

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model

Model penerimaan teknologi atau Technology Acceptance Model (TAM) ini dikembangkan oleh Davis et al. (1989). Model Penerimaan Teknologi atau TAM (Technology Acceptance Model) diperkenalkan dari adaptasi teori Tindakan Beralasan atau Theory Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et al., 1989).

2.1.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pemasaran menjadi sangat penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu meningkat. Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan jangka panjang. Dalam konteks yang luas, pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

Pemasaran itu salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Pemasaran

juga merupakan kegiatan perusahaan dimanasecara langsung berhubungan dengan konsumen menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian paasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

2.1.3 Pengertian Transaksi Digital

Transaksi digital adalah pembayaran nontunai (*cashless*).Seperti *QR-Code* atau *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*. Tersedianya fasilitas ini membuat orang tidak perluBeranjak dari tempat duduk untuk bertransaksi. Hanya melaluiscan barcode saja yang terhubung ke internet semua bisa dilakukan.Secara definisi, transaksi digital adalah yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pemabayaran melalui perangkat yang digunakan, baik yang tersedia pada *smartphone* maupun dalam bentuk *website* menurut Laudon (2019), merupakan duatu keadaan dimana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik perusahaan dengan menggunakan *computer* atau *smartphone* sebagai perantara dalam transaksi bisnis.

2.1.4 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis et.al. 1989). Kemudahan penggunaan merupakan istilah yang mewakili sejauh mana suatu inovasi dianggap tidak sulit untuk dipahami, dipelajari atau dioperasikan Rogers dalam Putro dan Haryanto (2015) . Selain itu kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa produk atau jasa yang baru lebih baik dari pada penggantinya. Artinya, pada penelitian ini nasabah pada Bank Dalam hal ini terdapat beberapa indikator yang mengemukakan mengenai kemudahan penggunaan *QRIS* Bank Sumsel Babel, Pengukuran *ease of use* dalam penelitian ini menggunakan instrumen menurut (Davis et.al. 1989) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan *QRIS* terdiri dari 4 indikator yaitu:

1. Jelas dan mudah di pahami
2. Mudah dipelajari
3. Fleksibel
4. Mudah digunakan

2.1.5 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah penyampaian yang sangat baik atau unggul sesuai harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbia sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, pelanggan akan menilai hasil dari pelayanan yang didapatkan (Zeithaml dan Bitner 2015:11). Terdapat lima variable yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu:

1. *Tangible*

Yang dilakukan pengukuran diantaranya ,penampilan fisik seperti gedung, kerapian, kebersihan, kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas dan penampilan karyawan.

2. *Reliability*

Yang dilakukan pengukuran diantaranya : akurasi informasi, penanganan konsumen, kemudahan, penyedia pelayanan sesuai perjanjian, penanganan masalah nasabah, dan penyediaanpelayanan tepat waktu.

3. *Responsiveness*

Yang dilakukan pengukuran : kesigapan karyawan dalam melayani nasabah, kerja tim yang baik, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, penanganan keluhan nasabah, siap sedia menanggapi pertanyaan nasabah, penyampaian informasi pada saat melakukan pelayanan, pemberian layanan ekstra dan kemauan untuk membantu nasabah (konsumen).

4. *Assurance*

Yang dilakukan pengukuran : meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, pelayanan yang adil pada nasabah kualitas keramahmataman, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan,

keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang akan ditawarkan kepada nasabah, dan menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

5. *Emphaty*

Yang dilakukan pengukuran : Memahami bagaimana dimensi empati dalam pelayanan publik adalah dengan mendeskripsikan sikap-sikap yang muncul dari petugas pelayanan. Memahami masyarakat berarti mampu memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai pengguna layanan publik. Sekalipun tidak ada unsur profit namun pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan merupakan hal yang mutlak harus ada dalam pelayanan publik.

2.1.6 Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat juga memiliki arti juga sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial suatu aplikasi untuk memudahkan kita dalam bekerja. Pengguna yang bersedia menerima inovasi apabila inovasi tersebut memiliki manfaat tertentu bagi pengguna dibandingkan dengan adanya solusi. Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Yang et.al: 2015). mengemukakan bahwa persepsi manfaat terdiri dari empat indikator, yaitu:

1. Mempermudah transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan lebih mudah dari biasanya.

2. Mempercepat transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.

3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak setelah melakukan jual beli.

4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru dalam melakukan jual beli maka akan meningkatkan efisiensi saat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja dari usaha.

2.1.7 Pengertian Nasabah

Nasabah adalah seseorang yang menjadi pelanggan dari suatu bank atau asuransi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Menurut Undang- Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November tentang perbankan, yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank atau orang (badan) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada Bank. Adapun pengertian nasabah menurut para ahli:

1. Menurut Boediono, nasabah adalah orang yang harus mendapatkan perhatian dan kepedulian secara sungguh-sungguh dalam hal organisasi berorientasi kepadanya sehingga mampu bertahan pada era persaingan mutu yang semakin lama semakin tinggi.
2. Menurut Pardede, nasabah adalah orang yang mempercayakan pengurusan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan yang dengan hal tersebut mengharap imbalan berupa uang atas simpanan tersebut.
3. Menurut Kasmir, nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan bank.

Dalam perbankan, nasabah bank dibagi menjadi dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpanan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas baik kredit maupun pembiayaan dari bank dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah bank yang telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di

bank dalam bentuk simpanan yang mana biasanya disebut tabungan dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah bank sebelumnya.

2.1.8 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “puas” merasa senang perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu barang dan jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variable-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah yaitu situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang di dapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (Tjiptono 2014) mengemukakan indikator kepuasan nasabah ada empat yaitu:

1. Terpenuhinya harapan nasabah

yaitu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah telah terlaksana dan terpenuhi saat menggunakan *QRIS* pada saat bertransaksi.

2. Perasaan puas baik dalam pelayanan atau produk

yaitu dimana nasabah sudah merasa puas dengan fitur layanan atau pengalamannya menggunakan *QRIS* untuk bertransaksi.

3. Memakai produk/layanan berulang

Artinya nasabah akan menggunakan atau memakai layanan dari *QRIS* ini secara terus menerus karena rasa puas terhadap transaksi non tunai ini.

4. Kesiediaan merekomendasikan

yaitu seorang nasabah akan mengajak atau merekomendasikan kepada orang yang dikenal untuk bertransaksi menggunakan *QRIS* karena pengalamannya menggunakan transaksi ini sangat merasa puas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
1.	Husien Anugrah H (2021)	Pengaruh penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (<i>QRIS</i>) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Palangka Raya	- Variabel Independen (X) Penerapan <i>QRIS</i> (X) - Variabel Dependen (Y) Kepuasan Nasabah (Y)	Analisis Regresi Linear Sederhana	Penerapan <i>QRIS</i> berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KC 2 Palangka Raya hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung > t table yaitu $2.847 > 1,993$ dan nilai signifikan yaitu $0,006 < 0,05$	Persamaan : 1) Variabel Dependen (Y) Kepuasan Nasabah 2) Membahas Mengenai <i>QRIS</i> Perbedaan : Responden adalah nasabah Bank BSI KC 2 Palangka Raya sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga
2.	Purnama Ramadani Silalahi, Khairina Tambunan, Tryana Ramadhany Batubara (2022)	Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi	- Variabel Independen (X) 1) Persepsi Manfaat (X ₁) 2) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₂) 3) Persepsi Resiko (X ₃) - Variabel Dependen (Y) Keputusan Menggunakan Uang Elektronik <i>QRIS</i> (Y)	Analisis studi kausal (Causal Study)	Hasil dari analisis secara statistik, variable persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi resiko baik secara parsial atau simultan memberikan dampak (+) signifikan pada variable keputusan memakai uang elektronik berbasis <i>QRIS</i>	Persamaan : 1) Variabel Independen (X) Persepsi Manfaat (X ₁) 2) Membahas dampak/kemudahan penggunaan Perbedaan : Responden adalah masyarakat umum sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
3.	Oktoviana Banda Saputri (2020)	Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan <i>Quick Response Code (QRIS)</i> Sebagai Alat Pembayaran Digital	<p>- Variabel Independen (X)</p> <p>1) Persepsi Kemudahan (X₁)</p> <p>2) Persepsi Kepercayaan (X₂)</p> <p>3) Persepsi Kemanfaatan (X₃)</p> <p>4) Persepsi Resiko (X₄)</p> <p>- Variabel Dependen (Y)</p> <p>Minat Konsumen Menggunakan (Y)</p>	Analisis Regresi Logistik Biner (Regresi Logit)	berdasarkan pengujian individu (parsial) diperoleh bahwa faktor persepsi Kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil odd ratio bahwa kecenderungan atau peluang persepsi Kemanfaatan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebesar 99,549 kali	<p>Persamaan :</p> <p>Variabel Independen (X) :</p> <p>1) Persepsi Kemanfaatan (X₃)</p> <p>2) Membahas <i>QRIS</i></p> <p>Perbedaan :</p> <p>1) Variabel Dependen Minat Konsumen Menggunakan (Y)</p> <p>2) Responden adalah masyarakat pengguna transaksi digital <i>QRIS</i> sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga</p>
4.	Novianti Indah Putri, Zen Munawar, Ritaa Komalasari (2021)	Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Paca Pandemi	<p>- Variabel Independen (X)</p> <p>1) Persepsi Manfaat (X₁)</p> <p>2) Persepsi Kemudahan (X₂)</p> <p>3) Persepsi Resiko (X₃)</p>	Analisis Studi Kasus	Persepsi manfaat, kemudahan dan resiko memiliki pengaruh terhadap minat dan intensitas penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran. Sistemnya yang mudah dan tidak membutuhkan kontak	<p>Persamaan :</p> <p>Variabel Independen (X) :</p> <p>1) Persepsi Manfaat (X₁)</p> <p>2) Membahas Qris</p> <p>Perbedaan :</p> <p>1) Dependen : Minat Penggunaan (Y)</p> <p>2) Responden adalah</p>

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
			- Variabel Dependen (Y) Minat Penggunaan (Y)		fisik. Namun sebanyak 44.4% pengguna masih memiliki kekhawatiran bila QRIS tidak berfungsi dengan baik ketika melakukan pembayaran.	pengguna <i>QRIS</i> sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga
5.	Nina Nirmala Sari, Fitri Raya (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS terhadap kepuasan transaksi)	- Variabel Independen (X) 1) Kualitas layanan sistem pembayaran QRIS - Variabel Dependen (Y) Kepuasan Transaksi	Analisis Regresi Linear Sederhana	1) Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa t hitung > t tabel yaitu 7,220 > 1,66216 dikatakan bahwa variabel kualitas layanan sistem pembayaran QRIS (X) berpengaruh terhadap kepuasan transaksi (Y) 2) Berdasarkan uji hipotesis melalui uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas layanan sistem pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) memiliki pengaruh sebesar 37%	Persamaan : 1) Membahas QRIS Perbedaan : Responden adalah pengguna <i>QRIS</i> di UMKM di pasar rangkasbitung responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga
6.	Anisa Nurul Fadila, Oke Setiarso, Muhammad Farid Alfariy (2022)	Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai QR Code Indonesia Standart	- Variabel Independen (X) 1) Persepsi Kemudahan (X1) 2) Persepsi	Analisis Probit	1) Persepsi Kemudahan, persepsi kemanfaatan dan Pendapatan bersama-sama berpengaruh signifikan	Persamaan : 1) Variabel Independen (X) : Persepsi Kemanfaatan (X ₂) 2) Membahas QRIS

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
		(QRIS) Studi Kasus di Kota Tegal	Kemanfaatan (X2) 3) Jumlah Pendapatan (X3) 4) Usia (X4) 5) Tingkat Pendidikan (X5) - Variabel Dependen (Y) Preferensi Konsumen (Y)		terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran non tunai QR Code Indonesia Standart (QRIS) pada konsumen 3 mall terbesar di Kota Tegal 2) Persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan jumlah pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dengan arah positif terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran non tunai QR Code Indonesia Standart (QRIS) pada konsumen 3 mall terbesar di Kota Tegal. 3) Usia dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran non tunai QR Code Indonesia Standart (QRIS) pada konsumen 3 mall terbesar di Kota Tegal. 4. Persepsi kemudahan merupakan variabel yang paling berpengaruh	Perbedaan : 1) Variabel Dependen: Preferensi Konsumen (Y) 2) Responden adalah pengguna QRIS di Kota Tegal Jawa Tengah pada tiga mall terbesar Kota Tegal sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
					terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran non tunai QR Code Indonesia Standart (QRIS) pada konsumen 3 mall terbesar di Kota Tegal	
7.	Hutami A Ningsih, Endang M Sasmita, Bida Sari (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (<i>QRIS</i>) Pada Mahasiswa	<p>- Variabel Independen (X)</p> <p>1) Persepsi Manfaat (X1)</p> <p>2) Persepsi Kemudahan (X2)</p> <p>3) Persepsi Resiko (X3)</p> <p>- Variabel Dependen (Y)</p> <p>Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (<i>QRIS</i>) (Y)</p>	Analisis Studi Kasual	Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun Bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta.	<p>Persamaan :</p> <p>1) Variabel Independen : Persepsi Manfaat (X1)</p> <p>2) Membahas QRIS</p> <p>Perbedaan :</p> <p>1) Variabel Dependen Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (<i>QRIS</i>) (Y)</p> <p>2) Responden adalah mahasiswa/I pada Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta Pusat sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga</p>
8.	Komeng Velia Prihartini (2022)	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Transaksi QRIS di Kota Singaraja	<p>- Variabel Independen (X)</p> <p>1) Persepsi Manfaat (X1)</p> <p>2) Persepsi Kemudahan (X2)</p> <p>- Variabel Dependen (Y)</p>	Analisis Regresi Linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan layanan transaksi QRIS di kota Singaraja. Hal ini ditunjukkan dengan	<p>Persamaan :</p> <p>1) Variabel Independen : Persepsi Manfaat (X1)</p> <p>2) Membahas QRIS</p> <p>Perbedaan :</p> <p>1) Variabel Dependen Minat Penggunaan (Y)</p> <p>2) Responden adalah</p>

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
			Minat Penggunaan (Y)		<p>nilai uji-t sebesar 0,000 dan lebih kecil dari = 0,05.</p> <p>(2) Minat menggunakan layanan Transaksi QRIS di kota Singaraja berdampak pada kenyamanan yang dirasakan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji-t sebesar 0,000. Ini kurang dari = 0,05 dan memiliki</p> <p>(3) efek berikut: Diakui kegunaan dan kemudahan bagi peminat menggunakan layanan transaksi QRIS di kota Singaraja. Hal ini ditunjukkan dengan nilai tes yang kurang dari $F_{0,000} = 0,05$</p>	masyarakat kota Singaraja sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga
9.	Venita Fadhillah (2022)	Determinan Penggunaan QRIS Pada Kaum Milenial Sebagai Alat Transaksi Non Tunai	<p>- Variabel Independen (X)</p> <p>1) ekspektasi kinerja (X1),</p> <p>2) Ekspektasi Usaha (X2)</p> <p>3) Pengaruh Sosial (X3)</p> <p>4) Kondisi yang memfasilitasi</p>	Analisis Regresi Linear Berganda	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi non</p>	<p>Persamaan : Membahas QRIS</p> <p>Perbedaan : Responden adalah Kaum Milenial sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga</p>

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
			- Variabel Dependen (Y) Minat masyarakat		tunai menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (X1), Ekspektasi Usaha (X2), Pengaruh Sosial (X3), Kondisi yang memfasilitasi (X4) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi non tunai menggunakan QRIS sebesar 41,9	
10.	Sakina Maulidiyah (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya	- Variabel Independen (X) 1) Persepsi Manfaat (X1) 2) Kemudahan Penggunaan (X2) 3) Kesesuaian (X3) - Variabel Dependen (Y) Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Kota Surabaya	Analisis Linear Regresi Berganda	Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut : (1) Variabel Persepsi Manfaat dengan Keputusan Menggunakan memiliki hubungan signifikan (2) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Menggunakan memiliki	Persamaan : Variabel Independen Persepsi Manfaat (X1) Perbedaan : Responden adalah Nasabah Bank Mandiri Kota Surabaya sedangkan responden penulis adalah nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Research Gap
					<p>hubungan signifikan</p> <p>(3) Variabel Kesesuaian dengan keputusan menggunakan memiliki hubungan yang tidak signifikan</p> <p>(4) Variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya. Besarnya pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking adalah sebesar 59,6 persen</p>	

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Ha1 : Terdapat Pengaruh Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

- Secara Teori : Jelas dan Mudah Dipahami, mudah dipelajari, fleksibel dan mudah digunakan
- Penelitian Terdahulu : Menurut Mathieson dalam Hutami A Ningsih, Endang M Sasmita, Bida Sari (2020) kemudahan penggunaan diartikan apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga disimpulkan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah
- **H1** : Kemudahan Penggunaan QRIS (X1) Signifikan terhadap kepuasan nasabah

Ha2 : Terdapat Pengaruh Kualitas layanan QRIS terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

- Secara Teori : *Tangibles, reability, responsiveness, assurance, empathy*
- Penelitian Terdahulu : Menurut Tjiptono dalam Nina Nirmala Sari, Fitri Raya (2022) Kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh penjual dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan keinginan konsumen. Sehingga disimpulkan hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah
- **H2** : Kualitas Layanan QRIS (X2) Signifikan terhadap kepuasan nasabah

Ha3 : Terdapat Pengaruh Persepsi Manfaat QRIS terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

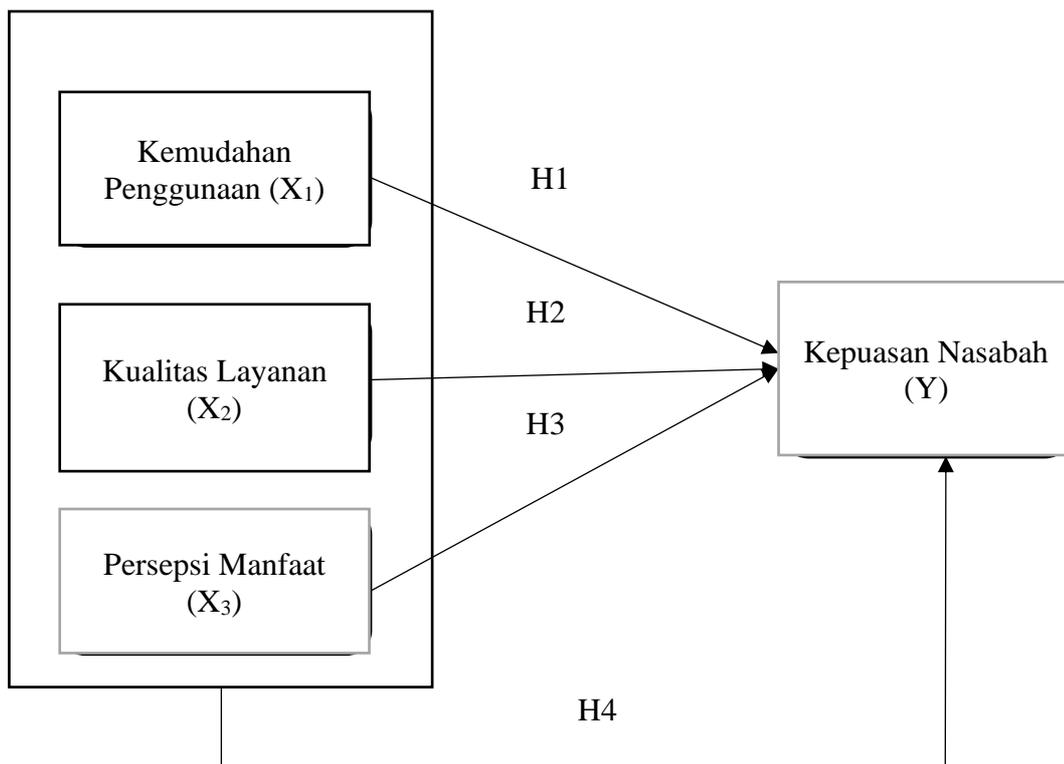
- Secara Teori : Mempermudah transaksi, mempercepat transaksi dan memberikan keuntungan
- Penelitian Terdahulu : Menurut Davis et al dalam Komeng Velia Prihartini (2022) persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan mereka dalam bekerja. Sehingga disimpulkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah
 - **H3** : Persepsi Manfaat QRIS (X3) Signifikan terhadap kepuasan nasabah

H4 : Terdapat Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas layanan dan Persepsi Manfaat QRIS terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga

- Secara Teori : Perasaan puas baik dalam pelayanan atau produk
- Penelitian Terdahulu : Menurut Kotler dalam Husein Anugrah H (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja suatu produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Sehingga disimpulkan hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah
 - **H4** : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan (X1), kualitas layanan (X2), dan persepsi manfaat (X3) terhadap kepuasan nasabah menggunakan menggunakan *QRIS* pada *Mobile Banking* di Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung

2.4 Kerangka Pikir

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori. Menurut Sugiyono (2012:21) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori atau penjelasan. Yaitu penelitian eksplanatif yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis mengenai ada dan tidaknya hubungan antara sebab akibat dari variabel dependen dan variabel independent melalui pengujian hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan. Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan pengaruh antara kemudahan penggunaan, kualitas layanan & persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan QRIS pada Mobile Banking PT Bank Sumsel Babel Capem Parittiga.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan bahwa Kemudahan Penggunaan *QRIS* (X_1), Kualitas *QRIS* (X_2), Persepsi Manfaat *QRIS* (X_3) dan Kepuasan Nasabah (Y).