

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 *Perceived ease of Use*

#### 2.1.1 *Pengertian Perceived ease of use*

Faktor kunci dalam sikap pengguna dan adopsi serta niat penggunaan teknologi ini disebut *perceived ease of use* atau *PEOU* (Chawla dan Joshi, 2020). *PEOU* memiliki efek positif dan kuat pada niat dan dianggap demikian kontrol yang memungkinkan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *e-wallet* (Reddy dan Rao, 2019). Konsumen potensial lebih positif tentang sistem tertentu ketika mereka menganggap kemudahan penggunaan sistem lebih tinggi (Davis et al., 1989). Hamid, Razak, Bakar dan Abdullah (2016) menemukan persepsi tersebut penggunaan sangat penting dalam mempengaruhi niat penggunaan konsumen. Menurut Lin (2007) *perceived ease of use* menggambarkan level yang menunjukkan sejauh mana situs atau aplikasi tersebut mudah dipahami, dipelajari dan mudah digunakan. Semakin mudah kemudian teknik yang diterapkan mendorong penerimaan konsumen atau menggunakan teknologi tersebut. Persepsi pribadi tentang kemudahan penggunaan komputer (*PEOU*) adalah sejauh mana ketika menggunakan sistem tertentu bebas dari kesalahan. Persepsi itu kemudian mempengaruhi perilaku, yaitu semakin tinggi *perceived ease of use*, semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi informasi (Igbaria dan Chakrabarti, 1990).

Selain itu, Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan mudah." Oleh karena itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan tentang berapa banyak yang harus dikeluarkan pelanggan untuk mempelajari dan menggunakan teknologi atau sistem baru.

Menurut Hartono (2007, dalam Shomad, 2013), kemudahan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang ketika menggunakan teknologi itu mudah. Penelitian Pavlou (2003) mengukur kemudahan penyesuaian yang dirasakan, yaitu situs web yang jelas dan mudah dipahami, tidak memerlukan banyak usaha, mudah ditemukan, dan mudah digunakan.

### 2.1.2 Indikator *Perceived ease of use*

*Perceived ease of use (PEOU)* adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989). Menurut Sun dan Zhang (2011) dalam penelitian Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015:444) mengemukakan bahwa terdapat empat item Dimensi *Perceived ease of use*:

1. **Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*)** Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari. Tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras dalam mempelajari pada pengoprasian setiap menu. Dalam hal ini GoPay adalah sebuah teknologi yang dapat dengan mudah digunakan untuk bertransaksi tanpa perlu adanya usaha yang lebih. Sehingga dengan kemudahan ini mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan GoPay.
2. **Mudah digunakan (*ease to use*)** Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru mudah untuk digunakan. Mudah digunakan adalah alasan utama mengapa pengguna Gojek memilih Gopay sebagai metode pembayaran. Selain itu, Gopay telah mempunyai izin beroperasi dari Bank Indonesia. Gopay juga terus berupaya menjaga keamanan pengguna dalam bertransaksi sampai penggunaan PIN dalam setiap transaksi Gopay. Pelayanan sistem yang terdapat didalam GoPay lebih detail, jelas dan terperinci sehingga dapat dengan mudah digunakan.
3. **Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)** Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti. Tidak dibutuhkan banyak usaha, mudah digunakan dan mudah dioperasikan dan cepat mahir sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan. Aplikasi GoPay memiliki tampilan yang jelas dan ringkas sehingga mudah digunakan dan dipahami oleh siapapun. Meskipun kini GoPay memiliki aplikasi yang berdiri sendiri, layanan GoPay tetap dapat digunakan dan terus dikembangkan di aplikasi Gojek
4. **Menjadi terampil (*become skillful*)** Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi. Para pengguna layanan GoPay dapat terhindar dari kesulitan dan kebingungan maka saat menggunakan teknologinya para pengguna menjadi lebih terampil dan mahir.

## 2.2 *Intention to use*

### 2.2.1 *Pengertian Intention To Use*

Menurut Davis et.al. (1989), *intention to use* adalah keinginan seseorang yang memiliki niat untuk melakukan penggunaan tertentu. Fishbein dan Ajzen dalam Purnomo dan Haryanto, (2011) tentang *Intention to use* yaitu kekuatan seseorang untuk menggunakan sesuatu. Dalam penelitian ini, menggunakan indikator *intention to use* menurut Jogiyanto (2007) yaitu kesiapan menggunakan yaitu keinginan mencoba untuk menggunakan. *Intention to use* menurut Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Chauhan (2015) yaitu sebuah ukuran niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atas dasar keinginan seseorang atau dorongan dari kinerja perilaku. Menurut Omotayo dan Adebayo (2015), *intention to use* adalah sesuatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Cheminguin dan Lallou (2013), *Intention to use* adalah dimana seseorang siap untuk bertindak dan melakukan tindakan yang diharapkan. Menurut Yadav dan Pathak (2017), Niat untuk penggunaan menunjukkan kesiapan seseorang untuk perilaku tertentu. Menurut beberapa peneliti, *Intention to use* dapat dijelaskan sebagai suatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan

### 2.2.2 *Indikator Intention To Use*

Indikator *intention to use* menurut Wang dan Li (2016) adalah sebagai berikut.

#### 1. **Kemauan pengguna untuk memakai aplikasi online.**

Keinginan seorang untuk menggunakan aplikasi online secara terus-menerus. Mendapatkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan metode lain seperti pembayaran tunai dan kartu.

#### 2. **Kecenderungan pengguna untuk lebih menggunakan aplikasi online tertentu dibandingkan aplikasi online lainnya.**

Ketika merasakan banyak manfaat yang didapatkan dari menggunakan aplikasi online akan menetap dan terus menggunakan dibandingkan menggunakan aplikasi lain.

#### 3. **Tindakan pengguna untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai aplikasi online yang telah dirasakan manfaatnya.**

Setelah memperoleh manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut maka dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk menggunakan aplikasi tersebut.

## 2.3 *Perceived Usefulness*

### 2.3.1 *Pengertian Perceived Usefulness*

*Perceived usefulness* menurut Lwoga dan Lwoga (2017) yaitu keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem akan meningkat kinerja, sedangkan Hossain dan Prybutok (2008) berpendapat bahwa *perceived usefulness* adalah kondisi dasar yang menarik minat orang untuk menggunakan teknologi atau tidak. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa *perceived usefulness* adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem akan memudahkan dalam melakukan berbagai tugas sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat. Selain itu, Davis et al (1989) mendefinisikan *perceived usefulness* sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegunaan yang dirasakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai evaluasi dan persepsi pelanggan apakah sistem baru yang mereka gunakan memberikan nilai tambah dibandingkan dengan sistem lama.

Menurut Wang dan Li (2016) menjelaskan hal tersebut konsumen dapat merasakan kegunaannya jika disetujui teknologi dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. Menurut Devina (2016), *perceived usefulness* adalah ukuran penggunaan teknologi itu diyakini bermanfaat setiap orang yang menggunakannya. Seri Sartika oleh Ayu Tjin dan Zaki Baridwan (2013) yang mempersepsikan kegunaan (*perception utilitas*) adalah sesuatu yang menegaskan orang percaya bahwa pengguna teknologi meningkatkan kinerja individu. (Davis, 1989, Chauhan 2015) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya”. *Perceived usefulness* dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang ketika menggunakan teknologi akan meningkatkan kerjanya.

Menurut Latifah et al (2020), *perceived usefulness* ditentukan oleh seberapa besar keyakinan individu dalam menggunakan sistem dapat mempengaruhi peningkatan kinerja. Oleh karena itu, kemungkinan besar konsumen memilih untuk menggunakan sistem dengan keyakinan bahwa sistem harus meningkatkan kinerja mereka. Nilai kegunaan yang diperoleh dari suatu sistem atau teknologi dapat memiliki ambang batas jika juga terdapat keterbatasan dalam kemampuan untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut, dalam hal ini penjumlahan manfaat bagi setiap orang akan memberikan

hasil yang berbeda tergantung tingkat kemampuan menggunakan dan mengoperasikan sistem atau teknologi (Ahmad, Bambang, & Fathor, 2013)

### **2.3.2 Indikator *Perceived Usefulness***

Menurut (Wang dan Li, 2016) menjelaskan hal tersebut konsumen dapat merasakan kegunaannya jika suatu teknologi dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. *Perceived usefulness* memiliki dimensi hemat waktu, kemana-mana dan nyaman. Mengenai tujuan pengukuran Indikator *perceived usefulness* menurut Davis Yogyanto (2012) adalah sebagai berikut:

#### **1. *Work more quickly.***

Bekerja lebih cepat (mempercepat pekerjaan Penggunaan teknologi informasi hal-hal tertentu dapat mempercepat pekerjaan atau menghemat waktu kerja. Dalam hal ini penggunaan GoPay dapat membuat pekerjaan lebih mudah dan menghemat waktu.

#### **2. *Effectiveness.***

Menggunakan teknik tertentu dapat membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka di dunia kerja yang dimiliki oleh orang tersebut. Keefektifitasan sistem teknologi yang terdapat pada GoPay memberikan kemudahan seseorang yang menggunakannya untuk mencapai tujuan yang ingin mereka capai sehingga meminimalisir kegalalan saat penggunaannya.

#### **3. *Job performance.***

Dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut. Penggunaan GoPay dapat meningkatkan produktifitas seseorang karena dengan itu maka pekerjaan jauh lebih cepat terselesaikan.

#### **4. *Makes job easier.***

Ini dilakukan melalui penggunaan teknologi tertentu untuk membantu seseorang dalam aktivitas sehari-hari belajar untuk melakukan sesuatu yang lebih mudah bekerja. Dalam proses penggunaannya GoPay dapat digunakan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik. Para pengguna GoPay yang ingin bertransaksi dapat dengan mudah dilakukan karena GoPay menyediakan fasilitas yang mumpuni dan dapat di akses diberbagai merk *smartphone* dan sudah banyak bekerja sama dengan berbagai Bank maupun merchant-merchant lainnya.

#### **5. *Useful.***

Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu terdapat bermanfaat untuk dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Suatu sistem teknologi GoPay memberikan banyak kegunaan bagi penggunanya dalam memenuhi kebutuhannya.

#### **6. *Increase productivity.***

Sejauh mana seseorang mempercayainya penggunaan teknologi tertentu ada manfaat atau keuntungan untuk meningkatkan aktivitas manusia. Dengan menggunakan suatu sistem transaksi GoPay produktifitas seseorang akan meningkat dan dapat menjadikan waktu lebih berkualitas serta bermutu.

### **2.4 *Perceived Enjoyment***

#### **2.4.1 *Pengertian Perceived Enjoyment***

Davis et al, (1992) memperluas kemudahan untuk TAM dipandang sebagai faktor motivasi tambahan dalam menerima minat penggunaan teknologi. Kenyamanan yang dirasakan atau rentang aktivitas. Menurut Septian et al (2017) kenyamanan digunakan untuk merespon dimensi hedonisme pengguna dan mengukur berapa lama pengguna menemukan rasa kenyamanan dalam menggunakan teknologi. Kenyamanan dikendalikan dengan menerapkan peran penting dalam mendefinisikan kepentingan kembali menggunakan teknologi. Menurut Rouba dan lainnya (2016) kenyamanan mengacu pada sejauh mana penggunaan teknologi tertentu dipertimbangkan menyenangkan untuk setiap orang atau pengguna dan secara individu apa keuntungannya yang diperoleh dari penggunaan sistem teknologi. Kenyamanan adalah tingkat kepuasan konsumen dari waktu ke waktu dengan bantuan teknologi (Panmanaman, 2016). Vankatesh, (2000) di (Chin dan Ahmad, 2015) menunjukkan tingkat kenyamanan. Namun, sistem teknologi tampaknya menyenangkan untuk digunakan terlepas dari dampak kinerja pengguna sistem teknologi. Semakin besar kenyamanannya bagi pengguna teknologi informasi, semakin baik sikap pengguna tersebut yang kemudian berkaitan dengan penerimaan teknologi (Nugraha et al, 2016). Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kenyamanan yang dirasakan (disukai kesenangan) adalah *perceived enjoyment* yang dialami seseorang penggunaan sistem teknologi yang membuat pengguna tampil pekerjaan yang baik dan selesai tepat waktu.

## 2.4.2 Indikator *Perceived Enjoyment*

Menurut Li. Y (2016) membagi *perceived enjoyment* menjadi tiga dimensi utama, yaitu:

### 1. *Pleasure*

Sebuah pengalaman yang menyenangkan ketika konsumen dapat mengakses teknologi dimanapun dan kapanpun. Pengalaman menyenangkan ketika menggunakan teknologi tersebut. Dengan segala inovasi yang dimiliki oleh PT.Gojek membuat konsumen senang dalam menggunakan teknologinya

### 2. *Enjoyable*

Perasaan nyaman ketika merasakan penggunaan sesuatu teknologi. Mengarah kepada perasaan nyaman merasa tidak ada halangan ketika menggunakan teknologi tersebut.

### 3. *Fun*

Ketertarikan konsumen dalam menggunakan teknologi. Mengarah pada ketertarikan dengan sesuatu menarik yang berhubungan dengan teknologi yang digunakan. GoJek membangkitkan keinginan konsumen untuk mencoba menggunakan teknologinya dengan inovasi yang selalu dikembagkan.

## 2.5 Hubungan Antar Konsep

### 2.5.1 Hubungan *Perceived ease Of Use Terhadap Intention To Use*

Menurut Davis dkk. (1992), salah satu faktor terpenting adalah penerimaan suatu sistem dipengaruhi oleh seberapa sederhana sistem itu yang digunakan. Oleh karena itu, semakin mudah suatu teknologi digunakan maka semakin banyak yang menggunakan teknologi tersebut (Kucukusta et al. 2015). Teori yang dikemukakan oleh Davis (1992) dan dikonfirmasi pada tahun 1992 beberapa studi empiris, *perceived ease of use* sistem teknologi memengaruhi perilaku pengguna sistem dan minat untuk menggunakannya (niat penggunaan) (Gefen, Karahanna dan Straub, 20013, Teo Lim et Lai, 1999).

Jika suatu teknologi itu dianggap relatif mudah digunakan, lebih banyak pengguna dan memiliki rasa untuk ingin mempelajari dan akhirnya akan terus menggunakan layanan tersebut. Akhirnya terus menggunakan layanan tersebut. Dalam sebuah studi, menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berhubungan positif dengan minat untuk menggunakan untuk kedepannya (berlanjut) (Chiu dan Wang, 2008).

Menurut (Nguyen, 2020) Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin ketika menggunakan teknologi akan bebas usaha.

Selain itu, Menurut (Davis et al., 1989), *perceived ease of use* adalah ukuran keyakinan seseorang bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. *Perceived ease of use* didasarkan pada sejauh mana para pengguna berharap sistem baru yang akan digunakan bebas dari kesulitan (Sunny, 2018). Tingkat seseorang keyakinan bahwa menggunakan sistem informasi itu mudah dan tidak memerlukan kerja keras dari pengguna. Kemudahan ini akan mengurangi tenaga, pikiran, dan waktu yang digunakan untuk mempelajari dan menggunakan informasi sistem (Juhri & Dewi, 2017). Orang yang bekerja dengan sistem informasi bekerja lebih mudah daripada orang yang bekerja secara manual tanpa sistem informasi (Potiwanna & Avakiat, 2017). Belajar hasil (Lin & Nguyen, 2011) dan (Oktania & Indarwati, 2022) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* secara positif dan signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan.

**H1: Diduga *Perceived ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Intention To Use* dalam penggunaan *e wallet* GOPAY**

#### 2.5.2 *Perceived ease of Use Terhadap Perceived Usefulness*

*Perceived ease of use* yang dirasakan mempengaruhi *perceived usefulness* karena semakin mudah sistem digunakan, semakin baik. Menggunakan sistem ini meningkatkan kinerja. Terdapat bukti empiris yang dirasakan *perceived ease of use* berkaitan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *perceived usefulness* (Venkatesh, 2000).

Athapaththu dan Kulathunga (2018) mengatakan bahwa situs *e-commerce* seharusnya mudah bagi pelanggan dan akhirnya mereka menganggapnya berguna. Studi lain oleh Hansen et al (2018) menyatakan pertumbuhan tersebut *perceived ease of use* yang dirasakan harus digabungkan *perceived usefulness* yang dirasakan meningkat. Konsumen baru bisa merasakan manfaat yang ditawarkan oleh layanan *e-wallet* ini ketika konsumen bisa untuk menggunakan atau mengakses layanan. Situs *e-wallet* yang baik adalah ketika sebuah situs mampu memenuhi harapan konsumen dalam hal kemudahan penggunaan dan kenyamanan digunakan.

Pernyataan ini didasarkan pada pendapat Abdullah dan Ward (2016); Marzuki dkk (2016) bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki dampak besar penting dalam hal manfaat yang dirasakan. Diamati kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor penting utilitas karena diimplementasikan di berbagai bidang teknologi seperti *e-portfolio* (Abdullah et al., 2016) dan media sosial (Lee) et al., 2013). Rasa ringan yang dirasakan

mempengaruhi keuntungan orang ini dapat merasakan kenyamanan masyarakat setempat. Menggunakan Gopay *E-Wallet* menyebabkan mereka sangat berguna *e-wallet* gopay menawarkan berbagai fungsi, seperti fungsi bayar pulsa, tentunya memudahkan masyarakat yang memiliki listrik, dan untuk membayar kebutuhan sehari-hari selain itu juga menghemat waktu bagi masyarakat bisa lebih produktif. Kenyamanan menggunakan gopay *e-wallet*, identifikasi audiens dapat mendorong peningkatan produktivitas, efisiensi dan dapat mempersingkat waktu.

**H2: Diduga *Perceived ease of use* berpengaruh secara terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan *e wallet GOPAY***

### 2.5.3 *Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use*

Pengguna tertarik untuk menggunakan dan melanjutkan teknologi saat merasakan manfaatnya secara langsung. Jika tidak bermanfaat, masyarakat cenderung juga tidak tertarik untuk menggunakan teknologi yang diusulkan. Nilai penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* (Sharip, 2008). Karena penemuan konsisten, jadi manfaat yang dirasakan merupakan faktor penting *intention to use* (Marangunić, N. dan Granić, A. 2014).

*Perceived usefulness* juga sangat tinggi mempengaruhi niat untuk menggunakan pembayaran *mobile* (Davis, 1989). Pernyataan Davis didukung oleh hasil penelitian lain berpendapat bahwa *perceived usefulness* adalah faktor yang paling penting mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* (Pousttchi et, al., 2004). Pernyataan ini juga digunakan oleh Wang dan Iderstog (2015) untuk menyelidiki faktor apa saja yang mempengaruhi minat pada penggunaan *e-wallet* menggunakan model TAM. *Perceived usefulness* memiliki dampak yang signifikan minat pembayaran *e-wallet*. Aydin dan lainnya (2016) menemukan *perceived usefulness* sebagai faktor penting mempengaruhi *intention to use*.

**H3: Peran *Intention To Use* sebagai mediasi pada *Perceived Usefulness* dalam penggunaan *e wallet GOPAY***

### 2.5.4 *Perceived ease Of Use Terhadap Perceived Enjoyment*

Rodrigues et al (2016) tentang kontribusi variabel *perceived ease of use* dengan *perceived enjoyment* mengatakan *perceived ease of use* yang dirasakan oleh konsumen berhubungan positif dengan *perceived enjoyment*. *Perceived ease of use* yang dirasakan

memiliki dampak yang signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* pada sikap dalam mengadopsi sistem informasi tertentu. Dengan cara yang paling mudah sistem yang digunakan semakin terkait dengan kenyamanan konsumen Rouibah (2016).

*Perceived ease of use* yang dirasakan memiliki efek positif terhadap *perceived enjoyment* yang dirasakan. Digunakan dalam aplikasi, variabel dirasakan *perceived ease of use* sangat mempengaruhi kenyamanan konsumen mengakses aplikasi. Rodrigues et al. (2016) mencatat *perceived ease of use* konsumen ada hubungan positif dalam hal *perceived enjoyment*. Dengan demikian, sistem teknologi yang kurang memperhatikan kemudahan penggunaan dalam penggunaannya berdampak pada menurunnya kenyamanan aplikasi. Menurut Heijden, H. Van Der (2003), semakin mudah sistem digunakan, semakin terkait dengan kenyamanan konsumen. Hal ini mampu menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam membentuk *Perceived Enjoyment* terhadap pengguna aplikasi *digital payment*. Aplikasi terus mengembangkan *platform* mereka dan meningkatkan layanan mereka untuk memfasilitasi penggunaan *e-wallet*.

#### **H4: Peran *Perceived Enjoyment* sebagai mediasi pada *Perceived ease of use***

##### **2.5.5 *Perceived Enjoyment Terhadap Intention To Use***

*Perceived enjoyment* adalah pandangan sejauh mana konsumen merasa senang saat menggunakan aplikasi. Terlebih lagi, penggunaan sistem sangat penting untuk hasil presentasi yang dihasilkan dari penggunaan sistem. Jika menggunakan Gopay itu menyenangkan, konsumen secara alami akan terinspirasi untuk menggunakannya (Davis, 1992). Mengingat klarifikasi di atas, cenderung dianggap bahwa kesenangan yang tampak secara positif memengaruhi tujuan untuk menggunakan aplikasi.

*Perceived enjoyment* memiliki efek signifikan pada *intention to use* (Davis dkk., 2012 dalam Teo dkk., 1999:27). *Perceived enjoyment* mempengaruhi *intention to use* (Chatzoglou dkk., 2009:877). Individu yang merasa *enjoy* dan *fun* dengan suatu teknologi akan semakin termotivasi untuk menggunakan teknologi tersebut (Sigar, 2016:505). Individu dapat terlibat dalam perilaku tertentu jika menghasilkan *fun* dan *enjoyment*. Ini menyiratkan bahwa individu dapat mengadopsi teknologi karena penggunaannya menyenangkan (Teo dkk., 1999:27). *Perceived enjoyment* mempengaruhi konstruk *intention*. Berfokus pada hubungan ini, dapat dikatakan bahwa individu akan menggunakan suatu teknologi jika teknologi dinilai menarik, bermanfaat, dan menyenangkan (Chatzoglou dkk., 2009:885). Hasil penelitian Sigar (2016), Mohamad dkk., (2021), Çalli dkk., (2018), dan Sudono dkk., (2020)

membuktikan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*.

#### **H5: Peran *Perceived Usefulness* sebagai mediasi pada *perceived enjoyment***

### **2.6. Kerangka berpikir**

Latar Belakang:

Di era modern ini, manusia saling berinteraksi dan melakukan transaksi, dengan aspek transaksional yang menjadi nilai transaksional. *E-wallet* digital adalah media transaksi baru di era modern, dengan pemerintah Indonesia berfokus pada penerapan teknologi digital untuk mengelola ekonomi digital. Sistem *e-wallet* digital adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi, seperti jual beli barang, jasa, dan transaksi. Ini juga menyediakan platform bagi konsumen untuk berinteraksi dengan produk *e-wallet*. Perkembangan *e-wallet* telah difasilitasi oleh berbagai perusahaan, seperti Go-Jek yang menawarkan beragam metode pembayaran *e-wallet*. Metode ini dirancang untuk membuat transaksi lebih nyaman dan efisien bagi pengguna. Sistem *e-wallet* digital merupakan perkembangan yang signifikan di era modern, dengan potensi mengubah cara orang bertransaksi dan mengelola keuangannya.

Adopsi dompet elektronik digital dan pengembangan platform digital seperti Go-Jek telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital dan pengembangan sistem keuangan yang lebih efisien dan efisien.

1. Apakah *perceived ease of use* dapat memberikan pengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna *e-wallet* Go-Pay?
2. Apakah *perceived ease of use* dapat memberikan pengaruh terhadap *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* Go-Pay?
3. Apakah *perceived usefulness* dapat memberikan pengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna *e-wallet* Go-Pay?
4. Apakah pengaruh *ease of use* terhadap *perceived enjoyment* memberikan pengaruh besar terhadap para pengguna *e-wallet* Go-Pay?
5. Apakah *perceived enjoyment* terhadap *intention to use* memberikan pengaruh pada penggunaan *e-wallet* Go-Pay?

## 2.7 Model Penelitian

