

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1. Kualitas Layanan

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas jasa dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan konsumen yang selanjutnya mempengaruhi profitabilitas. Jika perusahaan melakukan sesuatu hal yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik [13].

Pengertian kualitas layanan (*service quality*) yang didefinisikan oleh Utami sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan. Pengertian kualitas layanan yang didefinisikan oleh Abubakar yaitu Kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya [13].

Pengertian kualitas layanan yang disampaikan oleh Arcand, Promtep, & Brun adalah penilaian konsumen keseluruhan terhadap kualitas dan keunggulan konten yang ada dalam aplikasi m-banking tersebut. Pengukuran kualitas layanan M-Banking dibagi menjadi beberapa dimensi, yakni : [14]

1. Kenyamanan

Kenyamanan adalah motivasi intrinsik yang dirasakan seseorang berdasarkan kesenangan yang dialami saat menggunakan perangkat elektronik. Pengalaman dan nilai emosional yang diperoleh dari persepsi kenyamanan berperan penting dalam pengembangan aplikasi m-banking

2. Keamanan

Keamanan tidak hanya menjadi masalah yang diangkat dalam proses perancangan dan pengembangan perangkat lunak saja, tetapi keamanan juga dianggap sebagai dimensi mendasar untuk menggerakkan internet banking dan mobile banking

3. Kemudahan

Kemudahan serta manfaat yang dirasakan disaat mengakses aplikasi m-banking, seperti bisa mengakses aplikasi dimana saja dan kapan saja

4. Desain

Desain dan konten harus ditata dengan baik pada aplikasi M-Banking, rangkaian pemilihan grafis yang cermat dan seimbang juga dapat menarik perhatian konsumen

terhadap merek M-Banking, sehingga jika meningkatkan kualitas desain aplikasi M-Banking dapat meningkatkan kinerja perbankan

5. Sistem Aplikasi

Sistem Aplikasi didefinisikan sebagai ukuran keberhasilan suatu layanan dari sudut pandang teknis, sistem aplikasi mengacu pada efisiensi dan akurasi sistem teknis

2.2 Kepuasan Pengguna

Pengertian kepuasan menurut Lovelock & Wirtz adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Pengertian Kepuasan pengguna menurut Kotler & Keller adalah penilaian seseorang terhadap performa yang diterima dari suatu sistem dalam kaitannya dengan harapan dari sistem tersebut [15].

Kepuasan Pengguna adalah penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan pengguna merupakan salah satu tujuan utama yang harus di berikan atau di ciptakan oleh perusahaan seperti bank atau perusahaan lainnya terhadap produk yang di berikan. Ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu : [16]

1. Produk : Layanan produk yang di berikan harus memenuhi harapan konsumen
2. Harga : Harga yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut
3. Promosi : Usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.
4. Lokasi : Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen atau nasabah.
5. Pelayanan dan Fasilitas : Dalam melayani pelanggan harus cepat dan akurat serta harus memiliki fasilitas yang memadai dan tergolong canggih
6. Suasana : Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan pengguna tergantung oleh persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga kepuasan pengguna baik satu dengan yang lainnya tidaklah sama. Namun pada umumnya kepuasan pengguna dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas serta kemudahan pengguna untuk mendapatkan produk tersebut.

2.3 Mobile Banking

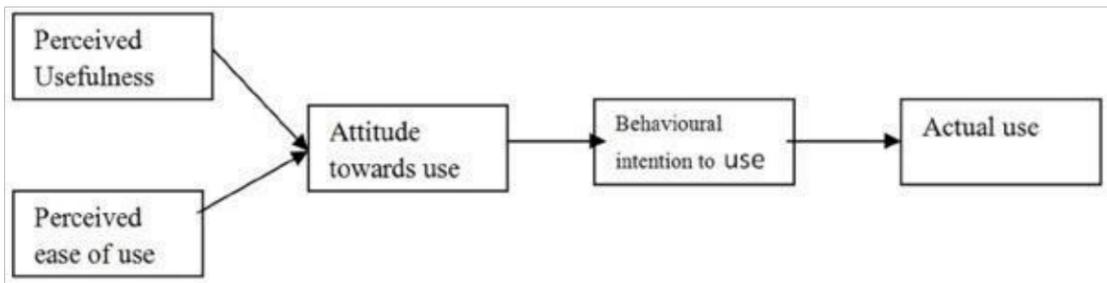
Pada zaman teknologi yang semakin canggih, banyak Perusahaan Perbankan mulai mengembangkan sebuah teknologi yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan hanya menggunakan Mobile Phone, Tablet, dan lain-lain yang disebut sebagai Mobile Banking. Mobile Banking adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler [17].

Mobile banking pertama kali di luncurkan oleh Excelkom pada akhir tahun 1995. Latar kemunculan mobile banking sendiri disebabkan oleh bank-bank yang ingin mendapatkan kepercayaan dari nasabahnya dengan cara pemanfaatan teknologi. Peran teknologi dimanfaatkan bank untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Layanan mobile banking sendiri menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada nasabah [18].

Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan menu yang tersedia pada kartu SIM (*Subscriber Identity Module*), USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*) atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan di instal oleh pelanggan. Dibandingkan dengan SMS banking, mobile banking lebih menawarkan kemudahan karena nasabah tidak perlu mengingat format SMS untuk dikirim ke bank dan nomor tujuan SMS banking. Fitur-fitur yang tersedia pada mobile banking antara lain seperti layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang / ATM terdekat). Dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet) pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya [18].

2.4 Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Sebelum munculnya Model TAM, ada teori yang awalnya di kenal dengan nama *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang kemudian di kembangkan oleh Davis. Dimana *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah konsep yang di jadikan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima serta menggunakan sistem informasi tersebut. TAM ber teori bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan. [19]



Gambar 2.1 Model *Techology Acceptance Model* (TAM)

Ada 5 Variabel yang terdapat pada TAM seperti gambar 2.1 di atas yaitu : [19]

1. *Perceived Ease Of Use* (PE)

Perceived Ease Of Use (PE) adalah suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan

2. *Perceived Usefulness* (PU)

Perceived Usefulness (PU) atau persepsi kemanfaatan adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Sehingga dapat diartikan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) adalah variabel yang dapat dijadikan sebagai ukuran dimana pengguna dimasa depan percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi tersebut akan memberikan manfaat yang positif dan dapat memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pekerjaannya.

3. *Attitude Toward Using* (AT)

Attitude Toward Using (AT) adalah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Attitude Toward Using* (AT) juga dapat diartikan sebagai sikap seseorang atau individu dalam menggunakan sistem teknologi dan informasi, sikap tersebut dapat berbentuk penerimaan ataupun penolakan

4. *Behavior Intention to Use* (BI)

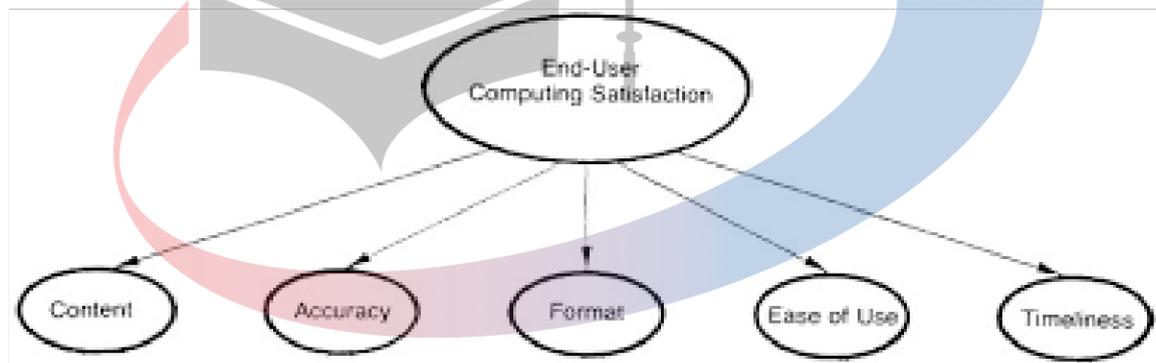
Behavior Intention to Use (BI) adalah kecenderungan atas perilaku pengguna untuk tetap menggunakan suatu teknologi. *Behavior Intention to Use* (BI) juga dapat diartikan sebagai minat perilaku penggunaan sistem informasi merupakan niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut.

5. *Actual System Usage (AU)*

Actual System Usage (AU) adalah sebuah perilaku nyata dalam mengadopsi suatu sistem. *Actual system usage* diartikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata.

2.5 Metode *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*

End-User Computing Satisfaction (EUCS) adalah suatu metode yang di gunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dalam penggunaan aplikasi dengan membandingkan harapan dan kenyataan dari sebuah sistem informasi. *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* menurut Doll & Torkzadeh adalah evaluasi secara keseluruhan atas sistem informasi yang di gunakan oleh pengguna yang berhubungan dengan pengalaman mereka selama menggunakan sistem informasi tersebut [20].



Gambar 2.2 Model *End-user computing satisfaction (EUCS)*

Ada 5 Variabel dalam metode *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* yaitu : [20]

1. *Content*

Content atau isi adalah mengukur kepuasan pengguna dengan meninjau isi dari sistem. Variabel ini berguna sebagai tolak ukur sistem apakah sistem menghasilkan informasi yang baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

2. *Accuracy*

Accuracy atau akurat adalah mengukur kepuasan pengguna dari sisi keakuratan saat sistem input dan output sebuah informasi. Variabel ini dinilai dari segi keakuratan informasi yang di hasilkan relevan atau tidak untuk pengguna.

3. *Format*

Bentuk atau *Format* adalah mengukur kepuasan pengguna dari sisi tampilan program aplikasi itu sendiri. Variabel ini di nilai dari segi tampilan dan estetika antarmuka

sistem apakah menarik dan memudahkan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut.

4. *Ease of Use*

Kemudahan atau *Ease of Use* adalah mengukur kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem baik pada saat proses input, olah data ataupun mencari informasi

5. *Timeliness*

Ketepatan waktu atau *Timeliness* adalah mengukur kepuasan pengguna dari segi ketepatan waktu sistem dalam menyediakan data dan informasi sesuai kebutuhan pengguna.

2.6 Model Integrasi TAM dan EUCS

Beberapa penelitian sudah dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Arny Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko dengan judul ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP PENGGUNAAN E-LEARNING DENGAN METODE TAM DAN EUCS bahwa penggabungan model TAM dan EUCS dapat di pahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi sehingga dapat mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pengguna berdasarkan beberapa karakteristik [7]. Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal dengan judul ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA DAPODIK SEKOLAH DASAR KECAMATAN TAMPAN MENGGUNAKAN MODEL TAM DAN EUCS bahwa TAM dan EUCS guna mengukur level penerimaan user atas sebuah sistem karena tingkat penerimaan user terhadap sebuah sistem dapat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang dirasakannya dimana ketika user merasa puas dalam penggunaan sistem, lalu akan timbul rasa penerimaan [8].

2.7 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah menganalisis berbagai objek dengan menggunakan menggunakan integrasi Metode TAM dan EUCS adalah

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang di gunakan	Hasil yang di peroleh
---------------	------------------	--------------------------	-----------------------

<p>Arny Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko, 2022 [7]</p>	<p>Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penggunaan E-Learning Dengan Metode TAM dan EUCS</p>	<p>Variabel Indenden (Bebas) yaitu <i>Usefulness, Ease of Use, Timeless, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeless</i></p> <p>Variabel Dependen (Terikat) yaitu <i>Attitude & User Satisfaction</i></p>	<p>1. Dari metode TAM, variabel <i>Perceived Usefulness</i> memiliki pengaruh positif pada sikap attitude pengguna dalam kesuksesan penerapan e-learning, sedangkan dari metode EUCS, variabel <i>Ease</i> memiliki pengaruh terbesar pada sikap pengguna e-learning.</p> <p>2. Penelitian memiliki 7 hipotesis yang diajukan, diantaranya 6 hipotesis diterima yaitu H1, H3, H4, H6, H7, H8 dan dua hipotesis ditolak yaitu H2 dan H3.</p>
<p>Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal, 2021 [8]</p>	<p>Analisis Penerimaan Pengguna Dapodik Sekolah Dasar Kecamatan Tampan Menggunakan Model TAM dan EUCS</p>	<p>Variabel Indenden (Bebas) yaitu <i>Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, Timeless, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeless</i></p> <p>Variabel Dependen (Terikat) yaitu</p>	<p>1. Hasil penelitian yang didapatkan memperlihatkan bahwa persepsi kemanfaatan (<i>perceived usefulness</i>) mempengaruhi penerimaan operator terhadap Dapodik, persepsi kemudahan penggunaan (<i>perceived ease of use</i>) mempengaruhi penerimaan operator terhadap Dapodik, konten mempengaruhi penerimaan operator terhadap Dapodik, dan sikap (<i>attitude</i>) mempengaruhi penerimaan operator terhadap Dapodik.</p> <p>2. Hasil perhitungan uji validitas variabel dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian dapat digunakan. Empat dari delapan hipotesis pada penelitian ini diterima, yaitu</p>

		<i>Attitude & User Satisfaction</i>	PU => ATT, PEOU => ATT, CON => ATT, dan ATT => US. Empat hipotesis yang ditolak adalah ACC => ATT, FOR => ATT, ESY => ATT, dan TL => ATT.
Khairun Nisa Masitah, Ilhamsyah, 2020 [9]	Evaluasi Kepuasan Pengguna Siakad Universitas Tanjungpura Menggunakan Integrasi <i>Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)</i>	Variabel Indenpenden (Bebas) yaitu <i>Usefulness, Ease of Use, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeless</i> Variabel Dependen (Terikat) yaitu <i>Attitude & User Satisfaction</i>	1. Penelitian ini menghasilkan t-statistik yang diterima pada variabel <i>content, format, attitude</i> , dengan masing-masing nilai yaitu 2,733, 6,339, dan 5,240. Hasil path coefficients yang bersesuaian dengan nilai t-statistik yaitu <i>content, format, dan attitude</i> , masing-masing nilai tersebut adalah 0,217, 0,484, dan 0,372, semakin tinggi nilai t-statistik maka nilai path coefficients akan bernilai besar. Nilai RSquare pada variabel <i>user satisfaction</i> dengan klasifikasi lemah yaitu 0,14 dan Nilai effect size (f2) pada variabel format 0,211 yang memiliki pengaruh sedang
Rohmatus Sholihah1, Aries Dwi Indriyanti, 2022 [11]	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing</i>	Variabel Indenpenden (Bebas) yaitu <i>Usefulness, Ease of Use, Timeless, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeless</i> Variabel Dependen	1. Aplikasi CamScanner memiliki tingkat kepuasan sebesar 93,75% yang tergolong dalam kategori “Sangat Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi CamScanner berjalan efektif dan efisien sesuai fungsinya, dan pengguna sangat senang dengan penggunaannya. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna CamScanner pada metode TAM adalah <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Attitude Toward Using</i> . Sedangkan faktor pada metode EUCS

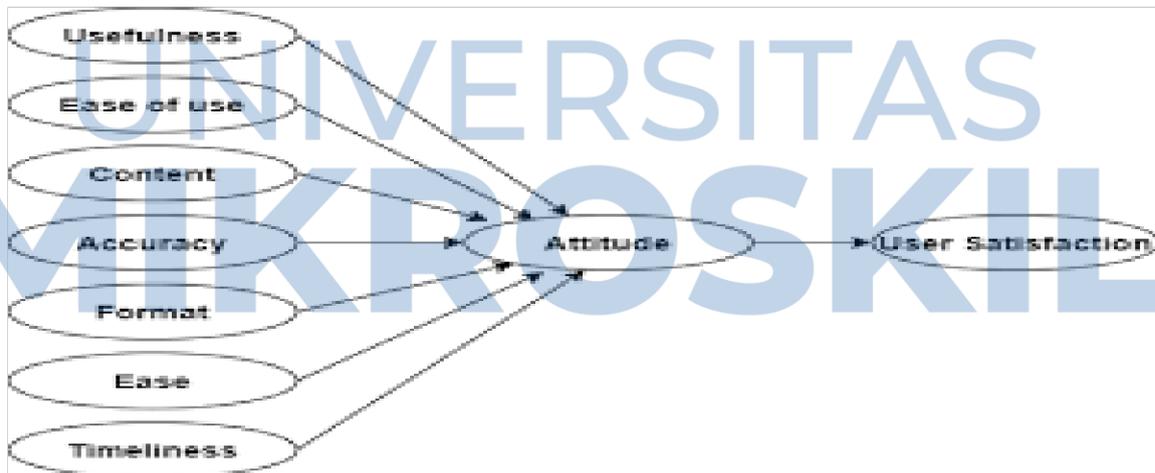
	<i>Satisfaction</i> (EUCS)	(Terikat) yaitu <i>Attitude & User Satisfaction</i>	diantaranya adalah <i>Content, Format, dan Timelines</i> . 2. Dari 8 hipotesis yang diuji ada hipotesis yang diterima dan ada juga yang tidak diterima. Diantaranya 5 hipotesis yang diterima yaitu H2, H3, H5, H6, H7 sedangkan 2 hipotesis yang tidak diterima yaitu H1 dan H4.
Ridwan Hidayat Meha, 2019 [10]	Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Variabel Independen (Bebas) yaitu <i>Usefulness, Ease of Use, Timeless, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeless</i> Variabel Dependen (Terikat) yaitu <i>User Satisfaction</i>	1. 6 dari 7 hipotesis pada penelitian ini diterima, yaitu, PEOU→EUS, ACC→EUS, PU→EUS, TIM→EUS, CON→EUS dan FOR→EUS. Sedangkan 1 hipotesis yang tidak signifikan yaitu EOU→EUS dan. Ditolaknya hipotesis tersebut menunjukkan perbedaan hasil dengan penelitian sejenis sebelumnya
Dien Novita, Fareza Helena, 2021 [6]	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode	Variabel Independen (Bebas) yaitu <i>Usefulness, Ease of Use, Timeless, Content,</i>	1. Sesuai dengan rumusan permasalahan yang telah diuraikan di awal terjawab bahwa hasil dari analisis secara parsial dengan menggunakan metode EUCS menunjukkan variabel Content (X1) diperoleh nilai t hitung 2,615, variabel Format (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,087,

	Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)	<i>Accuracy, Format, Ease, Timeless</i> Variabel Independen (Terikat) yaitu <i>User Satisfaction & Attitude Toward Using</i>	variabel Ease of Use (X4) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,614 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Content (X1), variabel Format (X3), variabel Ease of Use (X4) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Traveloka (Y) sedangkan dengan menggunakan metode TAM semua hipotesis diterima atau berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik perceived ease of use terhadap perceived usefulness sebesar 6,632, nilai t-statistik perceived ease of use terhadap attitude toward using yaitu sebesar 7,617, nilai tstatistik perceived usefulness terhadap attitude toward using yaitu sebesar 2,475, nilai t-statistik attitude toward using terhadap behavioral intention sebesar 9,729 dan nilai t-statistik behavioral intention terhadap actual usage using sebesar 6,778, sehingga bisa disimpulkan bahwa 5 hipotesis tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Traveloka.
Zatin Niqotaini, Budiman, 2021 [12]	Analisis Penerimaan Google Classroom Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)	Variabel Independen (Bebas) yaitu <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Content, Accuracy,</i>	1. Hasil dari analisis dengan menggunakan metode TAM dan EUCS menunjukkan A. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memberi pengaruh positif sebesar 52,2% terhadap persepsi kegunaan (PU) B. Persepsi kegunaan (PU) memberi pengaruh positif sebesar 34,4% terhadap sikap (AT)

	dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)	<i>Format, Ease of Use & Timeliness</i> Variabel Dependen (Terikat) yaitu <i>Attitude Toward Using Dan End User Satisfaction</i>	C. Isi (CT) memberi pengaruh positif sebesar 25,4% terhadap sikap (AT) D. Keakuratan (AC) memberi pengaruh positif sebesar 11,9% terhadap sikap (AT) E. Tampilan (FT) memberi pengaruh positif sebesar 18,4% terhadap sikap (AT) 2. Terdapat 8 hipotesis yang diajukan ada beberapa hipotesis yang diterima dan ada yang ditolak
--	--	---	---

2.8 Kerangka Konseptual

Permasalahan yang menjadi kajian dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna pada PT. Bank DBS Indonesia dengan menggunakan metode integrasi antara TAM dan EUCS. Berdasarkan objek penelitian yang ingin di uji, maka kerangka konseptual yang di gunakan dengan menggunakan metode integrasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dapat di lihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2.3 Model Integrasi TAM dan EUCS

Pada gambar 2.3 adalah integrasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dimana terdapat 7 variabel yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceives Ease Of Use*, *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease* & *Timeliness* yang dimana variabel berikut akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan sistem (*Attitude Toward Using*). Selanjutnya *Attitude Toward Using* akan mempengaruhi kepuasan pengguna

(*User Satisfaction*). Pada model integrasi tersebut terdapat 2 variabel yang relatif sama yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Ease of Use*, namun perbedaannya terdapat pada User dan juga persepsi user terkait kemudahan sistem tersebut jika di gunakan dalam jangka waktu yang lama.

2.9 Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness*) merupakan manfaat yang dipercaya akan didapatkan ketika memakai teknologi informasi yang pada hal ini membuktikan dengan semakin tingginya manfaat (*Perceived of Usefulness*) yang dirasakan oleh pengguna akan membuat pengguna tertarik terhadap sistem (*Attitude Toward Using*)[8]. Hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Arny Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022), Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal (2021), Rohmatus Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022), Dien Novita , Fareza Helena (2021), Zatin Niqotaini, Budiman (2021) menjadi bukti bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[7][8][11][6][12]. Dengan demikian maka hipotesis pertama yang dapat di kembangkan yaitu :

H1 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.2 Pengaruh Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah kepercayaan jika penggunaan sebuah teknologi informasi membutuhkan usaha yang lebih kecil dari biasanya yang pada hal ini kemudahan (*perceived ease of use*) yang dirasakan oleh pengguna dan akhirnya membuat penerimaan pengguna terhadap sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal (2021), Rohmatus Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022), Dien Novita , Fareza Helena (2021) menjadi bukti bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[8][11][6]. Dengan demikian maka hipotesis ke dua yang dapat di kembangkan yaitu:

H2 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.3 Pengaruh Isi (*Content*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Konten yang terdapat pada sebuah sistem biasanya memuat hal-hal yang bisa dipergunakan user. Semakin jelas Isi (*Content*) maka informasi yang dikeluarkan oleh sistem semakin menarik bagi pengguna terhadap sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Army Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022), Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal (2021), Khairun Nisa Masitah, Ilhamsyah (2020), Rohmatus Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022), Zatin Niqotaini, Budiman (2021) menjadi bukti bahwa *Content* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[7][8][9][11][12]. Dengan demikian maka hipotesis ke tiga yang dapat dikembangkan yaitu :

H3 : *Content* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.4 Pengaruh Akurasi (*Accuracy*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Dimensi (*Accuracy*) akurasi berfungsi untuk menilai kepuasan user. Semakin tinggi ketepatan (*Accuracy*) data yang dihasilkan oleh sebuah sistem saat memproses masukan (input) menjadi informasi akan mempengaruhi menarik atau tidaknya pengguna dalam menggunakan sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Army Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022), Zatin Niqotaini, Budiman (2021) menjadi bukti bahwa *Accuracy* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[7][12]. Dengan demikian maka hipotesis ke empat yang dapat dikembangkan yaitu :

H4 : *Accuracy* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.5 Pengaruh Bentuk (*Format*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Bentuk (*Format*) merupakan tampilan yang dimiliki oleh sebuah sistem yang dapat mempengaruhi keefektifan user dari segi struktur interface (*Format*) sehingga sistem yang dinilai dari menarik atau tidaknya sistem serta mudah atau tidaknya pengguna dalam menggunakan sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Khairun Nisa Masitah, Ilhamsyah (2020), Rohmatus Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022), Zatin Niqotaini, Budiman (2021) menjadi bukti bahwa *Format* berpengaruh positif

terhadap *Attitude Toward Using*[9][11][12]. Dengan demikian maka hipotesis ke lima yang dapat di kembangkan yaitu:

H5 : *Format* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.6 Pengaruh Kemudahan Sistem (*Ease of Use*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Kemudahan Sistem (*Ease of Use*) adalah yang dirasakan oleh user ketika mengoperasikan sistem. Seperti pada saat menginputkan data, proses mengolah data, dan proses pencarian data dan bersifat user friendly (*Ease of Use*) yang dapat mempengaruhi menarik atau tidaknya dalam menggunakan sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Arny Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022) menjadi bukti bahwa *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[7]. Dengan demikian maka hipotesis ke enam yang dapat di kembangkan yaitu :

H6 : *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.7 Pengaruh Ketepatan Waktu (*Timeliness*) dan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

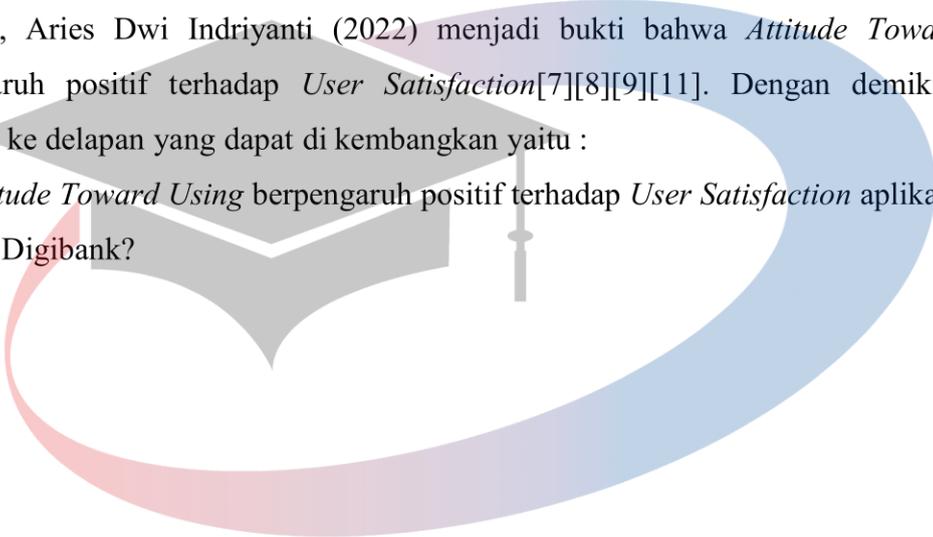
Ketepatan waktu (*timeliness*) adalah respon time sistem dalam mewujudkan keinginan pengguna seperti menyediakan data yang dibutuhkan. Apakah sistem sering kali tidak dapat diakses dikarenakan jaringan sibuk, data – data yang sudah diinputkan ke dalam sistem tidak langsung berubah sesuai yang diinputkan (*timeliness*) dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan sistem (*Attitude Toward Using*). Hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Arny Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022), Rohmatus Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022) menjadi bukti bahwa *Timeliness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*[7][11]. Dengan demikian maka hipotesis ke tujuh yang dapat di kembangkan yaitu :

H7 : *Timeliness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Mobile Banking Digibank?

2.9.8 Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)

Sikap disini maksudnya adalah dampak yang dihasilkan kepada user terhadap penggunaan sebuah teknologi yang dapat berupa penerima. Sikap bisa mendeskripsikan penerimaan user atas sistem. Semakin positif sikap (*Attitude Toward Using*) yang ditunjukkan oleh pengguna maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan pengguna (*User Satisfaction*). Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Army Lattu, Sihabuddin, Wisuda Jatmiko (2022), Fauzan Luthfi Yaumul Adha, Muhammad Luthfi Hamzah, Idria Maita, Megawati, Arif Marsal (2021), Khairun Nisa Masitah, Ilhamsyah (2020), Rohmatu Sholihah, Aries Dwi Indriyanti (2022) menjadi bukti bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*[7][8][9][11]. Dengan demikian maka hipotesis ke delapan yang dapat dikembangkan yaitu :

H8 : *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* aplikasi Mobile Banking Digibank?



UNIVERSITAS
MIKROSKIL