

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian ini menggunakan teori (TAM) yang dikemukakan oleh Davis. Teori ini dianggap relevan karena menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi, termasuk mobile banking. Dalam TAM, terdapat dua variabel utama yaitu *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (manfaat/kegunaan). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang dikembangkan untuk memahami bagaimana seseorang menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan persepsi tertentu. Menurut Davis, terdapat dua konstruk utama dalam teori TAM, yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan/manfaat). Kedua faktor tersebut diyakini memiliki pengaruh terhadap minat dan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi.

Perceived Ease of Use (PEOU) atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks penelitian ini, variabel kemudahan (X1) berkaitan erat dengan konsep *Perceived Ease of Use*, yaitu bagaimana pengguna menilai kemudahan layanan mobile banking BYOND BSI dalam melakukan transaksi keuangan. Kemudahan tersebut meliputi kemudahan mengakses aplikasi, memahami fitur-fitur yang tersedia, kemudahan navigasi menu,

kecepatan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan pengguna dalam menyelesaikan kebutuhan perbankan sehari-hari secara digital. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar kemungkinan seseorang tertarik dan memutuskan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Sementara itu, *Perceived Usefulness* (PU) atau persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan efektivitas dalam menjalankan aktivitas tertentu. Dalam penelitian ini, kualitas layanan yang diberikan oleh mobile banking BYOND BSI dapat membentuk persepsi manfaat bagi pengguna. Kualitas layanan yang baik akan memberikan pengalaman transaksi yang lebih efektif, cepat, aman, nyaman, dan efisien sehingga membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Dengan adanya manfaat yang dirasakan tersebut, pengguna cenderung memiliki minat dan keputusan yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Penerapan teori TAM dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan layanan mobile banking BYOND BSI dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari layanan tersebut. Apabila konsumen merasa bahwa aplikasi mobile banking mudah digunakan serta mampu memberikan manfaat yang nyata dalam aktivitas transaksi keuangan, maka tingkat penerimaan dan keputusan penggunaan layanan mobile banking akan semakin meningkat.

Selain itu, teori TAM telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penerimaan teknologi digital, termasuk layanan perbankan berbasis elektronik (electronic banking). Hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat dan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan. Kemudahan dipahami sebagai keyakinan bahwa sistem dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha, sedangkan manfaat diartikan sebagai keyakinan bahwa penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja atau memberikan nilai tambah bagi penggunanya. Oleh karena itu, teori TAM dinilai sesuai dan relevan sebagai dasar teoritis dalam penelitian mengenai keputusan konsumen menggunakan layanan mobile banking BYOND BS.¹

B. Kualitas layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan antara layanan yang diterima pelanggan dengan harapan mereka. Jika layanan yang diberikan melebihi harapan, maka kualitas layanan dianggap baik dan pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas layanan dinilai kurang baik dan pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.²

¹ Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh and Darwanto Darwanto, 'Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)', *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.02 (2021), p. 155, doi:10.30868/ad.v5i02.1241.

² Zulfina Arizky Zulkifly and others, 'Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking Dengan Pendekatan Metode E-Servqual', 19.I (2023), pp. 61–79, doi:10.26487/jbmi.v19i1.21337.

2. Manfaat Kualitas Layanan

Terdapat beberapa manfaat dari kualitas layanan diantaranya:

- a. Meningkatkan kepuasan nasabah
- b. Kualitas layanan yang baik memungkinkan pelanggan memenuhi harapan mereka saat menggunakan *mobile banking*.
- c. Mendorong keputusan penggunaan *mobile banking*.

Layanan yang andal dan responsif meningkatkan persepsi manfaat sehingga nasabah terdorong untuk menggunakan layanan.

- d. Meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Kualitas layanan yang optimal menumbuhkan kepercayaan serta loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital.

3. Indikator Kualitas Layanan

Dalam penelitian ini, indikator kualitas layanan BYOND digunakan untuk menilai kualitas layanan *mobile banking* BYOND yang diberikan oleh BSI kepada penggunanya.

Adapun indikator dari kualitas layanan yaitu:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik)
 1. Menu dan fitur pada aplikasi BYOND mudah dipahami oleh pengguna.
 2. Tampilan aplikasi *mobile banking* menarik dan mudah digunakan.
- b. *Reliability* (Keandalan)

1. Layanan mobile banking berjalan dengan baik dan jarang mengalami gangguan
 2. Transaksi melalui BYOND berjalan sesuai dengan yang dijanjikan.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
1. Pihak bank cepat menanggapi keluhan atau masalah nasabah terkait penggunaan BYOND.
 2. Bank memberikan solusi dengan segera ketika terjadi masalah pada BYOND.
- d. *Assurance* (Jaminan)
1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi melalui BYOND.
 2. Data pribadi dan informasi transaksi nasabah terlindungi dengan baik saat menggunakan BYOND.
- e. *Empathy* (Empati)
- Bank memberikan perhatian dan kemudahan sesuai kebutuhan nasabah
 - Bank menyediakan layanan yang memudahkan nasabah sesuai dengan kebutuhannya.³

C. Kemudahan

1. Pengertian Kemudahan Dalam teori TAM, kemudahan penggunaan sistem diartikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem

³ Ladhari, R. (2019), "Service Quality, Emotional Satisfaction, and Behavioural Intentions," *Journal of Retailing and Consumer Services*.

tersebut mudah digunakan dan tidak menimbulkan kesulitan. Kemudahan ini berkaitan dengan seberapa besar usaha fisik dan mental yang diperlukan saat menggunakan suatu teknologi. Jika suatu teknologi dianggap mudah, maka pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakannya. Selain itu, kemudahan juga dapat memengaruhi pilihan konsumen, terutama dalam penggunaan layanan online. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dicari oleh konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh seberapa cepat teknologi berkembang serta seberapa mudah teknologi tersebut dipahami, dipelajari, dan digunakan. Persepsi kemudahan muncul ketika pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi tidak memerlukan usaha yang rumit. Sebaliknya, jika sistem terlalu kompleks, konsumen cenderung enggan menggunakannya.⁴

Sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu sistem, teknologi, atau layanan dapat digunakan dengan mudah tanpa menghadapi kesulitan yang signifikan atau memerlukan usaha yang berlebihan dikenal sebagai kemudahan penggunaan.

2. Manfaat Kemudahan

Terdapat beberapa manfaat dari kemudahan penggunaan diantaranya yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan dapat meningkatkan ketertarikan dan

⁴ Anindya Diahayu Lestari, 'Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee', 2.2 (2022).

keinginan individu untuk mencoba dan terus menggunakan suatu produk atau layanan. Ketika pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani saat menggunakannya, maka potensi adopsi teknologi akan meningkat secara substansial.

2. Sistem yang Mudah Digunakan

Sistem yang mudah digunakan akan mendorong proses integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi maupun profesional, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja. Selain itu, antarmuka yang dirancang dengan prinsip kemudahan penggunaan akan secara langsung mengurangi risiko terjadinya kesalahan, menghindari kebingungan dalam navigasi, serta meminimalisir frustrasi pengguna.

3. Pengalaman Pengguna yang Positif

Berkat kemudahan penggunaan juga berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap produk atau layanan tersebut. Loyalitas ini dapat memperpanjang siklus penggunaan dan memperkuat reputasi teknologi atau layanan di mata konsumen.

3. Indikator Kemudahan

Untuk mengukur sejauh mana suatu sistem dianggap mudah digunakan, beberapa indikator utama dapat dijadikan acuan. Indikator kemudahan

penggunaan mencakup beberapa aspek diantaranya yaitu:⁵

a. Mudah dipelajari

1. Nasabah merasa *mobile banking* BYOND mudah dipelajari sejak pertama kali digunakan.
2. Nasabah dapat memahami cara penggunaan *mobile banking* BYOND tanpa membutuhkan waktu belajar yang lama.

b. Mudah dipahami

1. Nasabah merasa informasi dan instruksi pada *mobile banking* BYOND mudah dipahami.
2. Nasabah tidak mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur yang tersedia pada *mobile banking* BYOND.

c. Sempel dan tidak rumit

1. Nasabah menilai tampilan dan alur penggunaan *mobile banking* BYOND sederhana dan tidak membingungkan.
2. Nasabah merasa langkah-langkah dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking* BYOND tidak rumit.

d. Mudah dioperasikan

1. Nasabah dapat mengoperasikan fitur-fitur *mobile banking* BYOND dengan mudah.
2. Nasabah merasa navigasi menu pada *mobile banking* BYOND memudahkannya dalam melakukan transaksi.

⁵ Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, and Tri Ari Prabowo, 'Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo', *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1.1 (2020), pp. 317–28, doi:10.36456/jsbr.v1i1.3000.

e. Fleksibel

1. Nasabah merasa *mobile banking* BYOND dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan saya.
2. Nasabah menilai *mobile banking* BYOND memberikan fleksibilitas dalam melakukan berbagai jenis transaksi.⁶

D. Keputusan Penggunaan

1. Pengertian Keputusan Penggunaan

Menurut Sangadji et al., keputusan pelanggan dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh adanya berbagai pilihan yang tersedia. Dalam hal ini, keputusan merupakan proses memilih satu dari beberapa alternatif untuk menyelesaikan suatu masalah atau mencapai tujuan tertentu. Setiap keputusan yang diambil tentu didasarkan pada pertimbangan yang matang. Hal ini juga sejalan dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia yang menyatakan bahwa keputusan adalah hasil dari proses berpikir dan pertimbangan. Sebelum menentukan pilihan, konsumen biasanya membandingkan dua atau lebih alternatif perilaku yang ada.⁷

2. Indikator Keputusan Penggunaan

Terdapat sejumlah indikator yang memengaruhi keputusan penggunaan. Indikator ini berperan penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan

⁶ Pratiwi, N. K., & Hidayat, R. (2021), "Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking," Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia

⁷ Widodo, Annisa Rizky, and Fajri Ariandi, 'Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA Di Jakarta Universitas Bina Sarana Informatika , Indonesia Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile', *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 4, 2024

perilaku pengguna terhadap adopsi teknologi perbankan digital. Indikator-indikator ini tidak hanya berperan sebagai faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga membentuk persepsi awal pengguna terhadap kemudahan, manfaat, dan risiko yang mungkin mereka hadapi. Selain itu, indikator tersebut turut membentuk sikap dan keyakinan pengguna terhadap keandalan sistem, serta memengaruhi perilaku mereka dalam hal intensitas dan konsistensi penggunaan layanan. Dengan kata lain, pemahaman yang mendalam terhadap indikator-indikator ini sangat penting bagi penyedia layanan perbankan digital untuk merancang strategi yang dapat meningkatkan adopsi, kepuasan, dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.⁸

Berikut adalah indikator dari keputusan penggunaan:

a. Kemudahan penggunaan sistem

1. Nasabah memutuskan menggunakan *mobile banking* BYOND karena mudah digunakan.
2. Nasabah merasa kemudahan penggunaan *mobile banking* BYOND mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.

b. Persepsi manfaat

1. Nasabah menggunakan *mobile banking* BYOND karena memberikan manfaat dalam mempermudah transaksi perbankan.
2. Nasabah merasa penggunaan *mobile banking* BYOND membuat

⁸ Ibnu Cahyo Ramadhan, 'Determinasi Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Lingkungan Mahasiswa : Manfaat Dan Kemudahan', 9.3 (2024), pp. 468–80.

aktivitas perbankannya menjadi lebih efektif dan efisien.

c. Kenyamanan

1. Nasabah merasa nyaman menggunakan *mobile banking* BYOND dalam melakukan transaksi keuangan.
2. Nasabah tidak merasa terganggu saat menggunakan *mobile banking* BYOND untuk kebutuhan perbankan.

d. Keyakinan

1. Nasabah yakin bahwa *mobile banking* BYOND dapat diandalkan untuk melakukan transaksi perbankan.
2. Nasabah percaya *mobile banking* BYOND mampu memenuhi kebutuhan transaksi dengan baik.

e. Kualitas sistem

1. Nasabah menilai kualitas layanan *mobile banking* BYOND baik dan sesuai dengan harapannya.
2. Nasabah merasa kualitas fitur dan layanan *mobile banking* BYOND mempengaruhi keputusan untuk menggunakannya.

f. Persepsi Risiko

1. Nasabah merasa risiko penggunaan *mobile banking* BYOND relatif kecil.
2. Nasabah tidak khawatir akan keamanan data dan transaksi saat menggunakan *mobile banking* BYOND.

g. Kebiasaan dan Kemantapan.

1. Nasabah sudah terbiasa menggunakan *mobile banking* BYOND

dalam aktivitas perbankan sehari-hari.

2. Nasabah secara rutin menggunakan *mobile banking* BYOND untuk melakukan berbagai transaksi.⁹

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada dasarnya adalah preposisi atau anggapan yang cukup luas dan sering digunakan sebagai dasar untuk keputusan, pemecahan masalah, atau bahkan penelitian yang lebih panjang. Namun, anggapan sebagai hipotesis juga dapat berupa data karena memungkinkannya. Oleh karena itu, jika digunakan sebagai dasar untuk membuat hipotesis, maka data yang diobservasi harus dievaluasi lebih mendalam.¹⁰

1. Pengaruh Variabel X1 Terhadap Y

Kualitas layanan didefinisikan sebagai variasi antara harapan pelanggan dan cara mereka melihat layanan. Kualitas yang dipahami akan kepuasan pelanggan muncul jika hasil melebihi ekspektasi. Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sistem akan sangat penting untuk mencapai implementasi e-banking dengan sukses.¹¹

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan digital perbankan. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Intan Yonata Putri yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat

⁹ Prasetyo, B., & Lestari, S. (2023), “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kebiasaan terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Banking*,” *Jurnal Ilmu Manajemen*.

¹⁰ Junaedi Junaedi and Abdul Wahab, ‘Hipotesis Penelitian Dalam Kesehatan’, *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6.2 (2023), pp. 142–46, doi:10.56467/jptk.v6i2.98.

¹¹ Siti Susanti dkk “Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah, ‘1,2,3,4’, 0717, 2004, 38–49.

Menggunakan *Mobile Banking*” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas layanan yang baik mampu memberikan pengalaman positif bagi pengguna sehingga mendorong individu untuk memutuskan menggunakan layanan digital perbankan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diduga bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI. Berdasarkan uraian tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

2. Pengaruh Variabel X2 Terhadap Y

Seseorang mengatakan bahwa sistem mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Aplikasi *mobile banking* menunjukkan bahwa mereka mudah digunakan karena sistem *mobile banking* yang mudah dan praktis akan membuat transaksi lebih mudah dan lebih nyaman, pelanggan akan lebih suka menggunakannya sebagai metode perbankan utama.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Elly Setyowati yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang 2019–2021)” menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa kemudahan penggunaan layanan dapat mendorong pengguna untuk memutuskan menggunakan *mobile banking* karena sistem yang mudah dioperasikan akan meningkatkan kenyamanan dan mengurangi hambatan dalam penggunaan layanan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diduga bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

Berdasarkan uraian tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

H_{a2} : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

3. Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Y

Keputusan untuk menggunakan BYOND by BSI dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kemudahan. Layanan seperti keamanan, keandalan, dan kecepatan sistem dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Intan Yonata Putri (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Elly Setyowati menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas layanan dan kemudahan memiliki peranan penting dalam mendorong keputusan penggunaan layanan digital perbankan. Pengguna akan cenderung memutuskan menggunakan

layanan *mobile banking* apabila layanan yang diberikan berkualitas baik dan mudah digunakan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diduga bahwa kualitas layanan dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

Berdasarkan uraian tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.

H_{a3} : Terdapat pengaruh kualitas layanan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI.