

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan hubungan kontraktual antara satu orang atau lebih yang bertindak sebagai atasan (*principals*) dengan orang lain atau bawahan (*agents*) (Jensen & Meckling, 1976). Atasan mendelegasikan tanggung jawab terhadap bawahan. Hubungan agensi muncul pada saat satu pihak (*principal*) membayar pihak lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen.

Hubungan teori keagenan dengan penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gopay sebagai atasan (*principal*) yang memberikan perintah terhadap sistem aplikasi Gopay yang berperan sebagai bawahan (*agent*) yang menerima perintah. Harapan dari pengguna adalah sistem Gopay yang mereka gunakan memberikan output yang pengguna harapkan.

2.2 Keputusan Penggunaan

2.2.1 Definisi Keputusan

Menurut Rondonuwu (2013), pengambilan keputusan adalah aktivitas secara langsung untuk memperoleh atau menggunakan sesuatu. Dalam mengambil keputusan seseorang akan mempertimbangkan beberapa hal yang salah satunya adalah hasil yang diharapkan. Keputusan seseorang untuk melakukan sesuatu didasarkan pada hasil yang diharapkan (Ghozali, 2020). Hasil yang diharapkan tentunya adalah hasil yang baik dan tidak merugikan.

2.2.2 Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler dan Keller(2012), indikator keputusan pengguna yaitu :

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Penggunaan
5. Perilaku Pasca Penggunaan

2.3 Persepsi Keamanan

2.3.1 Definisi Persepsi Keamanan

Keamanan, privasi dan risiko keselamatan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Persepsi Keamanan merupakan kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi dapat mencegah adanya penipuan di suatu sistem yang berdasarkan informasi (Ahmad & Pambudi, 2013). Persepsi keamanan dari pengguna suatu sistem menjadi hal penting karena persepsi keamanan mempengaruhi keputusan penggunaan terhadap sistem tersebut.

2.3.2 Indikator Persepsi Keamanan

Menurut Sari (2019), indikator dari persepsi keamanan adalah sebagai berikut :

1. Tidak khawatir memberikan informasi
2. Percaya bahwa informasi dilindungi
3. Percaya transaksi terjamin keamanannya pada alat elektronik.

2.4 Persepsi Kemudahan

2.4.1 Definisi Persepsi Kemudahan

Menurut Bayu dan Dewa (2019) persepsi kemudahan merupakan kebebasan dalam melakukan suatu kegiatan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Maka persepsi kemudahan adalah seseorang merasa kegiatannya ataupun tugas yang dilakukannya menjadi lebih ringan.

2.4.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Elsa dan Bulan (2019), indikator dari persepsi kemudahan adalah sebagai berikut :

1. Mudah dipahami dan dipelajari
2. Mempermudah pekerjaan dan sesuai kebutuhan
3. Mudah dioperasikan
4. Mudah dijangkau

2.5 Kerangka Konseptual

2.5.1 Hubungan Persepsi Keamanan dengan Keputusan Penggunaan Aplikasi

Menurut Afghani & Yulianti (2017), persepsi keamanan merupakan rasa perlindungan dari ancaman-ancaman yang ada. Dengan adanya ancaman

maupun tindakan kejahatan akan memberikan dampak pada tingkat kepercayaan pengguna aplikasi tersebut. Tingkat kepercayaan inilah yang menjadi dasar dari persepsi keamanan. Persepsi tentang keamanan aplikasi tersebutlah yang akan mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan aplikasi.

2.5.2 Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Keputusan

Penggunaan Aplikasi

Menurut Jogiyanto (2009), persepsi kemudahan merupakan tingkatan penggambaran sejauh mana individu mempersepsikan dengan semakin memanfaatkan kemajuan, mereka akan semakin terbebas dari pengerahan tenaga. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan maka semakin kecil pula tenaga yang dikeluarkan. Jika seseorang mengakui suatu aplikasi ini mudah digunakan maka tingkat keputusan untuk menggunakan aplikasi tersebut akan meningkat.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Febriana & Ramaditya (2020) yang berjudul “Pengaruh Keamanan, Promosi dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay pada Karyawan PT Bakrie Pangripta Loka Cakung Jakarta Timur”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Rahmawati & Yuliana (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*” dengan mahasiswa STIE Bank BPD Jawa

Tengah sebagai subjeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Pitura, dkk (2022) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna *E-Wallet* Shopee Pay di Kalangan Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Manajemen UNISMA angkatan 2018)” menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilyin & Widiartanto (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada Pengguna OVO di Kota Surakarta)” menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Yang terakhir penelitian yang dilakukan oleh Genadi, Dien Ilham (2018) dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Pengguna Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)” Menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1.	Febriana & Ramaditya (2020)	Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan Variabel Independen (X): Keamanan, Promosi, dan Loyalitas Pelanggan	PT Bakrie Pangripta Loka Cakung Jakarta Timur	1. Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan 2. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan 3. Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan
2.	Rahmawati & Yuliana (2019)	Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan Variabel Independen (X): Persepsi Manfaat,	STIE Bank BPT Jawa Tengah	1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap

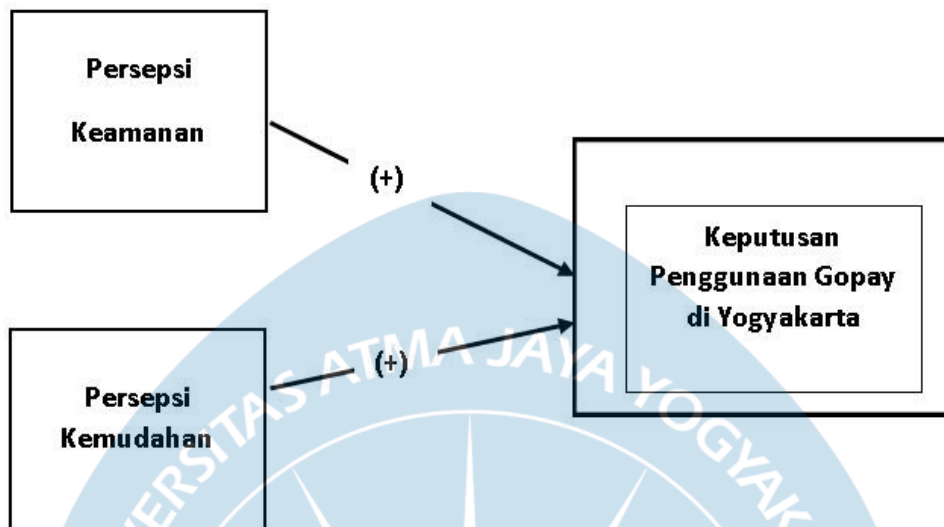
		Kemudahan, dan Keamanan		keputusan penggunaan 3. Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan
3.	Pitura, dkk (2022)	Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan Variabel Independen (X): Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan	Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018	1. Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan 2. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan
4.	Ilyin & Widiartanto (2019)	Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan	Pengguna OVO di Kota Surakarta	1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap

		Variabel Independen (X): Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan		keputusan penggunaan 2. Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan
5	Genady, Dien Ilham (2018)	Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan Variabel Independen (X): Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik	Masyarakat DKI Jakarta	1. Persepsi Kemudahan Berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. 2. Variabel Kemanfaatan Berpengaruh positif signifikan

				terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. 3. Variabel Promosi uang elektronik Berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik.
--	--	--	--	--

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.7 Model Penelitian



Gambar 2. 1 Model Penelitian

2.8 Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi di Yogyakarta

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pitura, dkk (2022) dan Rahmawati & Yuliana (2019) menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Ilyin & Widiartanto (2019) dan Febriana & Ramaditya (2020), menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang ada maka peneliti memilih hipotesis bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay di Yogyakarta.

HA1 = Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay di Yogyakarta

2.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi di Yogyakarta

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pitura, dkk (2022) dan Rahmawati & Yuliana (2019) menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan Ilyin & Widiartanto (2019) dan Febriana & Ramaditya (2020), juga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang ada maka peneliti memilih hipotesis bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay di Yogyakarta.

HA2 = Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay di Yogyakarta.