

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

Deskripsi konseptual merupakan upaya untuk menentukan konsentrasi sebagai pedoman arah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan dan mencari informasi secara terperinci serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pembaca mengenai topik yang dibahas.

2.1.1 Keputusan Pengguna (Y)

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pengguna

Keputusan pengguna adalah proses dimana individu memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi berdasarkan faktor yang mempengaruhi mereka. Keputusan penggunaan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Tumbel, 2020). Keputusan penggunaan merupakan serangkaian kegiatan konsumen guna menggunakan atau tidak menggunakan produk berdasarkan dengan pertimbangan tertentu (Khalifah, Triwardhani, dan Syarieff, 2021). Di dalam proses membandingkan ini pengguna memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan serta situasi yang dihadapinya. Keputusan penggunaan adalah proses yang dilakukan konsumen untuk memilih dan menggunakan sesuatu dengan bijaksana dan cepat untuk memenuhi kebutuhan

sehari-hari. Proses ini melibatkan beberapa tahapan, yaitu: Mengenali kebutuhan, Mencari informasi, Mengevaluasi alternatif setelah digunakan (Wahyuni dan Waloejo, 2020).

Menurut Finanda (2017) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah Kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan penggunaan adalah langkah-langkah yang diambil oleh konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian produk atau jasa. Keputusan penggunaan merupakan evaluasi dari pilihan konsumen (Hafifuddin dan Wahyudi, 2022).

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pengguna adalah keputusan akhir yang dipilih pengguna untuk menggunakan suatu jasa atau Layanan aplikasi dengan berbagai pertimbangan. Keputusan yang dipilih individu adalah proses memilih produk atau jasa layanan berdasarkan keinginan dan kebutuhan.

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna

Menurut (Ansari, 2015) Faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan, antara lain:

- a. Sikap orang lain: Pengaruh dari teman, keluarga, dan orang terdekat, sangat signifikan dalam menentukan keputusan individu. Ini mencakup aspek emosional, sosial, dan praktis yang saling terkait. Memahami bagaimana pengaruh ini bekerja dapat membantu individu lebih sadar akan keputusan yang mereka buat dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

- b. Situasi yang tak terduga: Hal-hal seperti harga, pendapatan, dan manfaat yang di harapkan. Situasi yang tak terduga seperti perubahan harga, pendapatan, dan harapan terhadap manfaat berperan penting dalam pengambilan keputusan. Individu harus terus-menerus menyesuaikan keputusan mereka berdasarkan faktor-faktor ini, yang sering kali tidak dapat diprediksi. Memahami pengaruh dari situasi ini dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih baik dalam konteks yang berubah-ubah.
- c. Faktor yang dapat di duga: faktor situasional yang dapat diantisipasi oleh pengguna. Faktor yang dapat diprediksi memberikan pengguna kerangka kerja untuk merencanakan dan membuat keputusan yang lebih baik. Dengan memahami dan mengantisipasi faktor-faktor ini, pengguna dapat lebih proaktif dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi mereka.

2.1.1.3 Indikator Keputusan Pengguna

Tabel 2.1
Indikator Keputusan Pengguna

No	Peneliti	Indikator
1	(Wirakanda & Agustina, 2022)	1. Ketertarikan pada obyek minat 2. Perasaan senang 3. Kecenderungan untuk menggunakan.
2	Menurut Muharam dan Soliha (2017)	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihat penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian.
3	Menurut Kotler & Armstrong (2016)	1. <i>Recognition of Needs</i> (pengenalan kebutuhan) 2. <i>Information Search</i> (pencarian informasi) 3. <i>Alternative Evaluation</i> (evaluasi alternatif)

		4. <i>Purchase Decision</i> (keputusan pembelian) 5. <i>Post Purchase Behavior</i> (perilaku pasca pembelian).
4	Menurut Abrilia (2020)	1. Berniat menggunakan adalah berniat menggunakan pada sebuah aplikasi dompet digital dalam penggunaan membeli produk atau jasa pada aplikasi dompet digital. 2. Digunakan untuk masa depan merupakan sebuah aplikasi yang digunakan pada era milenial dengan kemajuan teknologi pada aplikasi dompet digital. 3. Ketertarikan pada objek minat adalah minat menggunakan aplikasi dompet digital atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya campur tangan orang lain. 4. Cenderung selalu menggunakan adalah orang yang selalu menggunakan aplikasi dompet digital untuk bertransaksi melalui aplikasi yang digunakannya.

2.1.2 Kepercayaan (Z)

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Leninkumar (2017), “kepercayaan adalah konsep, perasaan, emosi, atau perilaku yang terjadi ketika pengguna percaya bahwa mereka dapat mengandalkan sistem untuk digunakan. Kepercayaan adalah sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya (Luthfi, 2011:59). Kepercayaan adalah penilaian dan asumsi yang dihasilkan dari informasi yang diperoleh, diolah, dan dikumpulkan (Jogiyanto, 2019). Kepercayaan pengguna adalah keyakinan terhadap jasa yang ditawarkan dan bersedia menerima risiko yang diperoleh pengguna dalam transaksi pembayaran elektronik (Pratiwi, 2020).

Menurut Ibrahim (2020: 228) kepercayaan pengguna merupakan kondisi ketika pengguna bersedia menerima kerentanan dalam transaksi online berdasarkan ekspektasi positif tentang tindakan di masa depan. Kepercayaan

adalah evaluasi seorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi (Jogiyanto, 2019:935). Kepercayaan seseorang kepada pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak setelah mengumpulkan berbagai informasi berdasarkan keyakinan bahwa salah satu pihak dapat melaksanakan kewajiban yang diharapkan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan variabel terpenting dalam membangun sebuah hubungan jangka Panjang antara satu pihak dengan pihak lainnya.

2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Adapun (Kasinem, 2020) mengatakan Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman (*Experienced*). Pengalaman adalah relevan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis, akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan pengguna.
2. Kualitas Kerja. Kualitas kerja adalah proses dan hasil kerja perusahaan yang dapat dinilai oleh pengguna. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang kuat.
3. Kecerdasan. Kemampuan perusahaan dalam mengolah masalah yang terjadi dalam perusahaan. Kecerdasan juga dapat membangun kepercayaan, karena kredibilitas yang tinggi tanpa didasari oleh

kecerdasan dalam menarik pengguna tidak mampu meningkatkan kepercayaan pengguna.

2.1.2.3 Indikator Kepercayaan

Tabel. 2.2
Indikator Kepercayaan

No	Peneliti	Indikator
1	Menurut (Yunita, dkk, 2019:93)	1. Jaminan kepuasan 2. Perhatian 3. Keterus-terangan
2	(Sari et al., 2020)	a. <i>Benevolence</i> (kesungguhan atau ketulusan). b. <i>Ability</i> (kemampuan). c. <i>Integrity</i> (integritas). d. <i>Willingness to depend</i> (kesediaan bergantung)
3	(Rafidah dan Djowoto, 2017)	a. Kejujuran dalam mengelola situs jual beli online. b. Kompetensi, yaitu situs dapat bersaing dan dapat diandalkan. c. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.

2.1.3 Kemudahan (X_1)

2.1.3.1 Pengertian Kemudahan

Menurut Davis Rumondang & Sudirman (2020) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Menurut (Agustina, 2022) kemudahan penggunaan adalah ukuran sejauh mana teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang lebih.

Menurut (Davis, 2019), Kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. *perceived ease of us* merupakan persepsi mengenai suatu teknologi baru mudah dimengerti, mudah digunakan, mudah dijangkau dan praktis dalam penggunaannya (Widiyanti,

2020). Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari kesulitan.

Berdasarkan teori diatas disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkat ekspektasi pengguna terhadap layanan yang diperlukan untuk menggunakan suatu sistem, mencakup kemudahan belajar, penggunaan, dan persepsi bahwa teknologi tersebut praktis dan tidak membebani.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan

Menurut (Puspitasari & Aprileny, 2020) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna akan teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya. Teknologi yang dimaksud bukan hanya teknologi yang akan diadopsi tetapi juga teknologi lain yang sejenis dengan teknologi yang akan diadopsi.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi pengaruh kemudahan penggunaan teknologi adalah tersedianya mekanisme *support* yang handal. Mekanisme

support yang terpercaya akan mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam kemudahan teknologi. Misalnya pengguna merasa yakin bahwa terdapat mekanisme *support* yang handal jika kesulitan menggunakan teknologi maka mendorong persepsi pengguna kearah lebih positif.

2.1.3.3 Indikator Kemudahan

Tabel. 2.3
Indikator Kemudahan

No	Peneliti	Indikator
1	(Sibuea et al., 2021)	1. Mudah dipelajari (easy to learn) 2. Dapat dikontrol (controllable) 3. fleksibel (flexible) 4. mudah digunakan (easy to use). 5. Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable)
2	(Herawati et al., 2022)	1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>) 2. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (<i>doesnot require a lot of mental effort</i>) 3. Sistem mudah digunakan (<i>easy to use</i>) 4. Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>).
3	Menurut Arta & Azizah (2020)	1. Kemudahan mempelajari, 2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna, 3. Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna, 4. Kemudahan dalam pengoperasian.

2.1.4 Keamanan (X2)

2.1.4.1 Pengertian Keamanan

Harman Malau (2017:345) mendefinisikan *security* atau keamanan sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Keamanan adalah proteksi perlindungan atas sumber-sumber

fisik dan konseptual dari bahaya alam dan manusia, keamanan terhadap sumber konseptual meliputi data dan informasi (Kurniady & Mariah, 2016). Keamanan merupakan bagaimana cara untuk mencegah penipuan atau mendeteksi dini adanya indikasi penipuan di sebuah transaksi (Mauludiyahwati, 2017:22-23). Keamanan adalah kondisi yang menunjukkan keadaan bebas dari bahaya maupun ancaman. Keamanan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dari sebuah sistem informasi Anita Sindar RM Sinaga (2020:3).

Menurut Yohanssen Pratama (2021:103), “Keamanan sistem adalah tindakan yang diambil untuk melindungi kinerja dan proses sistem atau perangkat. Sasaran dari pengaman pendukung sistem operasi ini. Dengan penerapan pengaman ini diharapkan dapat mencegah sumber daya sistem dari perubahan, dan pencurian data dari oknum yang tidak bertanggung jawab.” Keamanan transaksi adalah Langkah-langkah yang di pertimbangkan untuk melindungi data dan informasi dalam proses transaksi. Dengan adanya keamanan dalam transaksi dapat mencegah akses yang tidak sah dan penipuan, serta menjaga privasi dan integritas data.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan

Menurut Rohayati (2019), keamanan dan kenyamanan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

- a. Usia. perbedaan perkembangan yang ditemukan diantara kelompok usia anak-anak dan lansia mempengaruhi terhadap respon kenyamanan dan keamanan.
- b. Jenis kelamin. Secara umum laki-laki dan perempuan tidak berbeda secara bermakna dalam merespon tingkat kenyamanannya.
- c. Emosi. Kecemasan, depresi dan marah akan mudah terjadi dan mempengaruhi keamanan dan kenyamanan.

2.1.4.3 Indikator Keamanan

Tabel 2.4
Indikator Keamanan

No	Peneliti	Indikator
1	Menurut (Rayhan & Fauziah Aryza, 2023)	1. Terjaminnya transaksi, terjaminnya kerahasiaan data pribadi pembeli dalam bertransaksi secara online akan menimbulkan rasa percaya pembeli terhadap toko online tersebut. 2. Kemudahan transaksi melalui COD (<i>Cash on delivery</i>), metode ini merupakan metode yang paling aman, metode ini merupakan metode pembayaran yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dalam bertransaksi suatu barang secara tunai ketika pesanan itu tiba. 3. Bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman, nomor resi ini berfungsi sebagai identitas paket dan merupakan bukti bahwa paket pesanan pelanggan benar-benar terkirim. Pembeli juga dapat mengecek sudah sampai dimana barang tersebut dipesan. 4. Citra penjual online, pandangan pembeli terhadap penjual sangat diperlukan, selain dipandang sebagai penjual yang baik, kemungkinan juga akan berdampak pada kembalinya pembeli dan direkomendasikan kepada calon pembeli yang lain. 5. Kualitas produk, merupakan suatu ciri khas tertentu dari suatu produk yang mampu memenuhi ekspektasi pembeli.
2	Menurut Yunita,	1. Tidak menyalahgunakan data pribadi konsumen.

No	Peneliti	Indikator
	dkk (2019:94)	2. Memberikan penjagaan dan merahasiakan data diri konsumen dari pihak hacker. 3. Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan.
3	(Nursukma et al., 2021)	1. Kerahasiaan data. 2. Pengelolaan Data 3. 3. Jaminan keamanan.

2.2 Pengaruh Antar Variabel

2.2.1 Pengaruh Kemudahan (X_1) penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) QRIS BRI

Pesatnya kemajuan teknologi khususnya dalam pembayaran digital, mampu memberikan fitur-fitur layanan aplikasi sesuai kebutuhan dan keinginan pengguna. Kemudahan penggunaan mempunyai peran yang sangat penting dalam orientasi keputusan pengguna, pembentukan perilaku konsumen, dan tingkat kepercayaan seseorang yang tinggi menjadikan mereka yakin semakin tinggi juga kemanfaatannya. Menurut Davis (2016:320), kemudahan penggunaan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Pengaruh kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual. Kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses keputusan

penggunaan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Kemudahan pengguna dapat mempengaruhi keputusan pengguna, hal ini dibenarkan (Nainggolan et al., 2023) dalam penelitiannya Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dibuktikan oleh nilai t-statistic sebesar $5,742 > 1,96$, nilai original sample bernilai positif sebesar $0,530$ dan nilai p-values sebesar $0,000 < 0,05$.

2.2.2 Pengaruh Keamanan (X_2) Transaksi Terhadap Keputusan Pengguna (Y) QRIS BRI

Menurut Tsiakis dan Sthephanides (2005), mengemukakan bahwa keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi informasi. Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan dalam bertransaksi merupakan cara sebuah server mampu melindungi sebuah data agar tidak terjadi kebobolan dan mampu mendeteksi adanya penipuan di sebuah server yang berbasis teknologi. Pengaruh keamanan merupakan cara untuk mengendalikan dan mengontrol suatu aktivitas agar tetap keadaan normal. Keamanan transaksi *online* adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat pentingnya nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya oleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu

keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan pengguna, maka pengguna mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan menggunakan dengan perasaan aman.

Keamanan bertransaksi dapat mempengaruhi pengguna untuk membuat keputusan penggunaan, hal ini dibenarkan seperti yang disampaikan (Rahmawati & Yuliana, 2020) dalam penelitiannya persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Keamanan memang merupakan yang paling penting dalam keputusan penggunaan *e-wallet* karna seseorang itu merasa aman dan terlindungi.

2.2.3 Pengaruh Variabel Kepercayaan (Z) Terhadap Keputusan Pengguna (Y) QRIS BRI

Saat ini masyarakat telah terbiasa dengan transaksi *online*, dimana hal tersebut memudahkan pengguna dalam berbelanja tanpa harus menghabiskan waktu dan tenaga. Masyarakat hanya perlu menggunakan *gadget* untuk melakukan transaksi *online* dimanapun mereka berada. Kemudahan inilah yang membuat transaksi online banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Kemudahan dalam berbelanja inilah yang membuka kesempatan bagi pelaku bisnis untuk berkembang pesat di Indonesia. Di Indonesia terdapat banyak sekali toko yang menggunakan metode pembayaran non-tunai. Menurut (Aulia et al., 2023) Kepercayaan adalah bagian penting dari belanja non-tunai, pembeli

mempercayai metode yang dibuat oleh penjual. Misalnya, pengguna perlu merasa yakin metode pembayaran yang digunakan mudah untuk digunakan dan sesuai harapan mereka. Selain itu, mereka harus percaya bahwa informasi yang diberikan penjual akan aman. Penting juga bagi penjual untuk meyakinkan pengguna agar merasa tenang bahwa layanan QRIS yang digunakan di toko terlindungi dari potensi penipuan, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan rasa aman.

Kepercayaan merupakan hal yang selalu menjadi pertimbangan setiap pengguna sebelum menggunakan fitur QRIS, hal ini memberikan pengaruh besar terhadap keputusan penggunaan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan pengguna melalui aplikasi BRImo. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Romadon & Nurhapsari, 2020) mengatakan bahwa Kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *E-Banking* yang dapat dilihat dari angka signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ dan angka $t \text{ test} = 45,695 > t \text{ tabel} = 1,661$.

2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis :

Tabel 2.5
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Nainggolan et al., 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>GoTransit</i> (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang)	Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dibuktikan oleh nilai t-statistic sebesar $3,130 > 1,96$, nilai original sample bernilai positif sebesar $0,284$ dan nilai p-values sebesar $0,002 < 0,05$. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dibuktikan oleh nilai t-statistic sebesar $5,742 > 1,96$, nilai original sample bernilai positif sebesar $0,530$ dan nilai p-values sebesar $0,000 < 0,05$. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan di PT. KRL dibuktikan oleh nilai t-statistic sebesar $1,317 > 1,96$ nilai original sample bernilai positif sebesar $0,107$ dan nilai p-values sebesar $0,188 < 0,05$. Diperoleh RSquare sebesar $0,750$ yang berarti bahwa variable kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan mempengaruhi keputusan penggunaan sebesar 75%, sedangkan sebesar 25% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.
2	(Kepercayaan et al., 2024)	Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, fitur, kenyamanan, dan keamanan secara signifikan mempengaruhi keputusan Generasi-Z untuk menggunakan mobile banking. Faktor-faktor ini juga memiliki dampak gabungan yang signifikan terhadap keputusan ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan,

No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Di Kalangan Generasi Z	fitur, kemudahan, dan keamanan masing-masing berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Generasi-Z untuk menggunakan mobile banking. Selain itu, faktor-faktor ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan ini.
3	(Selly Rachmawati & Tri Nur Wahyudi, 2024)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada Generasi Z	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lifestyle, Manfaat dan Keamanan berdampak (positif) terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan QRIS pada generasi Z. Sebaliknya variabel Literasi Keuangan, Kemudahan dan Kepercayaan tidak berpengaruh (negatif) terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan QRIS pada generasi Z.
4	(Pokhrel, 2024)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Perilaku Pengguna Dan Media Sosial Influence Terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS) Sebagai Media Pembayaran Yang Dilakukan Gen Y& Gen Z Di Provinsi Di Yogyakarta	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan social influence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Y dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran.
5	(SHELEM	Pengaruh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa,

No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	O, 2023)	Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)	secara parsial variabel keamanan berpengaruh positif dengan nilai signifikansi $0,0009 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,250. Variabel persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dengan nilai signifikansi $0,0001 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,0241. Sedangkan variabel gaya hidup juga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,311. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i> dengan nilai koefisien statistic uji F sebesar $20.790 > F_{tabel} 2.70$. Analisis koefisien determinan (R^2) sebesar 0,380 atau 38%. Angka tersebut mempunyai maksud bahwa pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara simultan adalah 38% sedangkan sisanya sebesar 62% di pengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
6	(Mauliza & Purba, 2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pembayaran Non Tunai Di Trans Batam	Hasil uji f menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat terhadap pembayaran non tunai di Trans Batam
7	(Pangestu,	Pengaruh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

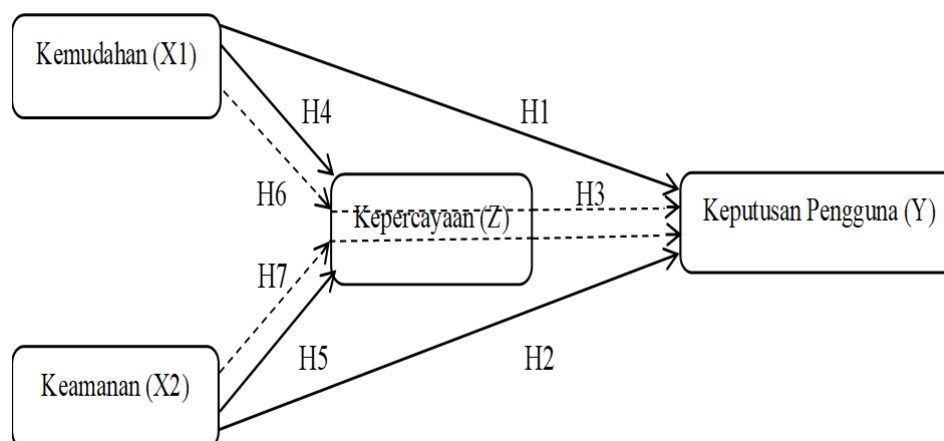
No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	2024)	Kemudahan Penggunaan, Kecepatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Genbi Purwokerto Dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS	variabel kemudahan penggunaan, variabel kecepatan dan variabel keamanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa GenBI Purwokerto menggunakan QRIS. Dan secara simultan variabel kemudahan penggunaan, variabel kecepatan dan variabel keamanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa GenBI Purwokerto menggunakan QRIS.
8	(Laili Nur Rahmawati, 2024)	Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital QRIS Pada Generasi Z Bojonegoro	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Kemudian variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penggunaan QRIS di Kabupaten Bojonegoro perlu adanya promosi yang lebih efektif dan peningkatan kemudahan penggunaan. Kedua faktor ini terbukti signifikan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z.
9	(Adam, Budi Wahono, 2023)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo)	Hasil pengujian menunjukkan secara simultan dan parsial bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi risiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)	
10	(Cahyaningrum, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Brimo Di Bank BRI Cabang Martadinata Malang Tahun 2016- 2022	Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) Terdapat pengaruh secara simultan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat, 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan minat dan persepsi kemudahan penggunaan, 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan efektivitas terhadap minat, 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan risiko terhadap minat.
11	(Hafizah, 2023)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung dari kepercayaan sebesar $(0,8140) > t_{tabel} (0,2845)$ artinya Kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS dan $0,823$ lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ Ha1 diterima. Nilai thitung $(0,8390) > t_{tabel} (0,2845)$ artinya kemudahan penggunaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS dengan nilai signifikansinya sebesar $0,025$ lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ Ha2 diterima. Nilai thitung $(0,3225) > t_{tabel} (0,2845)$ artinya pengetahuan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik

No	Kutipan Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			berbasis QRIS dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kepercayaan kemudahan dan pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dapat dilihat dengan nilai nilai F-hitung (1,67866) lebih besar dari nilai F-tabel (2,653) dan nilai Sig. $0,000 < \alpha = 0,05$.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan deskripsi konseptual diatas dan hasil penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber: *diolah peneliti 2025*

Keterangan :

X₁ : Kemudahan

X₂ : Keamanan

Y : Keputusan Pengguna

Z : Kepercayaan

2.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Dalam penelitian operasional akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 2.6
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Keterangan
1.	Keputusan Pengguna (Y)	Menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah proses pengintergrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.	1. Ketertarikan pada obyek minat 2. Perasaan senang 3. Kecenderungan untuk menggunakan (Wirakanda & Agustina, 2022)	KP.1 KP.2 KP.3
2	Kepercayaan (Z)	Kepercayaan adalah penilaian dan asumsi yang dihasilkan dari informasi	1. Jaminan kepuasan 2. Perhatian	KC.1 KC.2 KC.3

No	Variabel	Definisi	Indikator	Keterangan
		yang diperoleh, diolah, dan dikumpulkan.	3. Keterusterangan. (Keller, 2016)	
3	Kemudahan (X1)	Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem.	1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>) 2. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (<i>doesnot require a lot of mental effort</i>) 3. Sistem mudah digunakan (<i>easy to use</i>) 4. Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>). (Herawati et al., 2022)	KU.1 KU.2 KU.3 KU.4
4	Keamanan (X2)	Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (<i>cheating</i>) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya	1. Tidak menyalahgunakan data pribadi konsumen. 2. Memberikan penjaminan dan merahasiakan data diri	KA.1 KA.2

No	Variabel	Definisi	Indikator	Keterangan
		sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan adalah proteksi perlindungan atas sumber-sumber fisik dan konseptual dari bahaya alam dan manusia.	konsumen dari pihak hacker. 3.Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan. (Yunita dkk. (2019))	KA.3

2.6 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang penelitian, temuan penelitian terkait dan kerangka penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

H₁: Diduga kemudahan (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (Y) QRIS BRI pada generasi Z di Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu.

H₂: Diduga keamanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (Y) QRIS BRI pada generasi Z di Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu.

H₃: Diduga kepercayaan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (Y) pada generasi Z di Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu.

H₄: Diduga kemudahan (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Z).

H₅: Diduga keamanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Z).

H6: Diduga kemudahan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (Y) QRIS BRI di mediasi variabel kepercayaan (Z) pada generasi Z di Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu.

H7: Diduga keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (Y) QRIS BRI di mediasi variabel kepercayaan (Z) pada generasi Z di Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu.