

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Marketing

Marketing berasal dari kata market (pasar). Pemasaran merupakan faktor dimana usaha suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan konsumen.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Priansa, (2017:3) menerangkan bahwa pemasaran adalah prosedur sosial dan manajerial yang dimana individu dan anggota lain memenuhi kebutuhan dan keinginan dari mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Venkatesh dan Penaloza yang dikutip oleh Tjiptono (2017:3). “Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dimana dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan meyakinkan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa pada dasarnya pemasaran ialah suatu aktivitas atau kegiatan mengkomunikasikan atau menyampaikan informasi mengenai

produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijual kepada para pelangganya.

2.1.2 Perilaku Konsumen

Menurut Gunawan dalam Awaliyah (2017:14) Perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana dari individu, kelompok, dan organisasi atau lembaga dapat memilih, membeli, menggunakan, dan membuat barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Menurut Griffin dalam Hanum & Hidayat, (2017) perilaku konsumen adalah seluruh kegiatan psikologi yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan pengevaluasian.

Menurut Kotler dan Keller dalam Lubis (2019) Perilaku konsumen menerangkan tentang bagaimana dari individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang secara langsung terlibat atau berhubungan dengan proses pengambilan keputusan yang meliputi tindakan mengevaluasi,

mendapatkan, dan mengkonsumsi produk, baik barang maupun jasa.

2.1.3 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pertama kali di publikasikan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 melalui proses pengkajian dan konsolidasi dari variabel-variabel yang ada dalam delapan teori perilaku mengadopsi produk dan layanan berbasis teknologi sebelumnya.

Venkatesh dalam Indrawati et al., (2017:32) secara empiris menguji ke delapan model tersebut dan model-model pengembangannya secara longitudinal. Berdasarkan hasil dari pengukuran kemudian diformulasikanlah model baru yang merupakan hasil integrasi variabel-variabel yang terbukti penting dan memiliki pengaruh berarti. Karena itu model baru tersebut disebut model kesatuan (*a unified model*), yang kemudian terkenal dengan istilah model *the unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT). UTAUT mampu menjelaskan 70% variasi pada minat penggunaan teknologi, nilai yang lebih tinggi dibandingkan delapan model sebelumnya yang hanya memiliki daya prediksi antara 17-53%.

2.1.4 *Performance Expectancy (Ekspetasi Kinerja)*

Venkatesh et al. dalam Indrawati et al., (2017:36) mendefinisikan *Performance Expectancy* sebagai berikut: "*the*

degree to which a individual believes that using the system will help him or her to attain gains in job performance" Yang artinya sejauh mana seseorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam sebuah kinerja pekerjaan.

Menurut Mirabent et al., (2018) Ekspektasi kinerja mengacu pada keputusan seorang individu dalam melangsungkan perilaku karena nilai dari instrumentalnya. Ekspektasi kinerja juga mengacu pada kepercayaan individu dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja dan efisiensinya Sampat & Sabat, (2020).

Menurut Oliveira et al., (2016) Ekspektasi kinerja memiliki dampak langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap adopsi dan niat untuk merekomendasikan teknologi tersebut. Performance Expectancy dihasilkan berdasarkan lima konstruk atau indikator variabel dari model atau teori sebelumnya, yaitu Indrawati et al., (2017:36)

1) *Perceived Usefulness* (Kegunaan persepsi)

Menurut Vankatesh et al dalam Indrawati (2017:33) *Perceived Usefulness* diartikan sebagai Seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pada perkejaannya. Adapun indikator dari *perceived usefulness* sebagai berikut :

- a) Menggunakan sistem dalam pekerjaan saya akan memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas dengan lebih cepat
- b) Menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja saya
- c) Menggunakan sistem di dalam pekerjaan saya akan meningkatkan produktivitas saya.

2) *Extrinsic Motivation* (Motivasi Ekstrinsik)

Menurut Vankatesh et al dalam Indrawati (2017:36) Persepsi yang diharapkan oleh pemakai dalam melakukan sebuah aktivitas karena dianggap sebagai media dalam mencapai hasil-hasil bernilai yang berbeda dari aktivitas tersebut, semacam kinerja pekerjaan, pembayaran, dan promosi-promosi. Adapun indikator dari *extrinsic motivation* adalah sebagai berikut:

- a) Dalam menggunakan suatu sistem akan lebih mudah untuk melakukan pekerjaan saya.
- b) Saya akan menggunakan sistem yang dapat berguna dalam pekerjaan saya
- c) Menggunakan sistem akan meningkatkan kemampuan efektifitas pada pekerjaan saya

3) *Job Fit* (Kesesuaian pekerjaan)

Menurut Vankatesh et.al. dalam Indrawati,dkk (2017:26) *job fit* dapat diartikan sebagai kapabilitas sistem dalam

meningkatkan sebuah formasi kerja individu ataupun kinerja.

Adapun indikator *job fit* sebagai berikut :

- a) Penggunaan sistem dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk pekerjaan
- b) Menggunakan sistem dapat meningkatkan secara signifikan kualitas output pada pekerjaan saya.

4) *Relative advantage* (Keuntungan relatif)

Menurut Vankatesh et.al dalam Indrawati,dkk (2017:26) Seberapa panjang menggunakan suatu inovasi dipersepsikan sebagai lebih baik daripada menggunakan pendahuluannya.

Adapun indikator dari *relative advantage* sebagai berikut :

- a) Menggunakan sistem meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan
- b) Menggunakan sistem memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas lebih cepat.

5) *Outcome expectations* (Ekspektasi Hasil)

Menurut Vankatesh dalam Indrawati,dkk (2017:26) Ekspektasi-ekspektasi hasil yang berhubungan dengan konsekuensi dari perilaku. Adapun indikator dari *Outcome Expectations* adalah sebagai berikut :

- a) Saya akan meningkatkan keefektifan saya dalam pekerjaan
- b) Saya akan meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya

- c) Saya akan meningkatkan peluang saya untuk mendapatkan promosi.

2.1.5 *Effort Expectancy* (Ekspetasi Usaha)

Venkatesh et al. dalam Indrawati et al., (2017:37), mengartikan effort expectancy sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem. Jika sistem mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu sulit sebaliknya jika suatu sistem mudah digunakan sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya.

Menurut Jakkaew & Hemrungrote (2017) Ekspektasi usaha membentuk pada sejauh mana individu percaya bahwa teknologi itu mudah digunakan, dimengerti, dan mereka dapat menjadi terampil dalam memakainya.

Menurut Sampat & Sabat, (2020) Ekspektasi usaha juga dinyatakan sebagai kepercayaan individu bahwa memakai teknologi akan mudah dan hanya memerlukan usaha yang sedikit. Terdapat tiga indikator yang masuk dalam ekspektasi usaha yang di dapat dari beberapa model sebelumnya, diantaranya sebagai berikut.

- 1) *Perceived Ease of Use* (Kemudahan penggunaan persepsian atau aplikasi)

Menurut Venkatesh dalam Indrawati,dkk (2017:38) bahwa tingkat dalam kemudahan penggunaan teknologi informasi

akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem tersebut mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

Menurut Davis dalam Hidayat (2019) persepsi kemudahan penggunaan untuk mengidentifikasi bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Adapun indikator dari *Perceived Ease Of Use* sebagai berikut :

- a) Menurut saya sistem ini mudah digunakan
- b) Belajar mengoperasikan sistem akan mudah bagi saya
- c) Interaksi saya dengan sistem adalah jelas dan dapat dimengerti

2) Complexity (kerumitan)

Menurut Venkatesh, et al dalam Indrawati, dkk. (2017:38) tingkat dimana suatu sistem dipersepsikan sebagai sesuatu yang secara relatif sulit untuk di pahami dan digunakan.

Adapun indikator dari *Complexity* sebagai berikut :

- a) Menggunakan sistem membutuhkan terlalu banyak waktu sistem dianggap sebagai tugas normal saya
- b) Bekerja menggunakan sistem sangat memahami apa yang terjadi

- c) Butuh waktu terlalu lama untuk mempelajari cara menggunakan sistem untuk membuatnya sebanding dengan usaha.

3) *Ease of use* (Kemudahan menggunakan)

Menurut Venkatesh et al., dalam Indrawati, dkk. (2017:38).

Kemudahan menggunakan diartikan sebagai sebuah inovasi yang dianggap menggunakan sebuah inovasi dipersepsikan sebagai yang sulit untuk digunakan. Adapun indikator *Ease of Use*

- a) Interaksi saya dengan sistem jelas dan dapat dimengerti
- b) Secara keseluruhan, saya percaya bahwa sistemnya mudah menggunakan
- c) Belajar mengoperasikan sistem itu mudah untuk saya

2.1.6 *Social Influence* (Pengaruh social)

Menurut Cox et al., (2018) pengaruh sosial berkaitan dengan pendapat dari kelompok referensi mengenai apakah tindakan harus dilakukan atau tidak.

Venkatesh et al. (2003) dalam indrawati et al., (2017:39) mendefinisikan social influence sebagai tingkat dimana seseorang mepersepsikan bahwa orang-orang penting percaya bahwa dirinya sebaiknya menggunakan sistem yang baru. Terdapat tiga buah indikator yang termasuk dalam Pengaruh sosial (*Social Influence*)

yang diperoleh dari beberapa model sebelumnya, diantaranya sebagai berikut;

1) *subjective norm* (Norma Subjective)

Menurut Venkatesh et., al dalam Indrawati, dkk (2017:39) norma subyektif diartikan sebagai sebuah persepsi individu bahwa sebagian orang yang penting baginya berfikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang dimaksud

Menurut Ajzen dalam Hidayat (2019) norma subyaktif adalah tanggapan seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir bahwa dia seharusnya atau tidak seharusnya melakukan perilaku bersangkutan. Adapun indikator dari *Subyective Norms* sebagai berikut :

- a) orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem tersebut
- b) orang yang penting bagi saya berfikir bahwa saya harus menggunakan sistem

2) *Social Factor* (Faktor-faktor sosial)

Menurut Thompson dalam hidayat (2019) faktor sosial adalah internalisasi seseorang budaya subjektif kelompok acuan dan kesepakatan interpersonal spesifik yang dilakukan

seseorang dengan orang-orang lain disituasi – situasi sosial spesifik tertentu.

Menurut Venkatesh et al., dalam Indrawati, dkk (2017:40) faktor sosial di definisikan sebagai pemahaman individu dari subyektif kelompok yang dimana individu tersebut berada serta kesepakatan interpersonal spesifik yang telah dibuat individu dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu.

Adapun indikator dari *Social Factors* sebagai berikut :

- a) Saya menggunakan sistem karena proporsi rekan kerja saya yang menggunakan sistem
- b) Atasan saya sangat mendukung penggunaan sistem untuk pekerjaan saya

3. *Image* (Kesan)

Menurut Venkatesh et al., dalam Indrawati, dkk. (2017:40) citra atau kesan di definisikan dengan sejauh mana penggunaan suatu dalam inovasi dipersepsikan meningkatkan citra seseorang atau status seseorang di sistem social nya. Adapun indikator *Image* sebagai berikut :

- a) Orang-orang di organisasi saya yang menggunakan sistem memiliki prestise lebih dari mereka yang tidak.
- b) Orang-orang di organisasi saya yang menggunakan sistem memiliki profil yang tinggi
- c) Mempunyai sistem simbol status di organisasi saya.

2.1.7 *Facilitating Condition* (Kondisi Fasilitas)

Menurut Vankatesh dalam Indrawati (2017:41) mendefinisikan *Facilitating Conditions* sebagai "*the degree to which an individual believes that an organizational and technical infrastructure exists to support use of the system*". merupakan tingkatan sedalam mana individu percaya bahwa prasarana organisasi dan tehnikal tersedia untuk menjunjung sistem. Terdapat tiga indikator yang termasuk dalam Kondisi fasilitas (*Facilitating Condition*) yang diperoleh dari beberapa model sebelumnya, diantaranya sebagai berikut;

1) *Perceived Behavioral control* (Persepsi Kontrol perilaku)

Menurut Venkatesh et al., dalam Indrawati, dkk (2017:41) persepsi kontrol perilaku diartikan sebagai mencerminkan persepsi hambatan internal dan eksternal pada perilaku dan mencakup efektivitas diri, kondisi fasilitas, sumber daya dan teknologi.

Menurut Ajzen dalam Hidayat (2019) Menerapkan persepsi-persepsi dari batasan internal dan eksternal pada perilaku dan meliputi keyakinan sendiri, kondisi memfasilitasi sumberdaya, dan kondisi memfasilitasi sebuah teknologi. Adapun indikator dari *Perceived Behavioral control* sebagai berikut :

- a) Saya memiliki kendali atas penggunaan sistem

- b) Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan sistem
- c) Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan sistem.

2) *Facilitating conditions* (Kondisi fasilitas)

Menurut Venkatesh, dalam Indrawati, dkk. (2017:41) kondisi fasilitas diartikan sebagai factor objektif dilingkungan yang mana pengamat setuju membuat suatu tindakan untuk mudah dilakukan, termasuk penyediaan dukungan *computer*. Adapun indikator dari *Facilitating conditions* sebagai berikut :

- a) Seseorang atau kelompok tertentu tersedia bantuan dengan kesulitan sistem.
- b) Instruksi khusus mengenai sistem tersedia untuk saya.
- c) Bimbingan tersedia bagi saya dilingkungan pemilihan sistem tersebut.

3) *Compatibility* (kompatibilitas)

Menurut Venkatesh dalam Indrawati, (2017:41) eberapa jauh suatu inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan dan pengalaman dari pengadopsi potensial. Adapun indikator dari *Compatibility*.

- a) Menggunakan sistem yang kompatibel dengan pekerjaan saya
- b) Menurut saya, menggunakan sistem itu cocok dengan cara bekerja saya.
- c) Menggunakan sistem sesuai dengan gaya kerja saya.

2.1.8 Mobile Wallet Adoption

Mobile wallet atau dompet elektronik ialah teknologi yang memberikan sebuah pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. *Mobile wallet* atau lebih dikenal dengan sebutan dompet digital memiliki dua bentuk dasar yang berupa jaringan komputer dan sistem digital.

Menurut Sagayarani (2017) Pembayaran digital menggambarkan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital. Dalam bertransaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan sebuah mode digital untuk mengirim dan menerima uang. Semua transaksi pembayaran digital dilaksanakan dengan online.

Proses adopsi inovasi merupakan proses kejiwaan/mental yang terjadi pada saat mengalami suatu inovasi, yang saat itu terjadi proses penerapan suatu ide baru dari dapat diketahui atau didengar sampai diterapkannya ide baru tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Lalu hasil dari proses mental tersebut merupakan keputusan untuk menerima suatu inovasi sehingga terjadilah adopsi.

Proses keputusan inovasi oleh Rogers (2003) ialah suatu proses yang dilalui individu (atau unit pembuatan keputusan lain) untuk beranjak dari pengetahuan pertama tentang suatu inovasi untuk membangun sikap akan inovasi, sehingga terjadi pilihan keputusan untuk mengadopsi atau menolak inovasi yang baru atau biasa dikenal dengan Technology Adoption Decision Process (TADP) Sholahuddin, Setyawan, & Trisnawati, (2017).

Berdasarkan penjelasan diatas, menurut Kotler & Armstrong (2018) bahwa proses adopsi inovasi diawali oleh pengenalan suatu inovasi kepada masyarakat, lalu terjadi proses mental untuk menerima atau menolak inovasi tersebut. Hasil dari proses mental tersebut adalah keputusan untuk menerima suatu inovasi sehingga terjadilah adopsi.

Menurut Johnson et al dan Sharma el al., (2018) Dikatakan bahwa dompet seluler relatif lebih nyaman dan menguntungkan daripada metode pembayaran tradisional. Peningkatan adopsi smartphone dan fasilitas internet memang dua faktor utama di balik penyebaran pembayaran mobile seperti dompet, menawarkan kedekatan yang aman dan pembayaran jarak jauh. Namun, kemampuan pembayaran kedekatan *mobile wallet*

merupakan pengganti langsung untuk uang tunai dan kartu kredit / debit

Seperti Johnson dkk. (2018) berpendapat, penyebaran dan adopsi dompet seluler secara luas dapat menguasai metode pembayaran tradisional (tunai, kartu debit, dan kartu kredit) hanya jika itu menawarkan keuntungan relatif yang lebih tinggi

Tahapan mengadopsi sebuah teknologi baru yang diperkenalkan oleh Rogers dimulai dari individu memahami adanya inovasi dan mendapatkan beberapa pengertian tentang bagaimana inovasi itu dapat berfungsi. Setelah itu individu mempunyai sikap positif atau negatif terhadap inovasi. Lalu individu membuat keputusan apakah menerima atau menolak suatu inovasi. Inovasi dicoba untuk dijalankan, akan tetapi sebuah inovasi melahirkan wujud sesuatu yang baru apabila tingkat tidak pasti akan terlibat dalam adopsi tersebut, saat terjadi keputusan inovasi sudah dibuat, maka pengguna akan mencari dukungan atas keputusannya. Dalam pengambilan keputusan (decision) terdapat dua kemungkinan yang akan dilalui oleh seseorang yaitu dengan mengadopsi teknologi atau akan menolak teknologi Gu, Li, Xu, & Fujita, (2015). Adapun dimensi dari *Mobile Wallet Adoption* sebagai berikut :

- a) Mengelola akun
- b) Transfer dan pengiriman uang

c) Melakukan pembayaran.

2.2 Mobile Wallet

Menurut Finansial Bisnis (2022) *Mobile wallet* atau dompet digital merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. berfungsi untuk menyimpan data serta instrumen dari pembayaran. Dengan *mobile wallet*, pengguna dapat menyimpan uangnya untuk melakukan transaksi keuangan, baik online maupun offline.

Menurut Dorothy Sagayarani (2017) Pembayaran digital merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital. Di dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan mode digital untuk mengirim dan menerima uang. Semua transaksi pembayaran digital dilakukan dengan online

2.3 DANA

Menurut Financer (2022) DANA merupakan dompet digital Indonesia resmi yang aman dan dapat digunakan untuk transaksi keuangan dan pembayaran yang dapat diakses lewat smartphone

DANA dapat digunakan sebagai alat pembayaran virtual karena dapat diakses melalui *smartphone*, seperti Apple atau Android. Selain itu, pengguna juga dapat menghubungkannya dengan rekening tabungan dan kartu kredit. Nasabah pun dapat menikmati berbagai

promo dan cashback di DANA. Dengan menggunakan DANA, kini transaksi non-tunai dan non-kartu semakin lebih mudah.

2.4 Penelitian Terdahu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang pernah dilakukan menjadi dasar dan pendukung yang saat ini dilakukan :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel yang diteliti dan Dimensi nya	Metode & Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Reky Wiryanto Bongso , Citra Kusuma Dewi, SE., M.A.B., Ph.D.(2020) Judul : pengaruh <i>flow experience, perceived enjoyment, performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions</i> terhadap <i>behavioral intention</i> pemain mobile game Kota Kita	<i>Flow experience (X₁), perceived, enjoyment (X₂), performance, expectancy (X₃), effort, expectancy (X₄), social influence (X₅), facilitating conditions (X₆), behavioral intention (Y)</i>	Metode Kuantitatif Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan tidak adanya pengaruh antara <i>flow experience, performance expectancy, dan effort expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i>. - Sementara terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>perceived enjoyment, social influence, dan facilitating conditions</i> terhadap <i>behavioral intention</i> pada pemain mobile game Kota Kita.

2	<p>Sahriatus Soviah (2019) Judul : Analisa Pengaruh <i>Performance Expectancy</i>, <i>Effort Expectancy</i>, <i>Social Influence</i>, dan <i>Facilitating Condition</i> terhadap Intensitas Penggunaan Layanan QR Code Sister For Student (SFS) Universitas Jember</p>	<p><i>Performance Expectancy</i> (X_1) <i>Effort Expectancy</i> (X_2), <i>Social Influence</i> (X_3) <i>Facilitating Condition</i> (X_4) <i>Behavioral Intention</i> (Y)</p>	<p>Metode Kuantitatif SEM</p>	<ul style="list-style-type: none"> - variabel <i>Performance Expectancy</i>, <i>Effort Expectancy</i>, dan <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>, - variabel <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>, dan <i>Behavioral Intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>. - Variabel moderator Experience tidak memiliki pengaruh apapun terhadap hubungan antar variabel, sedangkan variabel moderator Age hanya mampu memoderasi hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>.
3	<p>Amanda Lionga Nancy (2019) Judul : Analisis Pengaruh <i>Performance Expectancy</i>, <i>Effort Expectancy</i>, <i>Social Influence</i>, <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioural Intention to Use Shopee Food</i>.</p>	<p><i>Performance Expectancy</i> (X_1), <i>Effort Expectancy</i> (X_2), <i>Social Influence</i> (X_3), <i>Facilitating Condition</i> (X_4), <i>Behavioural Intention to Use</i> (Y)</p>	<p>Metode: Kuantitatif Regresi Linear Berganda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Facilitating Condition</i> memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap <i>Behavioral Intention to use</i>. - Sedangkan <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Social Influence</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention to use</i>.
4	<p>Susanto, Imelda (2020) Judul : Analisis pengaruh <i>performance expectancy</i>, <i>effort expectancy</i>, <i>social</i></p>	<p><i>Performance expectancy</i> (X_1), <i>Effort expectancy</i> (X_2), <i>Social influence</i> (X_3), <i>facilitating conditions</i> (X_4)</p>	<p>Metode: Kuantitatif Regresi Linear Berganda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - hasil menunjukkan bahwa variabel <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i>

	<p><i>influence, facilitating conditions, price value, hedonic motivation, online review, dan online tracking terhadap customer loyalty melalui satisfaction pada pengguna aplikasi gojek di Surabaya</i></p>	<p><i>,price value (X₅), hedonic motivation (X₆), online review (X₇), online tracking (X₈) ,customer loyalty (Y), satisfaction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - variabel <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Social Influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Price Value</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Online Review</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Online Tracking</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Satisfaction</i> - variabel <i>Satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i>
5	<p>Latief Jordy Mauntary (2020) Judul : Analisis Pengaruh <i>Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, dan Privacy Concern</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> pada</p>	<p><i>Effort Expectancy (X₁), Social Influence (X₂), Facilitating Conditions (X₃),Habit (X₄), Privacy Concern (X₅) , Continuance Intention (Y)</i></p>	<p>Metode: Kuantitatif regresi linear berganda</p> <ul style="list-style-type: none"> - menghasilkan temuan bahwa <i>effort expectancy, social influence, facilitating conditions</i>, dan <i>habit</i> memiliki pengaruh terhadap <i>continuance intention</i> aplikasi Tiktok.

	perilaku pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.			
6	Hermaya Ompusunggu, Melinda Dwi Anugrah (2021) Judul : Gender In Mobile Wallet Adoption By Using UTAUT Model	<i>performance expectations (X₁), business expectations(X₂), social influence (X₃), facilitating conditiong (X₄) gender (X₅) intention to use m-wallet (Y)</i>	Metode: Kuantitatif SEM Partial Least Square (PLS)	<ul style="list-style-type: none"> - ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan teknologi m-wallet. - ekspektasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan m-wallet - pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan m-wallet - kondisi memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan m-wallet - jenis kelamin sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan m-wallet.
7	Felick Kurnia, Hotna Marina Sitorus (2021) Judul : Pengembangan Niat Adopsi Mobile Wallet: Integrasi Model UTAUT2 dengan Social Connectedness dan Culture	<i>culture, mobile wallet adoption, social connectedness, UTAUT2</i>	partial least square structural equation modeling	<ul style="list-style-type: none"> - <i>performance expectancy, hedonic motivation, price value, dan habits</i> secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi <i>mobile wallet</i>. - <i>social connectedness</i> secara signifikan mempengaruhi

				<i>performance expectancy dan effort expectancy</i>
8	R. Satrio Hari Prabowo, Teguh Widodo (2021) Judul : Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Thecnology 2 Pada Adopsi Penggunaan <i>Mobile Payment</i> Jenius	Mobile Payment, Behaviour Intention, Adopsi, UTAUT2	Metode: Kuantitatif SEM	<ul style="list-style-type: none"> - <i>effort expectancy, social influence dan hedonic motivation</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behaviour intention</i> - <i>performance expectancy dan trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behaviour intention</i>. - <i>Effort expectancy dan trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>performance expectancy</i>. - <i>Fasilitating condition dan behaviour intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>adoption</i>.

9	<p>Alexandre da C. Goularte, Silvia Novaes Zilber, (2018). Judul : The moderating role of cultural factors in the adoption of mobile banking in Brazil</p>	<p><i>Behavioral intention, use behavior. Performane expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit Individualism/ colectivism, uncertainty avoidance, long/short term, masculinity/femininity, power distance</i></p>	<p>Metode: Kuantitatif PLS SEM</p>	<p>dimensi budaya nasional hofstade, power distance, masculinity/femininity, uncertainty avoidance menunjukkan hasil yang tidak signifikan dan dimensi collectivism, dan short-term orientation menunjukkan signifikasi yang lemah.</p>
10	<p>Khushbu Madan Rajan Yadav (2016) Judul : <i>Behavioural intentions to adopt mobile wallets: a developing country's perspective</i></p>	<p><i>behavioural intentions, Performane expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived value, perceived risk, perceived trust, perceived regulatory,</i></p>		<p><i>performance expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived risk, perceived value, PRS, dan juga PBs merupakan factor signifikan dalam memprediksi niat perilaku adopsi m-wallet.</i></p>

		<i>promotional benefits</i>		
--	--	-----------------------------	--	--

Sumber : Diolah oleh penulis, 2022

2.5 Kerangka Pemikiran

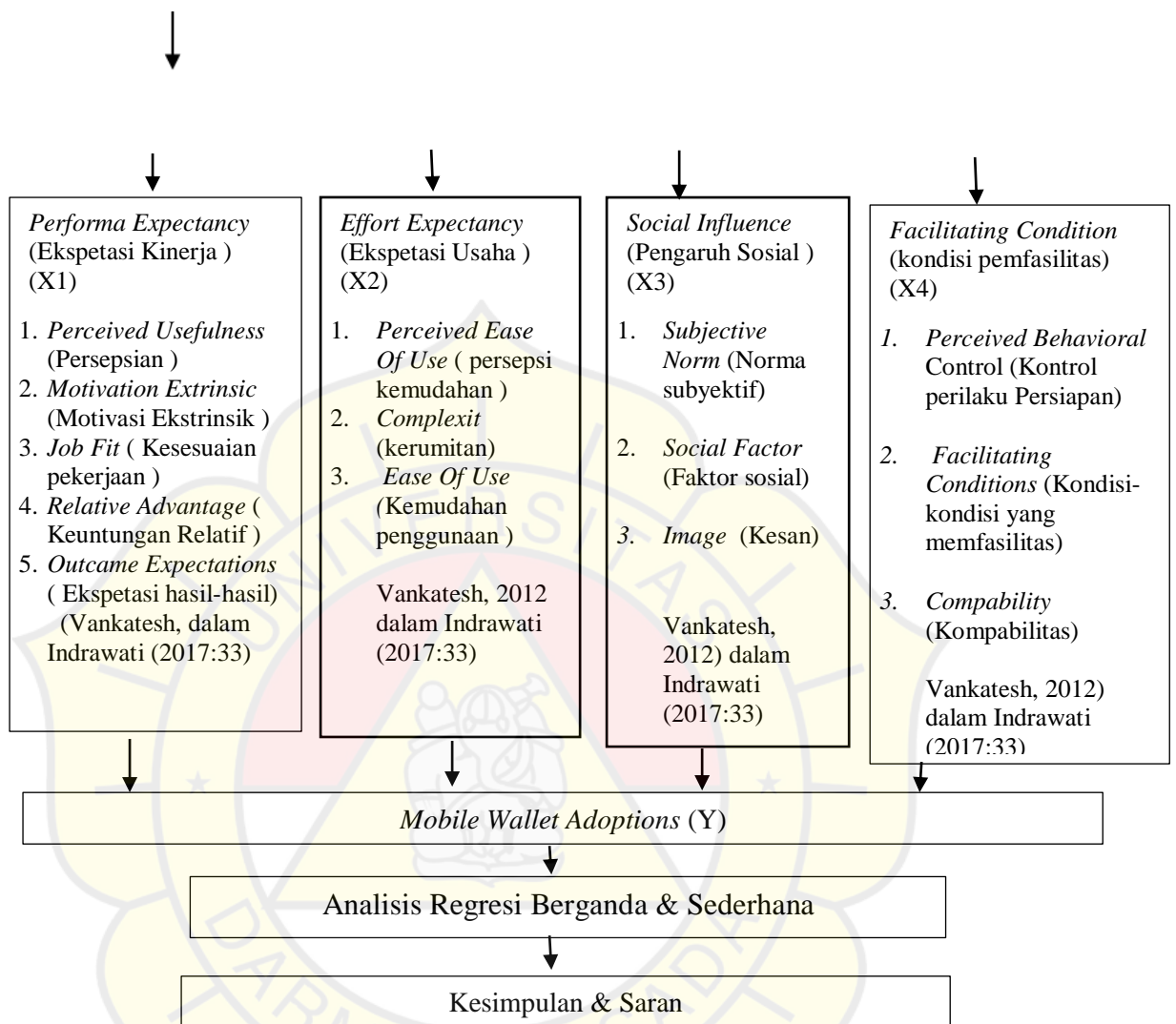
Kerangka pemikiran ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam memahami inti dari apa yang di ingin penulis sampaikan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions* Terhadap *Mobile Wallet Adoption* Berdasarkan penjelasan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.2

Kerangka Pikiran

Pengaruh *Performance Expectancy, Efort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions* Terhadap *Mobile Wallet Adoption*

1. Bagaimanakah pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *mobile walet adoption* DANA di Karawang ?
2. Bagaimanakah pengaruh *performance expectancy* terhadap *mobile wallet adoption* DANA di Karawang ?
3. Bagaimanakah pengaruh *effort expectancy* terhadap *mobile wallet adoption* DANAdi Karawang ?
4. Bagaimanakah pengaruh *social influence* terhadap *mobile wallet adoption* DANA di Karawang ?
5. Bagaimanakah pengaruh *facilitating conditions* terhadap *mobile wallet adoption* DANA di



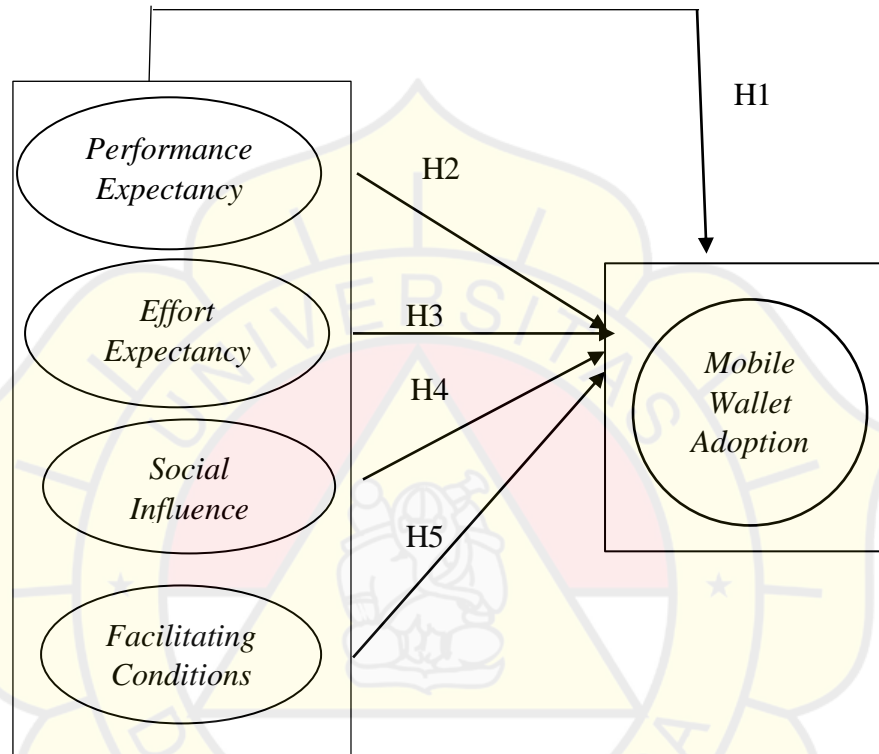
Sumber : Hasil Olah Data, 2022

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Dapat dikatakan bahwa hipotesis merupakan pernyataan hubungan

yang terjadi antara lima variabel. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah

:



Sumber: Diolah oleh penulis

Gambar 2.3 Hipotesis Penelitian

1. H_0 = Tidak ada pengaruh *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating conditions* (X4) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating conditions* (X4) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

2. Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *performance expectancy* (X1) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara *performance expectancy* (X1) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

3. Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *effort expectancy* (X2) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara *effort expectancy* (X2) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

4. Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *social influence* (X3) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara *social influence* (X3) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

5. Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *facilitating conditions* (X4) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA

Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara *facilitating conditions* (X4) terhadap *mobile wallet adoption* (Y) DANA