

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Teknologi

Dalam human computer interaction (HCI) yang merupakan disiplin ilmu yang untuk mengetahui keterkaitan manusia dan komputer didalamnya meliputi perancangan, evaluasi, juga implementasi antarmuka pemakai komputer supaya lebih mudah untuk digunakan oleh manusia, responsivitas merupakan hal yang sangat penting, karena pengguna membutuhkan dan menginginkan sistem pembayaran mobile yang responsif atau cepat dan tanggap sesuai dengan pengguna harapkan. Dan dalam penggunaan sistem pembayaran tersebut mampu membuat pengguna terlihat lebih cerdas (Megadewandanu, Suyoto and Pranowo, 2017). Dalam penelitian (Shin, n.d.) disebutkan ada dua karakteristik teknologi yaitu karakteristik responsiveness dan smartness yang memiliki dampak signifikan terhadap perceived usefulness.

2.2. TAM (Technology Acceptance Model)

Pada (Moses et al., 2013) dijelaskan bahwa model penerimaan teknologi (TAM) dikembangkan oleh (Davis, 1989), yang asal mulanya TAM merupakan teori Fishbein dan Ajzen (1975) yang adalah Theory of Reasoned. Teori TAM memberikan dasar teoritis yang bisa dipakai untuk memahami aspek apa saja yang bisa mempengaruhi penerimaan terhadap pada suatu teknologi pada organisasi (Rauniar et al., 2014). Dan dalam penelitian (Di Pietro et al., 2015), studi ini menguji penerimaan pengguna dan penggunaan pembayaran mobile, dengan

fokus penelitian ini pada teknologi tiket mobile yang dipasangkan dalam konteks transportasi umum. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi atas kegunaan, kemudahan dalam penggunaan, dan tentu keamanan daripada teknologi itu sendiri. Selain itu juga, kegunaannya secara bersamaan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan.

2.3. Faktor Pengaruh Sosial (Social Influence)

Menurut penelitian (Shih et al., 2014) dan penelitian (Harvey Tanakinjal et al., 2012) bahwa faktor pengaruh sosial merupakan bagaimana faktor kelompok maupun lingkungan bisa mempengaruhi dalam keputusan perilaku suatu orang. Pengaruh sosial juga merupakan cerminan dari hasil interaksi dan komunikasi kepada orang lain. Sehingga adanya pengaruh tersebut bisa menyebabkan perubahan terhadap sikap juga perilaku orang tersebut. Dalam (Setyohadi et al., 2017) yang membahas niat dan perilaku terhadap penggunaan e-learning menunjukkan bahwa faktor pengaruh sosial adalah hal penting dibandingkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, karena faktor pengaruh sosial yang mempengaruhi pelajar dalam menggunakan e-learning berasal dari senior juga dari instruktur, dan dosen adalah faktor utama keberhasilan dalam implementasi e-learning. Dalam penelitian (Tan et al., 2014) disebutkan bahwa subjective norm bisa mempengaruhi yang datangnya dari pandangan dan peran teman, kelompok sebaya, atasan juga keluarga. Subjective norm mempunyai peran yang penting dalam pemanfaatan teknologi baru.

2.4. Keamanan (Security)

Pada penelitian (Cobanoglu et al., 2015) dijelaskan bahwa keamanan merupakan faktor yang penting sebagai upaya membentuk kepercayaan pada pengguna. Persepsi keamanan yaitu kepercayaan konsumen kepada layanan yang dimanfaatkan mampu mengendalikan dan menjaga data personal maupun juga data transaksi pembayaran dari kejahatan juga penyalahgunaan oleh kelompok dan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Dalam (Raman and Annamalai, 2011) hasil penelitiannya menjelaskan pada faktor keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara online. Faktor keamanan pada era teknologi ini, menjadi salah satu faktor yang sangat amat penting karena transaksi pembayaran dilakukan menggunakan jaringan internet yang rentan akan datangnya hacker dan motif kejahatan lainnya.