antara <i>Perceived usefulness</i> dan <i>Intention to use E-wallet</i>.</li> <li>3. Menganalisis hubungan antara <i>Perceived ease of use</i> dan <i>Intention to use E-wallet</i>.</li> <li>4. Menganalisis hubungan antara <i>Security/Privacy confidence</i> dan <i>Intention to use E-wallet</i>.</li> <li>5. Menganalisis hubungan antara <i>Social influence</i> dan <i>Intention to use E-wallet</i>.</li> <li>6. Menganalisis hubungan antara <i>Trustworthiness</i> dan <i>Intention to use E-wallet</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.</li> </ol>
Populasi	<i>Service class of Bangkok, Thailand.</i>	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	384 Orang	160 Orang
Teknik <i>Sampling</i>	Metode <i>judgement quota</i> dan <i>convenience sampling</i> metode <i>nonprobability sampling</i> .	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Pearson Product Moment Coefficient Correlation (Bivariate)</i>	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 2</b>		
Judul	<i>Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India Introduction</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</li> <li>2. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Social Influence</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</li> <li>3. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Computer Self-Efficacy</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</li> <li>4. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Perceived Financial Cost</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</li> <li>5. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Security</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.</li> </ol>

	<i>Banking.</i> 6. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Trust</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> .	
Populasi	Nasabah bank baik bank umum, swasta, koperasi, asing dan cabang di india	Generasi Milenial di Jakarta
Sampel	855 Orang	160 Orang
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Convenience sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM)</i> .	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 3</b>		
Judul	<i>Adoption of internet banking services in Gujarat: an extension of TAM with perceived security and social influence</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi perilaku niat nasabah untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> di gujarat.</li> <li>2. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>internet banking</i>.</li> <li>3. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>internet banking</i>.</li> <li>4. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Perceived Security</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>internet banking</i>.</li> <li>5. Untuk mengetahui dampak positif dan signifikan <i>Social Influence</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> dalam menggunakan <i>internet banking</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.</li> </ol>
Populasi	Pengguna <i>internet banking</i> di Gujarat	Generasi Milenial di Jakarta
Sampel	284 Orang	160 Orang
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Simple random sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM)</i> .	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 4</b>		
Judul	<i>User's perspective of Eletronic Government adoption in Brazil</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya</li> </ol>

	<p><i>government</i> di Brazil, dengan fokus pada penyelidikan inisiatif komputerisasi pemerintah dari mekanisme kontrol fiskal, melalui studi pada program Nota <i>Fiscal Paulista</i>.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Mengetahui pengaruh positif <i>Perceived Benefit</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>3. Mengetahui pengaruh positif <i>Facilitating Conditions</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>4. Mengetahui pengaruh positif <i>Perceived Ease of Use</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>5. Mengetahui pengaruh positif <i>Sosial Influence</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>6. Mengetahui pengaruh positif <i>Perceived Security</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>7. Mengetahui pengaruh positif <i>Trust in Government</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>8. Mengetahui pengaruh positif <i>Habit</i> dengan niat menggunakan <i>NFP</i>.</li> <li>9. Mengetahui pengaruh positif niat menggunakan dengan menggunakan <i>NFP</i>.</li> </ol>	<p>pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.</li> </ol>
Populasi	Warga di 11 kota di negara bagian Sao Paulo, Brazil.	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	715 Orang	160 Orang
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)</i>	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 5</b>		
Judul	<i>Use intention of mobile fingerprint payment between UTAUT and DOI in China</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui alasan mengapa pengguna lebih memilih <i>mobile fingerprint payment</i>.</li> <li>2. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Compatibility</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i> dalam menggunakan <i>mobile fingerprint payment</i>.</li> <li>3. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Compatibility</i> terhadap <i>Effort Expectancy</i> dalam menggunakan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat</li> </ol>

	<p><i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>4. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i> dalam menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>5. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Effort Expectancy</i> dalam menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>6. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Performance Expectancy</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>7. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Effort Expectancy</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>8. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Social Influence</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>9. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Facilitating Conditions</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p> <p>10. Untuk mengetahui pengaruh positif <i>Perceived Security</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile fingerprint payment.</i></p>	menggunakan.
Populasi	Pengguna <i>mobile fingerprint payment</i> di China.	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	3126 Orang	160 Orang
Teknik Sampling	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM).</i>	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 6</b>		
Judul	<i>It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui hubungan positif antara dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>2. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>performance expectancy</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>3. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>effort expectancy</i> dan niat menggunakan <i>NFC</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat</li> </ol>

	<p><i>mobile payments</i> di hotel.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>social influences</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>5. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>facilitating conditions</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>6. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>hedonic motivation</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>7. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>habit</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>8. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>general privacy</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>9. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>system-related privacy</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> <li>10. Untuk mengetahui hubungan positif antara <i>perceived security</i> dan niat menggunakan <i>NFC mobile payments</i> di hotel.</li> </ol>	menggunakan.
Populasi	Pengguna <i>NFC mobile payments</i> di hotel Amerika Serikat.	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	794 Orang	160 Orang
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM)</i> .	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 7</b>		
Judul	<i>Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet <i>digital</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengidentifikasi faktor yang menentukan adopsi pembayaran seluler dan niat untuk merekomendasi teknologi ini.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan.</li> <li>2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.</li> </ol>

Populasi	Mahasiswa dan alumni dari universitas di Portugal yang menggunakan pembayaran seluler.	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	301 Orang	160 Orang
Teknik Sampling	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM)</i> .	Regresi Linier Sederhana
<b>Jurnal 8</b>		
Judul	<i>Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application</i>	Pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi dompet digital
Tujuan	1. Untuk menjelaskan niat perilaku dan perilaku penggunaan <i>Internet banking</i> .	1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan. 2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh keamanan yang dirasakan terhadap niat menggunakan.
Populasi	Pengguna <i>internet banking</i> di Portugal.	Generasi Milenial di Jakarta.
Sampel	249 Orang	160 Orang
Teknik Sampling	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Structural equation modelling (SEM)</i> .	Regresi Linier Sederhana

Sumber : Data diolah oleh peneliti

## C. Kerangka Teori dan Hipotesis

### 1. Kerangka Teori

Penelitian yang dilakukan oleh Nag & Gilitwala (2019) menyatakan “*that all the independent variables (perceived usefulness, perceived ease of use, security/privacy confidence, social influence and trustworthiness) have a significant relationship with intention to use E-Wallet*”. Artinya bahwa semua variabel independen (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan / privasi,

pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan) memiliki hubungan yang signifikan dengan niat untuk menggunakan *E-Wallet*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Patel & Patel (2018) menyatakan bahwa "*Social influence and Perceived Security has a significant positive impact on customers' behavioural intentions to use internet banking services in Gujarat*". Artinya, pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan memiliki sebuah pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku nasabah untuk menggunakan layanan internet banking di Gujarat. Selanjutnya berdasarkan penelitian Singh & Srivastava (2018) menyatakan bahwa "*Social influence and security has a positive effect on behavioural intentions to use...*". Yang artinya adalah pengaruh sosial dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat berperilaku menggunakan.

Lebih lanjut, Wu & Lee (2017) memperoleh hasil penelitian bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif pada niat menggunakan pengguna, keamanan yang dirasakan memiliki efek paling signifikan pada niat menggunakan pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh De Moraes & de Souza Meirelles (2017) telah dikonfirmasi bahwa Pengaruh sosial dan Keamanan yang Dirasakan secara positif mempengaruhi Niat Menggunakan. Selanjutnya, Morosan & DeFranco (2016) memperoleh hasil penelitian bahwa adanya hubungan positif antara pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan oleh konsumen terkait niat mereka untuk menggunakan teknologi.

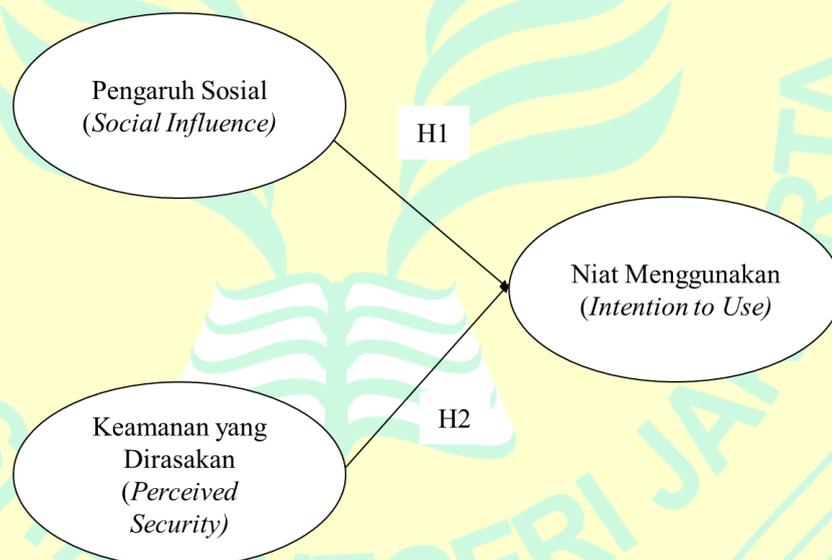
Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan bahwa pengaruh sosial dan keamanan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

Williams et al (2015) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Hal yang sama juga dibuktikan oleh Martins et al (2014) dan Oliveira et al (2016) melalui penelitian mereka.

Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al (2018) ditemukan bahwa variabel yang paling signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan adalah variabel keamanan yang dirasakan, selanjutnya penelitian Oliveira et al (2016) menyatakan bahwa keamanan yang dirasakan pada teknologi berpengaruh positif pada niat menggunakan.

Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

Sumber : Data diolah oleh peneliti

## 2. Hipotesis

Tabel 2. 3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Sumber
H1	Pengaruh Sosial	Niat	1. (Nag & Gilitwala, 2019) 2. (Singh & Srivastava, 2018)

		Menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. (Patel &amp; Patel, 2018)</li> <li>4. (De Moraes &amp; de Souza Meirelles, 2017)</li> <li>5. (Wu &amp; Lee, 2017)</li> <li>6. (Morosan &amp; DeFranco, 2016)</li> <li>7. (Oliveira et al., 2016)</li> <li>8. (Martins et al., 2014)</li> </ol>
H2	Keamanan yang Dirasakan	Niat Menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. (Nag &amp; Gilitwala, 2019)</li> <li>2. (Singh &amp; Srivastava, 2018)</li> <li>3. (Patel &amp; Patel, 2018)</li> <li>4. (De Moraes &amp; de Souza Meirelles, 2017)</li> <li>5. (Wu &amp; Lee, 2017)</li> <li>6. (Morosan &amp; DeFranco, 2016)</li> </ol>

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Hipotesis :

H1 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh sosial ( $X_1$ ) dengan niat menggunakan (Y).

H2 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keamanan yang dirasakan ( $X_2$ ) dengan niat menggunakan (Y).