



**ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI WEBSITE DENGAN  
MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2 (TAM 2)  
PADA RAJA DUREN**

**TUGAS AKHIR**



**Oleh:**

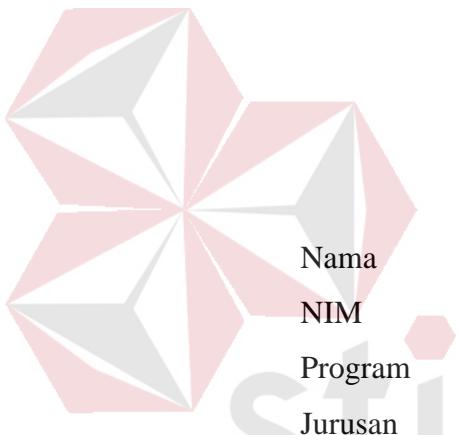
**Faisal Rachman Hardjito**

**11.41010.0223**

**ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI WEBSITE DENGAN  
MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2 (TAM 2)  
PADA RAJA DUREN**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai syarat untuk mengerjakan Tugas Akhir



Nama  
NIM  
Program  
Jurusan

Oleh :  
: Faisal Rachman Hardjito  
: 11.41010.0223  
: S1 (Strata Satu)  
: Sistem Informasi

INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA  
**STIKOM**  
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2017**

“it's definitely hard, so don't make it harder.

it's surely easy, but don't make it easier.”



INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA

stikom  
SURABAYA

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Skripsi ini saya persembahkan kepada*

*Ayah, Mama dan Kakak tercinta,*

*serta bagi pembaca semoga bisa bermanfaat.*



ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI WEBSITE DENGAN  
MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2 (TAM 2)  
PADA RAJA DUREN

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Faisal Rachman Hardjito**

**11.41010.0223**

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui oleh Dewan Penguji  
pada : Maret 2017



Pembimbing

I. Sulistiowati, S.Si., M.M

NIDN :0719016801

II. Lilis Binawati, S.E., M.Ak

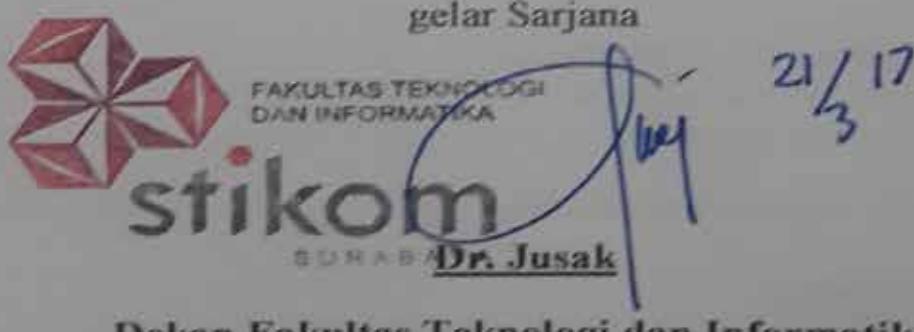
NIDN. 0720056903

Penguji

I. Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng.,

NIDN: 0712066801

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana



Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

## SURAT PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institusi Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Faisal Rachman Hardjito

NIM : 11.41010.0223

Program Studi : S1 Sistem Informasi

Fakultas : Fakultas teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Tugas Akhir

Judul Karya : **ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI WEBSITE  
DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY  
ACCEPTANCE MODEL 2 (TAM 2) PADA RAJA  
DUREN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institusi Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihkan mediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Faisal Rachman H  
NIM:11.41010.0223

## ABSTRAK

Raja Duren memiliki *website* yang beralamatkan di [www.rajaduren.co.id](http://www.rajaduren.co.id) sebagai sumber informasi produk makanan maupun minuman. Berdasarkan data dari [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) menunjukkan adanya penurunan jumlah pengunjung *website*. Dengan menurunnya jumlah pengunjung tersebut, pihak manajemen merasakan hasil penjualan yang berkurang karena *website* Raja Duren memiliki kontribusi penjualan online sebesar 15-20% dari total penjualan pada setiap bulannya.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model 2* yang berguna untuk mengukur tingkat penerimaan aplikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner secara *offline* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan metode sampling *unknown population* maka kuesioner yang dibagikan sebanyak 120 orang.

Dari 9 variabel yang digunakan (*Subjetive norm, Job relevance, Image, Output quality, Result demonstrability, perceived usefulness, Perceived ease of use, Intention to Use* dan *Usage behavior*) menunjukkan minat menggunakan (*intention to use*) memberikan efek pengaruh langsung terbesar terhadap perilaku pengguna (*usage behavior*) sebesar 95%, kegunaan aplikasi (*Perceived Usefulness*) memberikan pengaruh sebesar 37% terhadap minat menggunakan (*Intetntion to Use*), Kemudahan penggunaan aplikasi (*Perceived Ease of Use*) memberikan pengaruh sebesar 58% terhadap minat menggunakan (*Intetntion to Use*), dari hasil yang diperoleh menunjukan bahwa tingkat penerimaan aplikasi dapat diukur dari minat menggunakan (*Intention to Use*) sebagai variabel mediasi yaitu sebesar 95%.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model, Intention to Use, Perceived Ease of Use, Usage Behavior,*

## KATA PENGANTAR

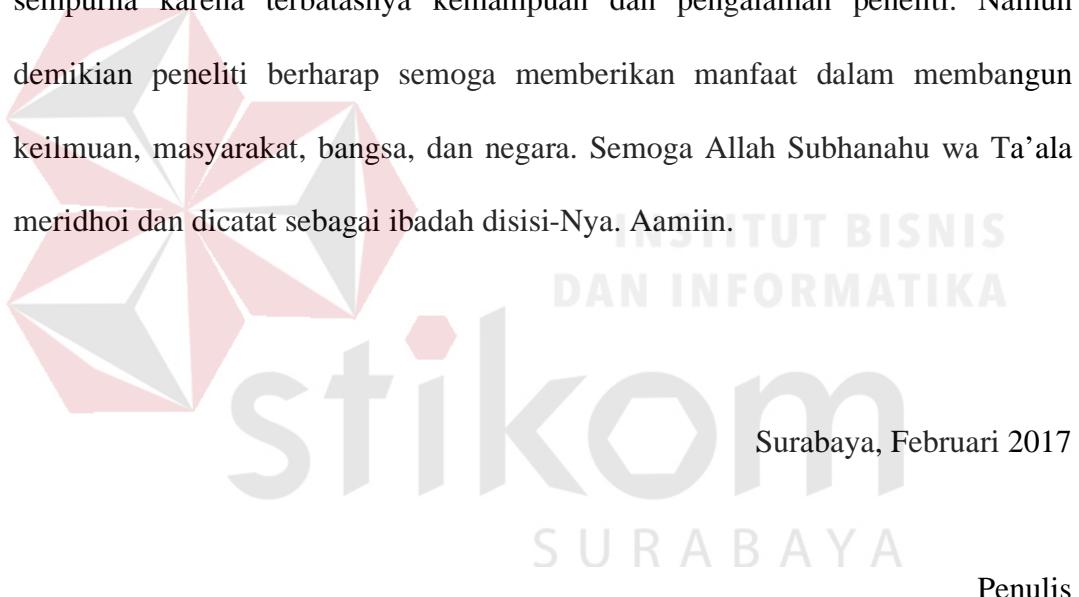
Puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas karunia dan rahmatnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir beserta laporannya yang berjudul : “Analisis Penerimaan Aplikasi Website Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) Pada Raja Duren”.

Dalam pelaksanaan Tugas Akhir maupun pembuatan laporan Tugas Akhir ini, berbagai pihak telah banyak memberikan dorongan, bantuan serta masukan sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda yang penulis banggakan, Bapak Imam Hardjito, dan Ibunda tercinta, Ibu Soesilowati, serta kakak tersayang, Nia Fauziah H, yang telah memberikan dukungan dan pengorbanan serta kasih sayang yang tak terhingga banyaknya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Sulistiowati, S.Si., MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan pengetahuan dan bimbingannya yang sangat bermanfaat bagi penyusunan laporan tugas akhir ini.
3. Lilis Binawati, S.E., M.Ak. selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang dengan sabar memberikan berbagai masukan, informasi, pengetahuan, dan bimbingannya selama ini kepada penulis.
4. Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng., OCA selaku dosen pembahas yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis.

5. Ayu Pusparini selaku pemilik Raja Duren yang sudah bersedia memberi tempat dan berbagai informasi data sebagai bahan pendukung penulis untuk melaksanakan tugas akhir
6. Teman-teman tercinta yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis dalam penggerjaan tugas akhir ini

Penulis menyadari bahwa dalam laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman peneliti. Namun demikian peneliti berharap semoga memberikan manfaat dalam membangun keilmuan, masyarakat, bangsa, dan negara. Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya. Aamiin.



## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	1
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan .....	4
1.5 Manfaat penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1 <i>Website</i> .....	7
2.2 <i>User Acceptance</i> .....	7
2.3 Konsep TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) .....	9
2.4 Analisis SEM AMOS .....	10
2.5 Validitas dan Reliabilitas .....	14
2.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	14
2.7 Definisi Operasional Variabel .....	17
2.8 Skala Likert .....	19

Halaman

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Alur Proses Metodologi Penelitian .....	21
3.2 Tahap Awal Metodologi Penelitian .....	21
3.2.1 Pengumpulan Data.....	22
3.2.2 Model Konseptual.....	22
3.2.3 Pembuatan Kuesioner .....	23
3.3 Tahap Analisis Penelitian.....	26
3.3.1 Uji Validitas.....	26
3.3.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.3.3 Analisis SEM AMOS .....	31
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	50
4.2 Model Konseptual .....	50
4.3 Kuesioner .....	51
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.4.1 Uji Validitas.....	55
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.5 Deskriptif Hasil Analisis.....	58
4.5.1 Gambaran Karakteristik <i>Model</i> .....	58
4.5.2 Analisis Deskripsi Jawaban Responden .....	61
4.6 Uji asumsi model SEM .....	64
4.6.1 Uji Normalitas .....	64

4.6.2 Uji <i>Outliers</i> .....	65
4.6.3 Uji Liniearias .....	68
4.7 Analisis SEM .....	75
4.7.1 Pengujian Model Dengan <i>One-Step Approach</i> .....	76
4.8 Pengujian Hipotesis dan Pengaruh antar variabel penelitian .....	80
4.8.1 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> .....	83
4.8.2 Pengaruh <i>subjective norm</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	84
4.8.3 Pengaruh <i>subjective norm</i> terhadap <i>image</i> .....	85
4.8.4 Pengaruh <i>image</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	85
4.8.5 Pengaruh <i>Job relevance</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	85
4.8.6 Pengaruh <i>Output Quality</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	86
4.8.7 Pengaruh <i>Result Demonstrability</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	86
4.8.8 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	87
4.8.9 Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>intention to use</i> .....	88
4.8.10 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>intention to use</i> .....	88
4.8. Pengaruh <i>intention to use</i> terhadap <i>usage behavior</i> .....	89
4.9 Pengaruh antar variabel penelitian .....	89
4.9.1 Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	89
4.9.2 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian .....	90
4.10 Hasil Analisis dan Pembahasan .....	91
4.10.1 Pembentukan Variabel Laten.....	91

Halaman

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	97
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	99
BIODATA PENULIS .....	101
LAMPIRAN .....	102



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>Similarweb Traffic Ranks</i> pada Raja Duren.....	2
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model 2 Sumber: Venkatesh dan Davis (2000).....	11
Gambar 2.2 Technology Acceptance Model 2 Sumber: Wu et. al (2011) adaptasi dari Venkatesh dan Davis (2000) .....	11
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....	21
Gambar 3.2 Model Konseptual .....	23
Gambar 3.3 <i>Input</i> data validitas .....	27
Gambar 3.4 Kotak dialog <i>compute variable</i> .....	27
Gambar 3.5 Variabel Baru Total.....	28
Gambar 3.6 Kotak Dialog <i>Bivariate Correlations</i> .....	29
Gambar 3.7 Kotak Dialog <i>Reliability Analysis</i> .....	30
Gambar 3.8 Kotak Dialog <i>Reliability Analysis Statistics</i> .....	30
Gambar 3.9 Model diagram alur .....	32
Gambar 3.10 Menu <i>select datafile</i> .....	33
Gambar 3.11 Menu <i>input file name</i> .....	34
Gambar 3.12 Menu <i>calculate estimate</i> .....	34
Gambar 3.13 Tambahan variable model.....	35
Gambar 3.14 Tambahan variable model 2 .....	35
Gambar 3.15 menu <i>draw covarian</i> .....	36
Gambar 3.16 Penambahan covarian .....	37
Gambar 3.17 menu <i>add unique variable to an existing variable</i> .....	38

Halaman

Gambar 3.18 penambahan <i>error residual</i> .....	38
Gambar 3.19 Model setelah penambahan <i>covarian</i> dan <i>error residual</i> .....	39
Gambar 3.20 Hasil model menampilkan <i>estimate</i> .....	40
Gambar 3.21 Nilai normalitas pada amos .....	41
Gambar 3.22 Nilai <i>outliers</i> pada amos .....	42
Gambar 3.23 Nilai <i>Chi Square</i> pada amos .....	43
Gambar 3.24 Nilai RMSEA pada amos .....	44
Gambar 3.25 Nilai GFI pada amos .....	44
Gambar 3.26 AGFI pada amos .....	45
Gambar 3.27 Nilai CMIN pada amos .....	46
Gambar 3.28 Nilai TLI pada amos .....	46
Gambar 3.29 Nilai CFI pada amos .....	47
Gambar 3.30 nilai <i>modification indices</i> .....	48
Gambar 3.31 model setelah modifikasi .....	49
Gambar 4.1 Model konseptual menggunakan SEM AMOS .....	51
Gambar 4.2 Variabel dan Indikator .....	54
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	59
Gambar 4.4 Usia Responden .....	60
Gambar 4.5 Status Responden .....	60
Gambar 4.6 Pekerjaan Responden .....	61
Gambar 4.7 Uji Linearitas Variabel <i>Subjective Norm</i> terhadap Intention to Use .....	69
Gambar 4.8 Uji Linearitas Variabel <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	69

Gambar 4.9 Uji Linearitas Variabel <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>image</i> .....	70
Gambar 4.10 Uji Linearitas Variabel <i>image</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	70
Gambar 4.11 Uji Linearitas Variabel <i>Job relevance</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	71
Gambar 4.12 Uji Linearitas <i>Output Quality</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	71
Gambar 4.13 Uji Linearitas <i>Result Demonstrability</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	72
Gambar 4.14 Uji Linearitas <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> .....	72
Gambar 4.15 Uji Linearitas Variabel <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> .....	73
Gambar 4.16 Uji Linearitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> .....	73
Gambar 4.17 Uji Linearitas Variabel <i>Intention to Use</i> terhadap <i>Usage Behavior</i> .....	74
Gambar 4.18 Uji Linearitas Variabel <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>Usage Behavior</i> .....	74
Gambar 4.19 Uji Linearitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Usage Behavior</i> .....	75
Gambar 4.20 Model pengukuran Kausal <i>One Step Approach</i> Sesudah Modifikasi .....	76
Gambar 4.21 Model pengukuran Kausal <i>Two Step Approach</i> Sesudah Modifikasi .....	79
Gambar 4.22 Gambar Hasil Uji Hipotesis .....	83

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kategori Nilai Korelasi .....	16
Tabel 2.2 Definisi Operasional .....	18
Tabel 3.1 Konstruk operasional variabel untuk pertanyaan kuesioner dari Venkatesh, V., Davis, Fred D. (2000) .....	24
Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden .....	26
Tabel 3.3 Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> .....	47
Tabel 4.1 Kuesioner penelitian .....	52
Tabel 4.2 Pengujian Validitas Konstruk .....	55
Tabel 4.3 Pengujian <i>Reliability Construct</i> .....	56
Tabel 4.4 <i>Construct Reliability &amp; Variance Extracted</i> .....	57
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Job Relevance, Image, subjective Norm, Output Quality, dan Result Demonstrability</i> .....	61
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use</i> .....	63
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Intention to Use dan Usage Behavior</i> .....	63
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Normalitas .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Outlier.....	66
Tabel 4.10 Evaluasi Kriteria Goodness of Fitt Indices .....	76
Tabel 4.11 Nilai Indeks Kovarian .....	77
Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit Indices Setelah Modifikasi .....	79
Tabel 4.13 Uji Hipotesis .....	80
Tabel 4.14 Hasil Pengaruh Langsung .....	90

Halaman

Tabel 4.15 Hasil Pengaruh Tidak Langsung .....	90
Tabel 4.16 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Job Relevance</i> .....	91
Tabel 4.17 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Image</i> .....	92
Tabel 4.18 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Subjective Norm</i> ..	92
Tabel 4.19 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Output Quality</i> ....	93
Tabel 4.20 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Result Demonstrability</i> .....	94
Tabel 4.21 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Perceived Usefulness</i> .....	95
Tabel 4.22 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Perceived Ease of Use</i> .....	96
Tabel 4.23 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Intention to Use</i> ...	97
Tabel 4.24 <i>Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading Usage behavior</i> ...	97



## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Distribusi Frekuensi.....	105
Lampiran 2 Kuisioner .....	106
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	106
Lampiran 4 Profil Responden .....	114
Lampiran 5 Hasil AMOS Setelah Modifikasi.....	115
Lampiran 6 Hasil AMOS Sebelum Modifikasi.....	117



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Raja Duren merupakan Cafe yang menjadi bagian dari CV. Abbiyu Gemilang yang berpusat di Jakarta. Saat ini Raja Duren telah memiliki beberapa cabang lainnya di kota Surabaya. Sebagai pelaku dalam industri kuliner, Raja Duren selalu berupaya untuk memberikan sajian dan pelayanan yang maksimal bagi para pelanggannya. Pelanggan nantinya yang akan memberikan nilai tentang kepuasan atas masakan dan pelayanan yang diterima dari Raja Duren. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting untuk menjadi tolok ukur bagi perusahaan. Agar mampu bersaing di pasar kuliner yang semakin kompetitif, perusahaan menyadari bahwa kekuatan usaha jasa terletak pada penyediaan makanan dan pelayanan. Sehubungan dengan hal tersebut, Raja Duren memiliki *website* dengan alamat [www.rajaduren.co.id](http://www.rajaduren.co.id) sebagai sarana promosi menu baru dan pemberi informasi yang berguna dalam menunjang kebutuhan pengguna *website* di tengah pesatnya perkembangan teknologi *internet*.

Tujuan Raja Duren menyediakan *website* adalah sebagai sumber informasi dari berbagai macam produk makanan maupun minuman yang ada pada Raja Duren. Informasi tersebut meliputi promosi yang tersedia pada Raja Duren, lokasi, foto makanan dan minuman, visi dan misi perusahaan serta informasi lainnya tentang Raja Duren. *Website* Raja Duren juga menyediakan fasilitas pemesanan makanan secara *online* untuk calon pelanggan yang akan memesan

makanan maupun minuman. Informasi suatu produk yang dikemas menarik melalui *website* akan lebih cepat dikenal oleh pengguna *internet*. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa kuliner, *website* juga berfungsi sebagai sarana *marketing online*. Melalui media *marketing online* Raja Duren memiliki peluang untuk memenangkan persaingan bisnis serta meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik lagi. Namun berdasarkan data yang dihimpun dari [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) sebagai salah satu situs yang memberikan peringkat *website*, ditemukan *website* Raja Duren mengalami adanya penurunan jumlah pengunjung *website* yang terjadi pada bulan April 2016 sebanyak 1500 orang dan pada bulan September 2016 menjadi 93 orang.



Gambar 1.1 Data *Similarweb Traffic Ranks* pada *Raja Duren* (April 2016-September 2016)

Dengan adanya penurunan jumlah pengunjung pada *website* Raja Duren seperti pada gambar 1, maka pihak manajemen juga merasakan hasil penjualan

yang berkurang disebabkan oleh menurunnya penjualan *online*. Hal tersebut terjadi karena *website* Raja Duren memiliki kontribusi penjualan online sebesar 15-20% dari total penjualan pada setiap bulannya. Hingga akhir Oktober 2016 penjualan *online* hanya memiliki kontribusi penjualan kurang dari 10% dan untuk kedepanya Raja Duren ingin menetapkan target pendapatan penjualan *online* melalui *website* sebesar 30%.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka Raja Duren membutuhkan sebuah analisis terhadap penerimaan aplikasi *website* Raja Duren. Untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi terhadap perilaku pengguna *website* menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model penelitian yang pada umumnya digunakan untuk meneliti penerimaan teknologi informasi. Menurut Widiatmika dan Sensuse (2012) banyak penelitian telah menemukan bahwa TAM adalah sebuah model yang secara konsisten menjelaskan sebagian besar ragam (*variance*) dalam menggunakan tujuan dan tingkah laku, diantara sebuah variasi teknologi-teknologi. Penelitian juga menemukan bahwa TAM mampu menandingi dengan baik model-model alternatif seperti TRA (*Theory of Reasoned Action*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*).

Model TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah model TAM 2 yang diadaptasi dari Venkantesh dan Davis (2000). Model TAM 2 lebih menjelaskan secara rinci bagi pengguna dalam penggunaan sistem informasi (Chittur, 2009). Sedangkan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi *website* Raja Duren dengan model TAM dilakukan dengan analisis SEM AMOS (Structural Equation Modeling Analisis of Moment

Structures). SEM AMOS sebagai kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) dengan tujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruknya maupun hubungan antar konstruk.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan dalam Tugas Akhir ini, yaitu bagaimana menganalisis Penerimaan Aplikasi website Raja Duren dengan menggunakan Technology Acceptance Model 2?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini, ruang lingkup penelitian hanya akan dibatasi pada :

1. Data yang dihimpun dan diolah berasal dari jawaban kuesioner responden, dimana responden adalah pengguna *website* Raja Duren.
2. Dalam penelitian ini, kuesioner yang didistribusikan menggunakan kuesioner *hard copy*.
3. Alat analisis yang digunakan adalah program Structural Equation Modeling Analysis of Moment Structures. versi 22

## 1.4 Tujuan

Dengan mengacu pada perumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penerimaan Aplikasi website Raja Duren dengan menggunakan Technology Acceptance Model 2.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran bagi Raja Duren, serta sebagai bahan pertimbangan untuk masukan dalam perbaikan kualitas layanan *website* pada Raja Duren yang berfungsi untuk Mengetahui minat dan perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi yang diwakili oleh variabel-variabel nilai pada *website* Raja Duren serta dapat memberikan informasi sebagai acuan dalam penelitian lebih lanjut.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir (TA) ini ditulis dengan sistematika penulisan yang terdiri dari pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, pembahasan, dan penutup.

### BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah dan penjelasan permasalahan secara umum, perumusan masalah serta batasan masalah yang dibuat, tujuan dan manfaat dari pembuatan Tugas Akhir serta sistematika penulisan buku ini.

### BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai teori tentang konsep metode *Technology Acceptance Model 2* (TAM 2), model konseptual yang digunakan untuk pembuatan Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program amos

### BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang alur proses metodologi penelitian, tahap awal, tahap analisis, dan tahap akhir dari metodologi penelitian.

### BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan diulas mengenai hasil dan pembahasan dari analisis yang telah dilakukan. Hasil dan pembahasan ini terdiri dari gambaran umum karakteristik responden, analisis deskripsi jawaban responden, analisis model dan pengujian hipotesis, evaluasi model struktural atau inner model, pengujian model yang telah dibuat dan pembahasan dari hipotesis yang dibuat.

### BAB V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Sedangkan saran merupakan penjelasan tentang masukan-masukan terhadap sistem agar dapat dikembangkan lagi menjadi lebih baik.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

Pada penyusunan tugas akhir ini, rujukan yang digunakan sebagai acuan adalah penelitian yang dilakukan oleh Mei-Ying Wu, Han-Ping Chou, Yung-Chien Weng, Yen-Han Huang (2011) dengan judul “TAM 2-based Study of Website User Behavior Using Websites as an Example”.

Guna menyelesaikan masalah secara sistematis, diperlukan landasan teori mengenai dasar ilmu yang terkait dalam permasalahan tersebut. Adapun landasan teori yang digunakan untuk pengukuran penerimaan aplikasi *website* menggunakan metode *Technology Acceptance Model 2*.

#### 2.1 Website

*Website* pertama kali ditemukan oleh Sir Timothy John, Tim Berners-Lee. Pada tahun 1991 *website* terhubung dengan jaringan. Tujuan dibuatnya *website* pada saat itu yakni untuk mempermudah tukar menukar dan memperbarui informasi kepada sesama peneliti. Dengan demikian pengertian *website* saat itu masih sebatas tukar menukar informasi.

*World Wide Website* (WWW) atau biasa disebut dengan *Website* merupakan salah satu sumber daya internet yang berkembang pesat (Nurwansyah, 2010). Sebuah halaman *website* adalah dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *website browser*. Semua publikasi dari

*website – website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman – halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. *Uniform Resource Locator* (URL) ini mengatur halaman – halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun *hyperlink* – *hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan. Beberapa *website* membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para pengguna bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut.

Menurut Nurwansyah (2010) *website* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *website statik* dan *website dinamis*:

1. *Website statik* adalah salah satu bentuk *website* yang isi di dalam *website* tersebut tidak dimaksudkan untuk di-*update* secara berkala, dan biasanya di-*maintenance* secara manual oleh beberapa orang yang menggunakan *software editor*.
2. *Website dinamis* adalah *website* yang secara berkala, informasi di dalamnya berubah, atau *website* ini bisa berhubungan dengan pengguna dengan berbagai macam cara atau metode (HTTP *cookies* atau Variabel *Database*, sejarah kunjungan, variabel sesi dan lain-lain), bisa juga dengan cara interaksi langsung menggunakan *form* dan pergerakan *mouse*. Ketika *website server* menerima permintaan dari pengguna untuk memberikan halaman tertentu, maka halaman tersebut akan secara otomatis diambil dari media penyimpanan sebagai respon dari permintaan yang diminta oleh pengguna. Sebuah situs dapat menampilkan dialog yang sedang berlangsung diantara dua pengguna,

memantau perubahan situasi, atau menyediakan informasi yang berkaitan dengan sang pengguna.

## 2.2 User Acceptance

Pada umumnya pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Pengalaman buruk ini dapat berupa pengalaman menggunakan teknologi yang sejenis ataupun pengalaman setelah menggunakan teknologi yang disediakan. Teo (2011) mengatakan bahwa *User acceptance* didefinisikan sebagai "...as a user's willingness to employ technology for the tasks it is designed to support." Maksudnya bahwa penerimaan teknologi dapat didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk menggunakan teknologi untuk mendukung tugas yang telah dirancang.

Menurut Wexler (2001), mengapa pengguna dapat menerima teknologi informasi didasarkan pada enam faktor di bawah ini:

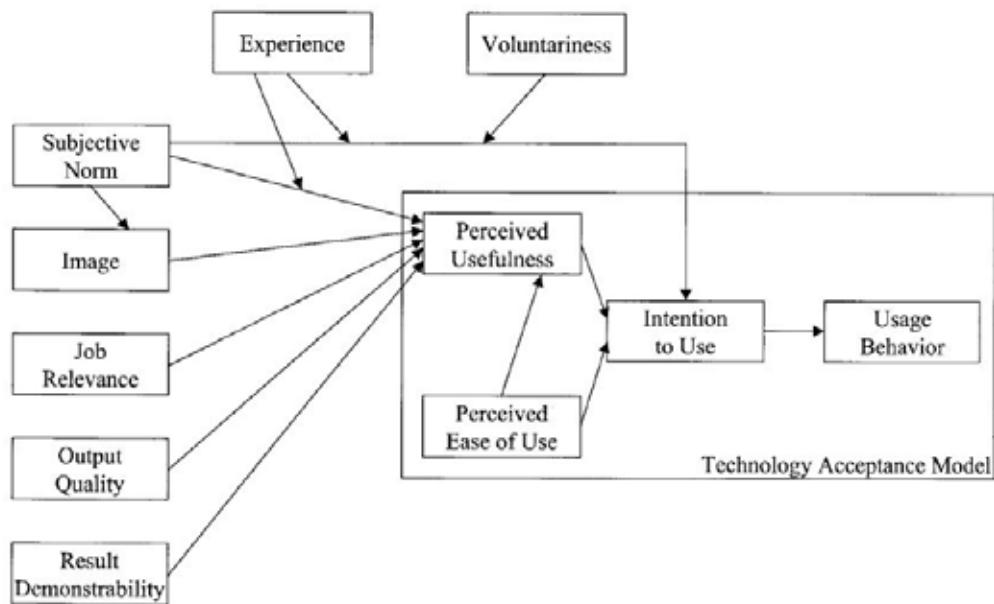
1. *Computer Self-Efficacy (Internal Control)* yaitu kepercayaan diri pemakai terhadap kemampuan mereka untuk belajar dan menggunakan sistem informasi teknologi secara umum.
2. *Facilitating Conditions (External Control)* yaitu lingkungan kerja TI yang kondusif, misalnya jaringan yang cepat dan komputer yang baik.

3. *Intrinsic Motivation (Computer Playfulness)* yaitu individu yang menggunakan komputer untuk kesenangan atau tugas pribadi (tidak hanya untuk bekerja) akan menunjukkan lebih siap menerima sebuah teknologi informasi.
4. *Emoticon (Level of Computer Anxiety)* yaitu kehawatiran terhadap komputer yang akan berdampak negatif pada kemudahan penggunaan persepsi.
5. *Perceived Enjoyment* yaitu derajat penggunaan untuk memproleh kepuasan ketika menggunakan sistem.
6. *Object Usability* yaitu seberapa banyak sistem sesungguhnya memberikan kontribusi pada kemampuan pengguna untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik

### 2.3 Konsep TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM merupakan adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) untuk bidang Sistem Informasi. TAM berpendapat bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan menentukan niat individu untuk menggunakan sistem dengan niat untuk menggunakan melayani sebagai mediator penggunaan sistem yang sebenarnya (Kasse dan Ferdiana, 2014).

TAM mengasumsikan bahwa seorang individu yang dapat menerima teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Park, 2009). Model TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah model TAM 2. Secara umum model TAM 2 dapat diilustrasikan seperti gambar 2 di bawah ini.

Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model 2*

Sumber: Venkatesh dan Davis (2000)

Pada penyusunan tugas akhir ini, rujukan yang digunakan sebagai acuan adalah penelitian yang dilakukan oleh Mei-Ying Wu, Han-Ping Chou, Yung-Chien Weng, Yen-Han Huang (2011), berikut adalah model konseptual TAM 2 yang akan digunakan:

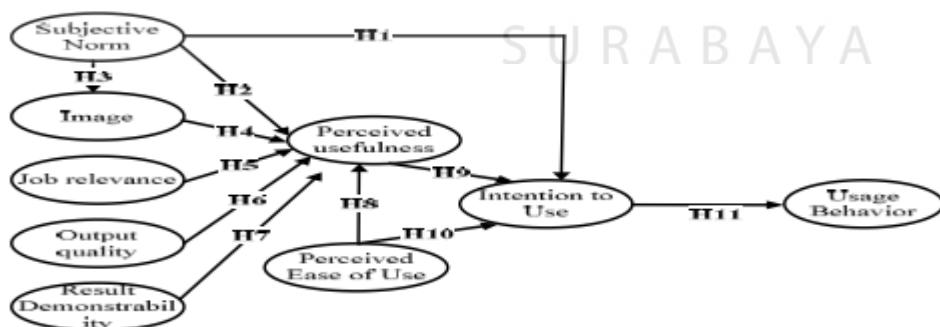


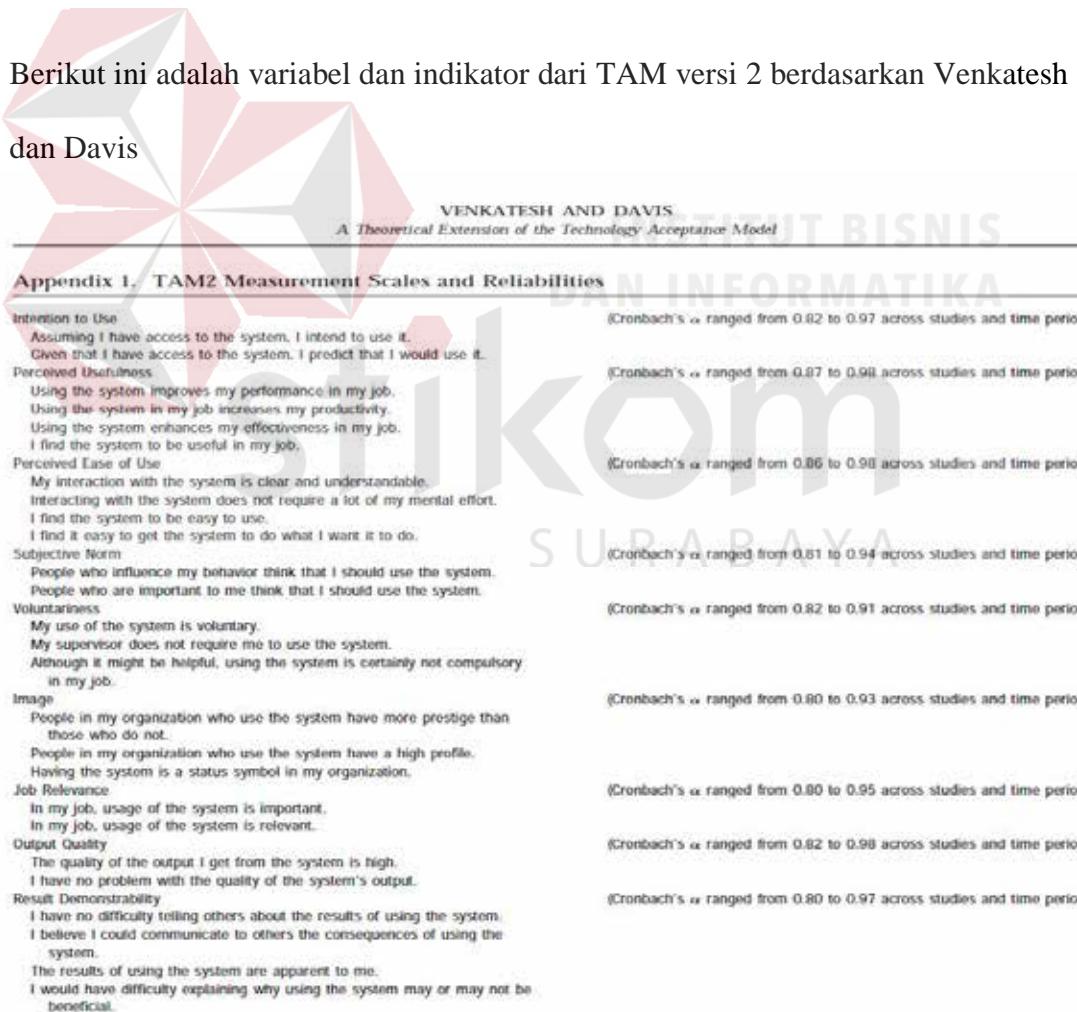
Figure 4. Research framework

Gambar 2.2 *Technology Acceptance Model 2*Sumber: Wu *et. al* (2011) adaptasi dari Venkatesh dan Davis (2000)

Berdasarkan gambar 2.2 maka indikator yang digunakan sebagai pengukuran untuk masing-masing komponen *Technology Acceptance Model 2* diuraikan sebagai berikut:

1. *Subjective Norm* adalah persepsi manusia ketika berfikir bahwa dia harus melakukan sebuah perilaku (*behaviour*) atau tidak.
2. *Image* adalah tingkatan dimana penggunaan sebuah teknologi informasi dipersepsikan untuk meningkatkan status seseorang di mata masyarakat. *Image* dapat secara langsung mempengaruhi persepsi kegunaan sebuah sistem informasi atau sebuah teknologi dan tingkatan nya dapat dipengaruhi oleh *subjective norm*.
3. *Job Relevance*. Komponen ini berkaitan dengan persepsi manusia tentang seberapa pentingnya sebuah informasi atau teknologi dalam membantu atau mempengaruhi pekerjaan mereka.
4. *Output quality*. Komponen ini berkaitan dengan tingkatan kepercayaan individu manusia bahwa sebuah sistem informasi atau teknologi yang mereka gunakan akan memberikan hasil yang baik untuk pekerjaan mereka.
5. *Result of demonstrability*. Komponen ini berkaitan dengan hasil penggunaan teknologi informasi yang dapat diukur .
6. *Perceived usefulness*. Komponen ini menunjukkan tingkatan seorang manusia percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan membantu dirinya untuk meningkatkan performa kerja.
7. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai persepsi manusia bahwa sebuah sistem informasi yang dia lihat mudah digunakan .

8. *Intention to Use* diartikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.
9. *Use behavior* dapat diartikan sebagai perilaku manusia sebenarnya ketika menggunakan sebuah sistem informasi.



Gambar 2.3 Variabel dan Indikator dari TAM versi 2 berdasarkan Venkatesh dan Davis

## 2.4 Analisis SEM AMOS

SEM AMOS adalah suatu teknik modelling statistik yang bersifat *cross sectional*, linear, dan umum termasuk di dalamnya analisis faktor, analisis jalur, dan regresi yang digunakan untuk menguji model statistik dalam bentuk model sebab akibat. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian.

Di samping itu SEM AMOS sangat sensitif terhadap karakteristik distribusi data, khususnya distribusi yang melanggar normalitas multivariat. Untuk itu, sebelum data diolah harus diuji normalitas dahulu. Software Amos menyediakan penilaian normalitas dengan melihat angka *skewness* dan *kurtosis*. Keunggulan program SEM AMOS adalah memiliki kemampuan dalam membuat model sebab akibat. Keunggulan program SEM AMOS adalah membuat model konstruk sebagai variabel laten secara langsung, diestimasi dari variabel yang diasumsikan mempunyai hubungan dengan variabel laten (Bahri dan Zamzam, 2014).

## 2.5 Validitas dan Reliabilitas

Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan reliabel maka dipastikan hasil penelitiannya pun tidak akan valid dan reliabel. Menurut Sugiyono (2007), mengenai perbedaan antara valid dan reliabel suatu penelitian, dapat dijelaskan sebagai berikut : penelitian yang valid adalah penelitian yang apabila di dalamnya terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya

terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliabel terjadi bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah.

Sugiyono (2010) mengemukakan bahwa hasil penelitian yang valid adalah apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Masih berdasarkan pendapat Sugiyono (2010), validitas merupakan tingkat keandalan dari alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid menunjukkan bahwa alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Dasar analisis yang digunakan dalam uji validitas yaitu jika nilai  $r$ -hitung  $> r$ -tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau item pertanyaan tersebut adalah valid (Ghozali, 2002). Penentuan signifikan atau tidak signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel  $degree of freedom = n-k$ , dan daerah sisi pengujian dengan alpha 0,05. Jika  $r$  hitung tiap butir pertanyaan bernilai positif dan lebih besar terhadap  $r$  tabel (*berdasarkan corrected item-total correlation*) maka butir pertanyaan tersebut dikatakan *valid*.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas

instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian 8.8 menggunakan metode *Cronbach Alpha*.

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Barker dkk, (2002), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik. Sedangkan menurut Arikunto (2003), tinggi atau rendah, kuat atau lemah korelasi dapat ditentukan berdasarkan pada besar kecilnya nilai r (koefisien korelasi) yaitu:

Tabel 2.1 Kategori Nilai Korelasi

No	Nilai Koefisien Korelasi	Kriteria Reliabilitas
1	$0,81 < r \leq 1,00$	Sangat Tinggi
2	$0,61 < r \leq 0,80$	Tinggi
3	$0,41 < r \leq 0,60$	Cukup
4	$0,21 < r \leq 0,40$	Rendah
5	$0,00 < r \leq 0,21$	Sangat Rendah

(Sumber : Arikunto, 2003)

Barker dkk. (2002), menyatakan bahwa uji keandalan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Item dikatakan reliable jika nilai koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar daripada 0,6 (Barker dkk, 2002).

## 2.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2007) mengemukakan bahwa populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Raja Duren yang sedang berada di tempat dan menggunakan *website* Raja Duren.

Menurut Ferdinand (2006), sampel adalah subset dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus, tidak mungkin diteliti secara keseluruhan anggota populasi. Oleh karena itu, dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan perhitungan *unknown population*. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut merupakan perhitungan *unknown population* yang digunakan:

## Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada  $\alpha = 5\%$  (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka  $Z = 1.96$

II.  $\equiv$  margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

## 2.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012), “variabel merupakan suatu atribut, sifat ataupun nilai dari orang, obyek yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat (dependen), sedangkan variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas atau independen (Sugiyono, 2012). Operasional variabel merupakan suatu definisi yang berkaitan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau mendefinisikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan dalam mengukur variabel tersebut (Silalahi, 2012). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator
<b>Usage Behavior</b>	Seberapa sering mengakses sistem
	Seberapa lama mengakses sistem
<b>Intention to Use</b>	Saya berasumsi memiliki akses ke sistem, sehingga saya berniat untuk menggunakannya.
	Mengingat bahwa saya memiliki akses ke sistem, maka saya akan menggunakannya
<b>Perceive Usefulness</b>	Menggunakan sistem meningkatkan kinerja
	Menggunakan sistem meningkatkan produktivitas saya
	Menggunakan sistem meningkatkan efektivitas pekerjaan
	Saya mengetahui sistem yang akan berguna bagi pekerjaan saya
<b>Perceived Ease of Use</b>	Interaksi yang terjadi antara saya dengan sistem jelas dan mudah dimengerti

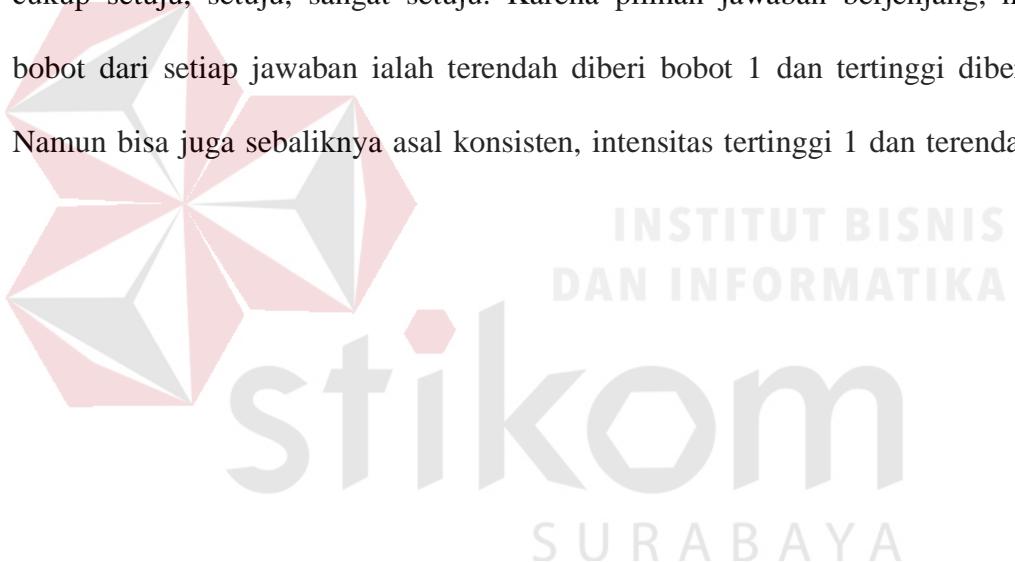
Variabel	Indikator
	Berinteraksi dengan sistem tidak memerlukan banyak usaha
	Saya mengetahui sistem yang mudah untuk digunakan
	Saya merasa mudah untuk masuk ke sistem dan melakukan apa yang ingin saya lakukan
<b>Subjective Norm</b>	Orang lain yang berpengaruh bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem
	Orang-orang penting di sekitar saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem
<b>Image</b>	Orang-orang di sekitar saya yang menggunakan sistem memiliki gengsi yang lebih tinggi
	Orang-orang di sekitar saya yang menggunakan sistem memiliki status sosial yang lebih tinggi
	Menggunakan sistem adalah simbol status
<b>Job Relevance</b>	Di dalam pekerjaan saya, menggunakan sistem adalah penting
	Sistem berkaitan erat dengan pekerjaan saya
<b>Output Quality</b>	Kualitas dari <i>output</i> sistem yang saya dapatkan akurat
	Saya tidak mempunyai masalah dengan kualitas dari <i>output</i> sistem
<b>Result Demonstrability</b>	Saya tidak memiliki kesulitan untuk memberitahu orang lain tentang cara menggunakan sistem
	Saya percaya bisa berkomunikasi dengan orang lain sebagai konsekuensi dari penggunaan sistem
	Hasil menggunakan sistem terlihat jelas
	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menjelaskan manfaat sistem

## 2.8 Skala Likert

Menurut Simamora (2000) Skala likert atau *summated-ratings scale* adalah suatu teknik pengukuran sikap paling luas yang digunakan dalam riset pemasaran. Skala ini memberikan kemungkinan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan yang dimiliki responden. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan tertutup. Pilihan dibuat berjenjang, yaitu dimulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi. Pilihan jawaban bisa sebanyak

tiga, lima, tujuh, dan sembilan. Dalam hal ini jumlah pilihan jawabannya merupakan angka ganjil.

Semakin banyak pilihan jawaban yang diberikan, maka jawaban responden akan semakin terwakili. Namun seringkali kesulitan yang dialami adalah kata-kata yang mewakili pilihan sangat terbatas jumlahnya. Dalam bahasa Inggris ada 7 pilihan, yaitu *extremely disagree, strongly disagree, disagree, neither agree nor disagree, agree, strongly agree, extremely agree*. Dalam bahasa Indonesia sendiri hanya bisa dibuat 5 pilihan, yaitu tidak setuju, kurang setuju, cukup setuju, setuju, sangat setuju. Karena pilihan jawaban berjenjang, maka bobot dari setiap jawaban ialah terendah diberi bobot 1 dan tertinggi diberi 5. Namun bisa juga sebaliknya asal konsisten, intensitas tertinggi 1 dan terendah 5.

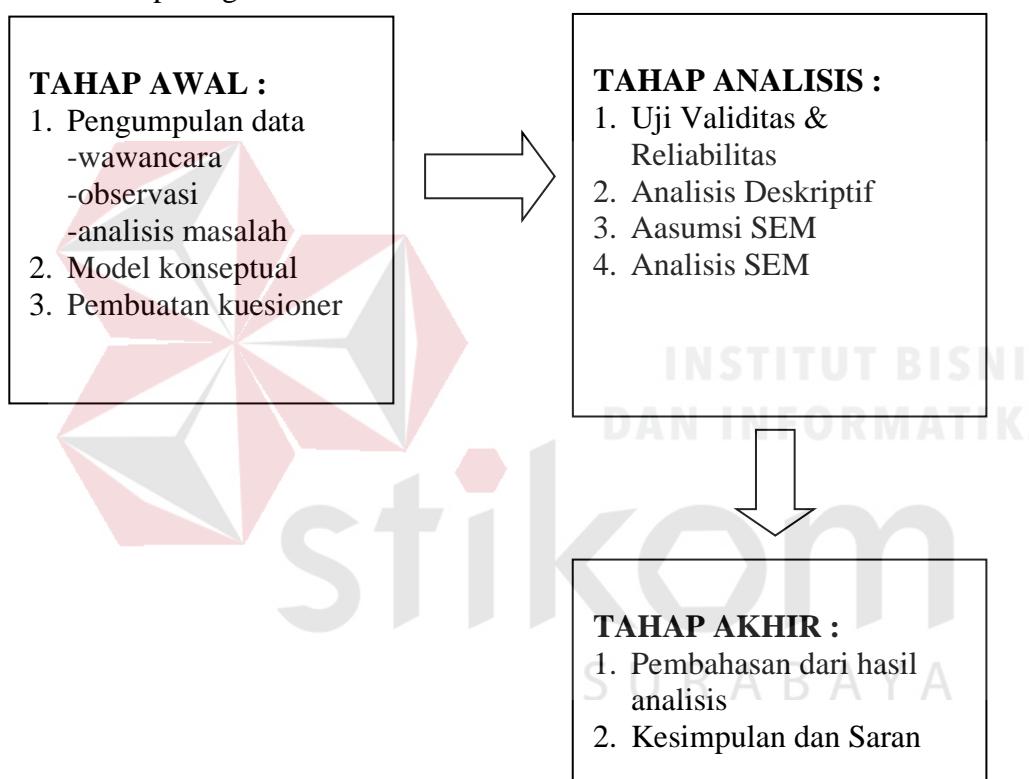


## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Alur Proses Metodologi Penelitian**

Pada proses metodologi penelitian terbagi dalam beberapa tahap, yaitu tahap awal, tahap analisis, dan tahap akhir. Rincian untuk setiap tahapan dapat dilihat pada gambar 3.1



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

#### **3.2 Tahap Awal Metodologi Penelitian**

Dalam melakukan metode penelitian pada tahap awal memiliki beberapa proses yaitu:

### 3.2.1 Pengumpulan Data

Tahap wawancara merupakan awal dari terciptanya ide penelitian ini. Selain melakukan wawancara, observasi pun juga dilakukan. Diharapkan dengan observasi ini peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih banyak bahkan dapat memperoleh data-data yang terkait pada proses nya.

Data-data yang ada di lapangan dikumpulkan dengan cara melakukan survei menggunakan kuesioner, wawancara dan obesrvasi. Penyebaran kuesioner kepada pengguna *website* Raja Duren dilakukan secara *offline* dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan yang datang langsung ke cafe Raja Duren, Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan perhitungan *unknown population*. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut merupakan perhitungan *unknown population* yang digunakan:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

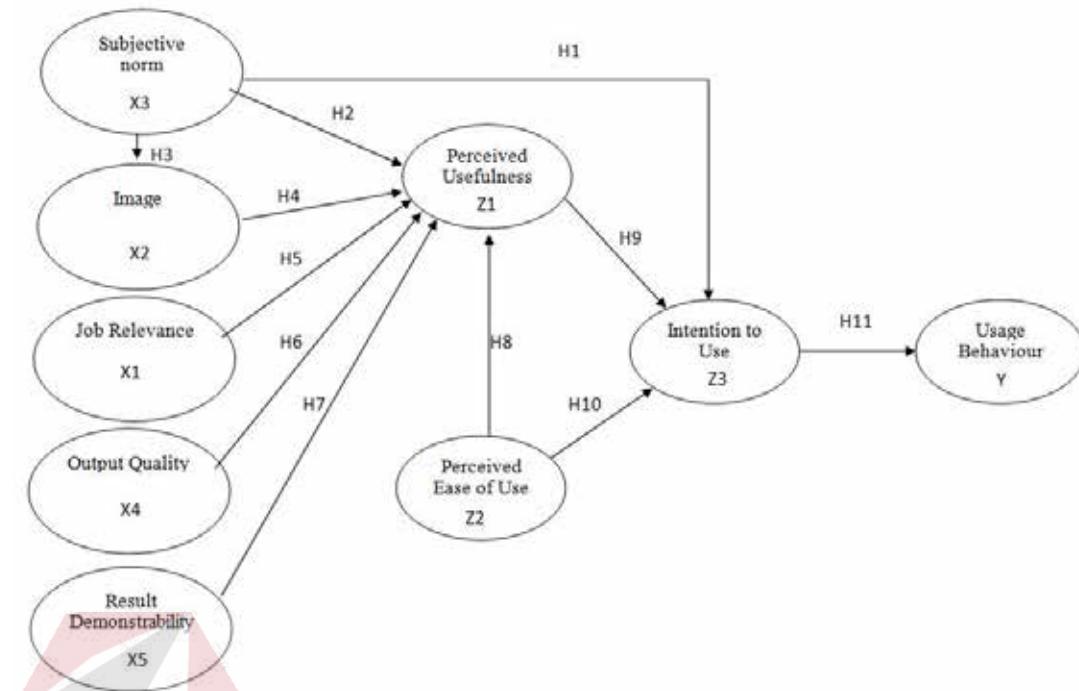
$$n = \frac{1,96}{4(0,1)^2}$$

$$= 96,4 = 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang digunakan adalah 96 responden, karena adanya permintaan dari pihak raja duren maka sampel yang akan digunakan sebesar 120 responden

### 3.2.2 Model Konseptual

Model konseptual yang mendasari hipotesis dan kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model Konseptual

Berdasarkan model konseptual di atas hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*
- H2: *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H3: *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *image*.
- H4: *Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H5: *Job relevance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H6: *Output quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H7: *Result demonstrability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H8: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- H9: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- H10: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- H11: *Intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage Behaviour*.

H9: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

H10: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use*.

H11: *Intention to use* berpengaruh positif terhadap *usage behavior*.

Pada penelitian ini tidak menyertakan variabel *voluntariness*, hal ini dikarenakan variabel tersebut berguna untuk mengetahui bahwa penggunaan sistem berbentuk wajib (*mandatory*) atau secara sukarela (*voluntariness*) sedangkan pada penelitian ini penggunaan sistem berbentuk wajib (*mandatory*) digunakan untuk melakukan pemesanan online. Pada penelitian ini juga tidak menyertakan variabel *experience*, hal ini dikarenakan variabel tersebut berguna untuk mengetahui responden harus pernah menggunakan sistem ini sebelumnya, oleh karena itu pada penelitian ini penggunaan sistem tidak harus berfokus hanya kepada pelanggan yang pernah menggunakan sistem saja.

### 3.2.3. Pembuatan Kuesioner

Instrumen atau alat yang dipergunakan didalam penelitian ini adalah kuesioner maka dalam pembuatan kuesioner didalamnya terdapat konstruk yang berfungsi sebagai tujuan dan penilaian sebuah kuesioner terhadap objek kuesioner, konstruk yang dibuat setelah itu dipergunakan ke dalam sebuah konsep untuk mengetahui fungsi dari setiap konstruk tersebut. dalam hal ini konstruk setiap pertanyaan akan mengacu pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Konstruk operasional variabel untuk pertanyaan kuesioner

Variabel	Kode	Indikator
<b>Usage Behavior</b>	Y1	Seberapa sering mengakses website Raja Duren
	Y2	Seberapa lama mengakses website Raja Duren
<b>Intention to Use</b>	Z31	Saya berniat untuk mengakses website Raja Duren.

Variabel	Kode	Indikator
	Z32	Saya berniat mengajak orang lain untuk mengakses website Raja Duren
<b>Perceived Usefulness</b>	Z11	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan cepat
	Z12	Website Raja Duren menghemat waktu saya dalam mencari informasi
	Z13	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan mudah
	Z14	Website Raja Duren berguna bagi saya
<b>Perceived Ease of Use</b>	Z21	Website Raja Duren mudah dipelajari
	Z22	Website Raja Duren mudah menemukan sesuatu yang dicari
	Z23	Penggunaan Website Raja Duren mudah dipahami
	Z24	Saya merasa menguasai penggunaan fitur-fitur di Website Raja Duren
<b>Subjective Norm</b>	X31	Rekan-rekan menganjurkan saya untuk mengakses website Raja Duren
	X32	Website Raja Duren mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi
<b>Image</b>	X21	Keluarga saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren
	X22	Rekan saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren
	X23	Mengakses website Raja Duren baik bagi saya
<b>Job Relevance</b>	X11	Mengakses website Raja Duren berkaitan dengan kesukaan saya akan buah durian
	X12	Mengakses website Raja Duren karena saya pelanggan Raja Duren
<b>Output Quality</b>	X41	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat
	X42	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren <i>up to date</i>
<b>Result Demonstrability</b>	X51	Saya tidak memiliki kesulitan untuk memberitahu orang lain tentang cara mengakses website Raja Duren
	X52	Saya percaya komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren kepada pelanggannya melalui website dapat berjalan dengan baik
	X53	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menjelaskan manfaat website Raja Duren

Sedangkan untuk pengukuran variabel menggunakan skala *Likert*.

Prosedur pengukuran variabel yaitu :

- 1) Responden diarahkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan *general* yang akan digunakan sebagai dasar apakah responden masuk dalam kriteria atau tidak.
- 2) Responden diarahkan untuk menyatakan persepsinya yaitu setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Jawaban disediakan terdiri dari lima pilihan, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS).
- 3) *Scoring* atas jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 5, dan seterusnya menurun sampai pada jawaban Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 1.

Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden

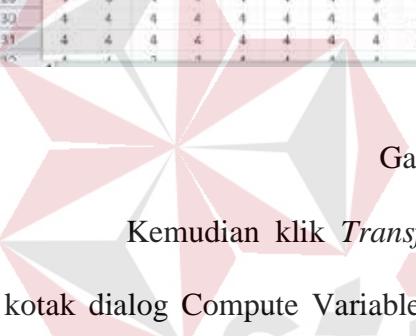
Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

### 3.3 Tahap Analisis Penelitian

Pada tahap ini analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif. Sebelum itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap hasil kuesioner yang telah dibuat tabulasi data.

#### 3.3.1 Uji Validitas

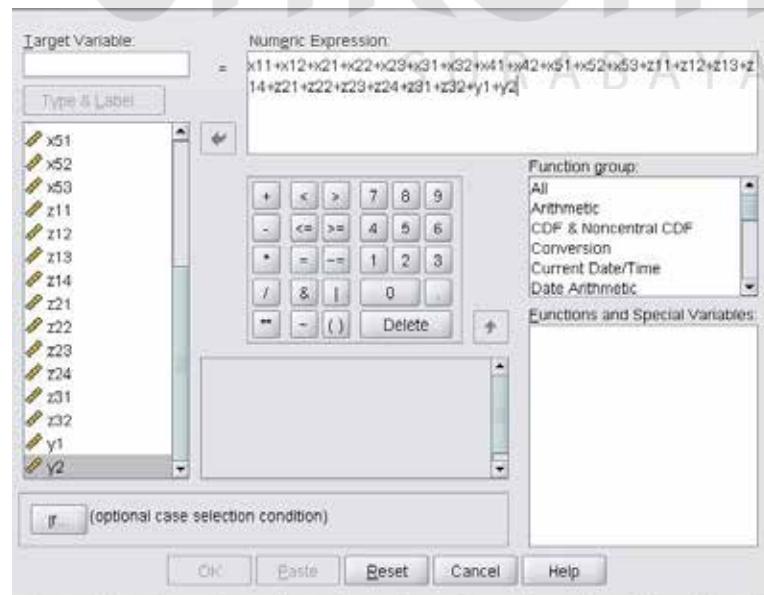
Pada SPSS Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan fungsi yaitu *compute variable* yang ada pada *transform* seperti pada gambar 3.3



	x11	x12	x21	x22	x23	x31	x32	x41	x42	x51	x52	x53	z11	z12	z13	z14	z21	z22	z23	z24	z31	z32	y1	y2
1	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
7	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	
10	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	
11	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	
12	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
13	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	
14	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
17	5	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	
18	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	
19	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	
20	5	4	4	4	2	2	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
22	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	
23	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	
25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
26	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
27	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	
29	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

Gambar 3.3 Input data validitas

Kemudian klik *Transform > Compute Variable* pada menu sehingga kotak dialog Compute Variable muncul seperti pada Gambar 3.4, lalu inputkan nama target variable bernama TOTAL

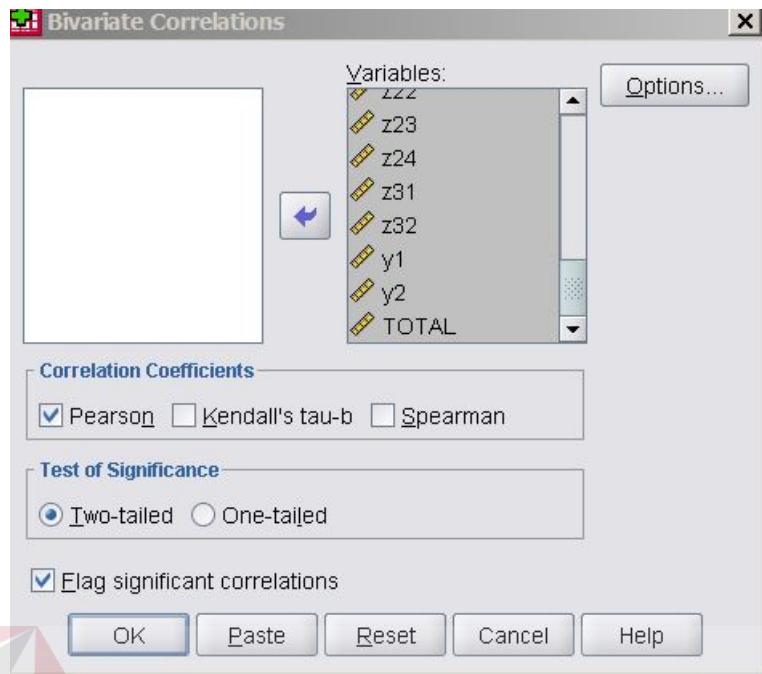


Gambar 3.4 Kotak dialog compute variable

Setelah pada kotak Dialog *Compute Variable* dilakukan penginputan dan menjumlahkan semua variable pada kotak *Numeric Expression*, Setelah itu di klik *OK* sehingga *Output SPSS Viewer* menampilkan variabel baru, TOTAL seperti pada gambar 3.5.

Gambar 3.5 Variabel Baru Total

Setelah memperoleh variabel baru, maka dilakukan analisis korelasi antara variabel total dengan kedelapan pernyataan dengan cara klik *Analyze > Correlate > Bivariate* pada menu sehingga dialog *Bivariate Correlation* muncul seperti pada Gambar 3.6

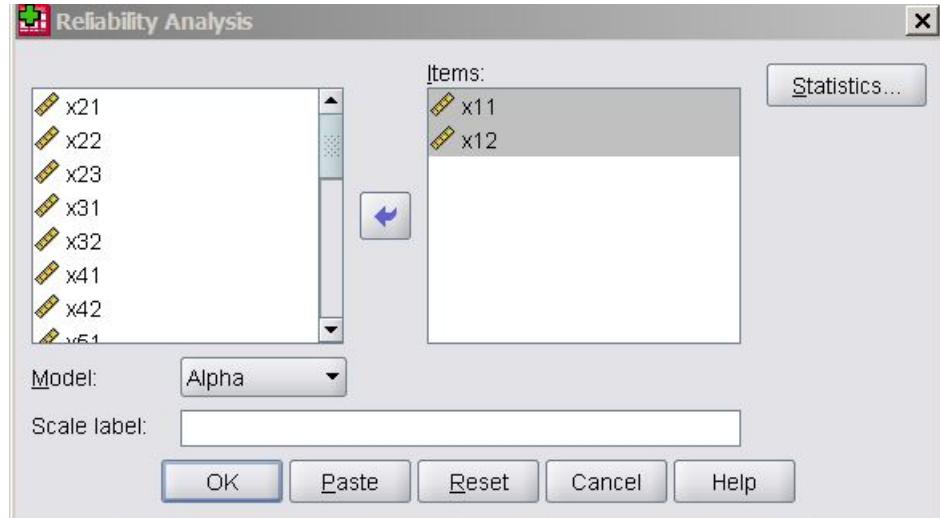


Gambar 3.6 Kotak Dialog *Bivariate Correlations*

Setelah muncul kotak dialog *Bivariate Correlation*, semua variabel pernyataan termasuk variabel total dimasukkan pada kotak *Variables*. Kemudian memberikan tanda centang *Pearson* pada *Correlation Coefficients* dan tanda centang *Flag Significant Correlations*, lalu klik *OK* sehingga *Output SPSS Viewer* menampilkan hasil analisis korelasi, Uji validitas ini dilakukan sejumlah dengan banyaknya dimensi yang digunakan, sehingga tahapan tersebut dilakukan untuk dimensi yang ada pada TAM 2

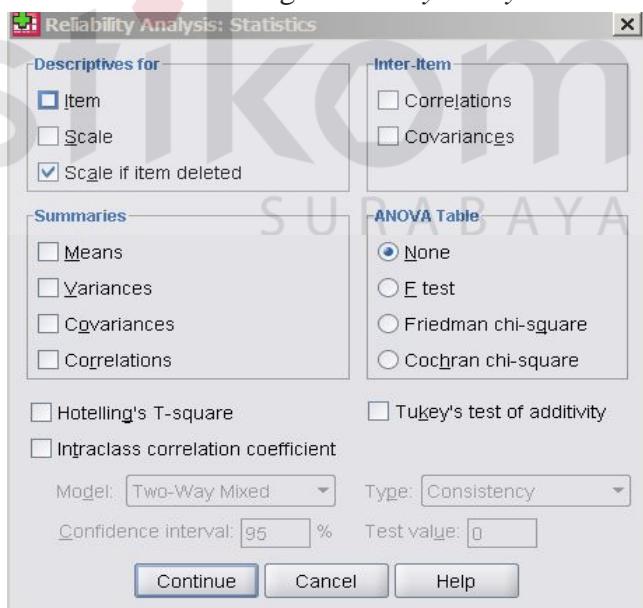
### 3.3.2 Uji Reliabilitas

Pada SPSS Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan fungsi *Reliability analysis* yang ada pada *scale* setelah memilih menu *analyze*, seperti pada gambar 3.7



Gambar 3.7 Kotak Dialog *Reliability Analysis*

Selanjutnya variabel dari pernyataan X11 sampai X12 dimasukkan pada *Items*. Setelah itu klik *Statistics* dan akan muncul kotak dialog *Reliability Analysis Statistics*. Pada kotak *Descriptive for*, centang *Scale of item deleted* lalu klik *Continue* sehingga kembali ke kotak dialog *Reliability Analysis* dan klik *OK*.



Gambar 3.8 Kotak Dialog *Reliability Analysis Statistics*

Uji reliabilitas ini dilakukan sejumlah dengan banyaknya dimensi yang digunakan, sehingga tahapan tersebut dilakukan untuk dimensi yang ada pada TAM 2

### **3.3.3 Analisis SEM AMOS**

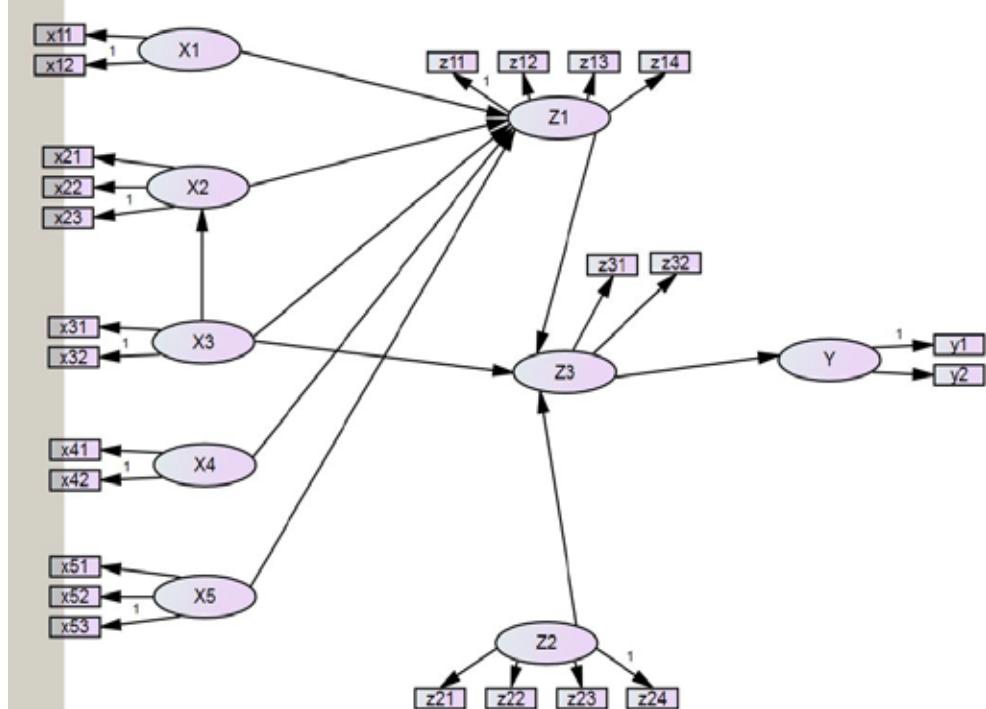
Teknik analisis data menggunakan metode SEM AMOS (Structural Equation Modeling Analisis of Moment Structures). Proses analisis struktural menggunakan perangkat lunak yang digunakan adalah AMOS. Instrumen penelitian ini akan digunakan telah melewati uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS 16. Kemudian data tersebut akan diolah dengan aplikasi dengan AMOS, Langkah-langkah permodelan SEM AMOS Meliputi: Pengembangan Model Teoritis, Pengembangan Diagram, Konversi Diagram Alur ke Persamaan, Memilih Matriks Input dan Estimasi Model, Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

#### **A. Pengembangan Model Teoritis**

Pada tahap ini model teoritis yang akan digunakan berdasarkan model konseptual yang akan digunakan telah ditunjukan pada gambar 2.1 pada bab 2, untuk model teorits tersebut selanjutnya dibuat model konseptual yang ditunjukan pada gambar 3.2

#### **B. Pengembangan Diagram Alur (*Path Diagram*)**

Berikut adalah Model yang akan digunakan pada penilitan ini dengan menggunakan program amos yang ditunjukan pada gambar 2.1



Gambar 3.9 Model diagram alur

1. Konstruk Eksogen (*exogenous Constructs*), adalah variabel bebas yang diduga memengaruhi variabel endogen, berdasarkan gambar 3.9 konstruk Eksogen pada model tersebut adalah variabel X1 (*Job relevance*), X2(*Image*), X3(*Subjective norm*), X4(*Output Quality*), X5(*Result Demonstrability*), Z2(*Perceived Ease of Use*)
2. Konstruk Endogen (*Endogen Contracts*), yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen, berdasarkan gambar 3.9 konstruk Endogen pada model tersebut adalah variabel X2(*Image*), Z1(*Perceived Usefulness*), Z3(*Intention to use*), Y(*Usage Behaviour*)

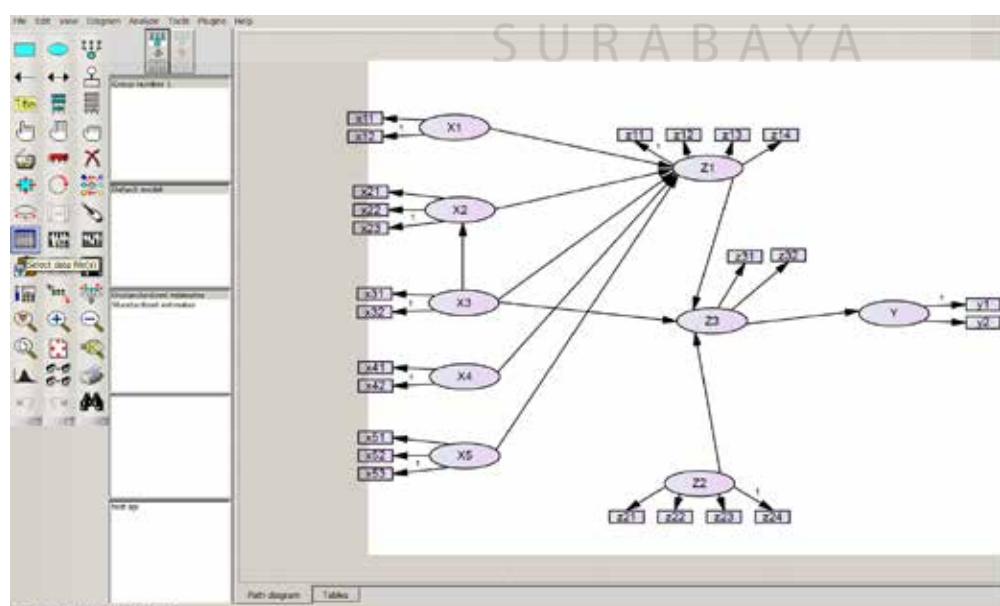
### C. Konversi Diagram Alur kedalam Persamaan

Langkah berikutnya adalah mengkonversi spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan yang dibangun terdiri dari

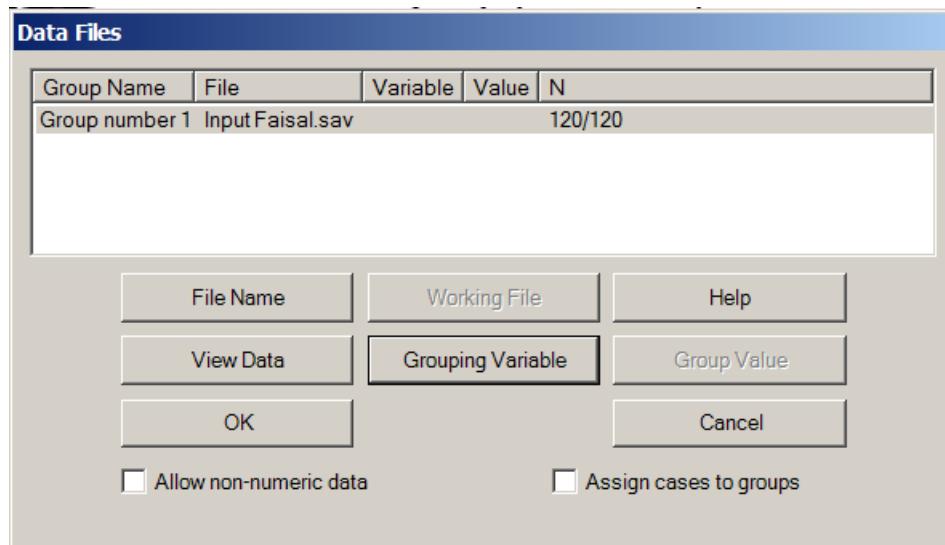
1. Persamaan-persamaan Struktural (*structural Equations*). Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk,
2. Pada tahap ini ditentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesikan antar konstruk atau variabel.

### D. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model.

Pada tahap penelitian ini matrik inputnya adalah matrik kovarian yang ukuran sampel minumumnya adalah 100 responden. Teknik Estimasi model yang digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation* (ML), penelitian ini menggunakan data sebesar 120 orang sehingga memenuhi *Maximum Likelihood Estimation*, adapun cara untuk memilih input yaitu dengan memilih menu select data file seperti pada gambar 3.10 dan gambar 3.11

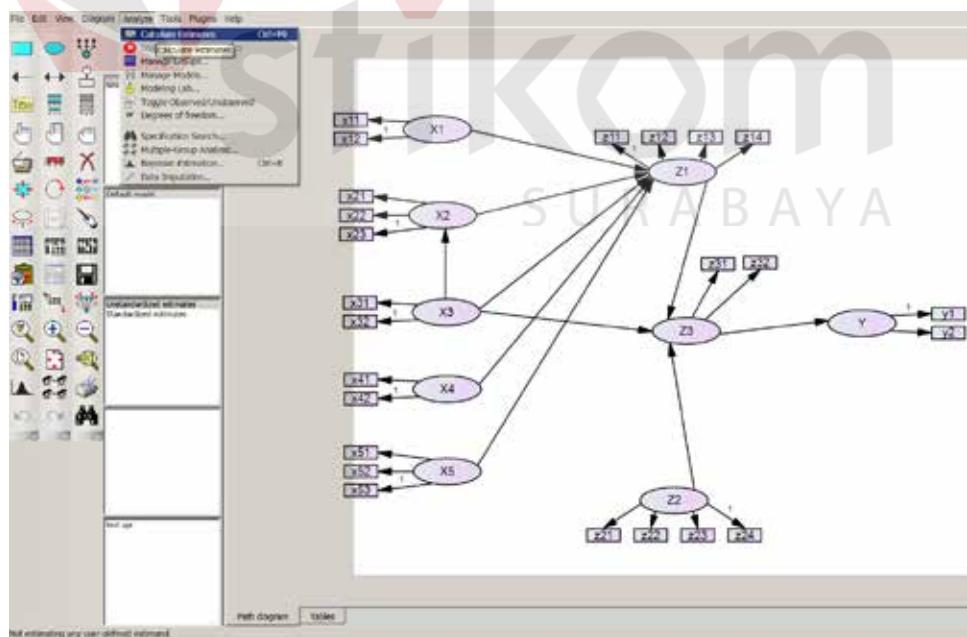


Gambar 3.10 Menu select data file



Gambar 3.11 Menu input file name

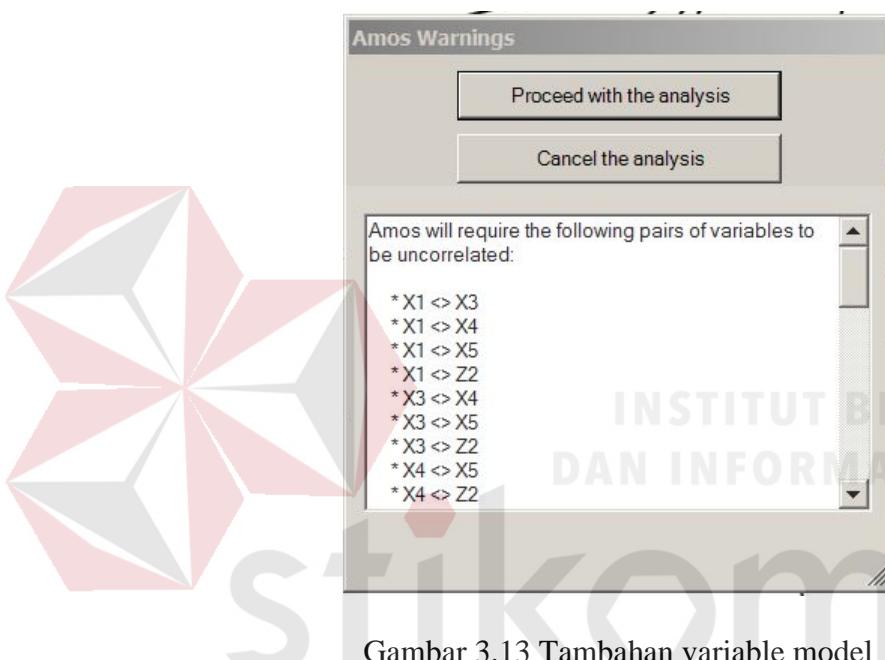
Setelah melakukan pemilihan data yang akan digunakan sebagai input langkah selanjutnya melakukan estimasi model, hal ini dilakukan seperti pada gambar 3.12 dengan memilih menu *calculate estimates* pada bagian *analyze*



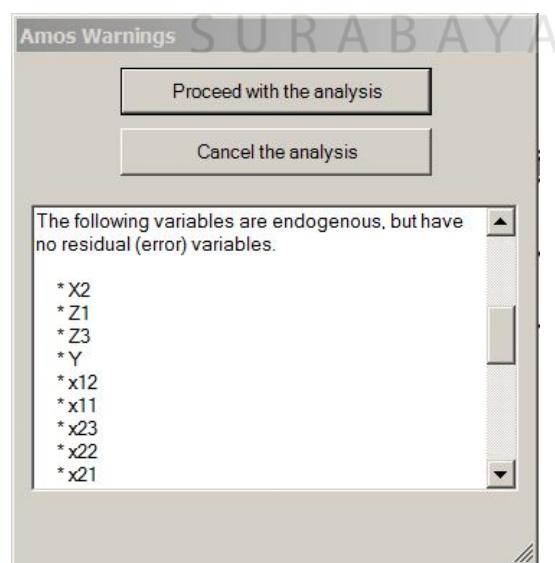
Gambar 3.12 Menu calculate estimate

### E. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Pada tahapan ini akan muncul masalah identifikasi setelah melakukan proses *analyze model* pada amos, namun program akan menunjukkan bagaimana agar masalah tersebut dapat diselesaikan dengan menambahkan covarian dan beberapa variabel pada model yang telah dibuat, yang ditunjukkan pada gambar 3.13 dan gambar 3.14

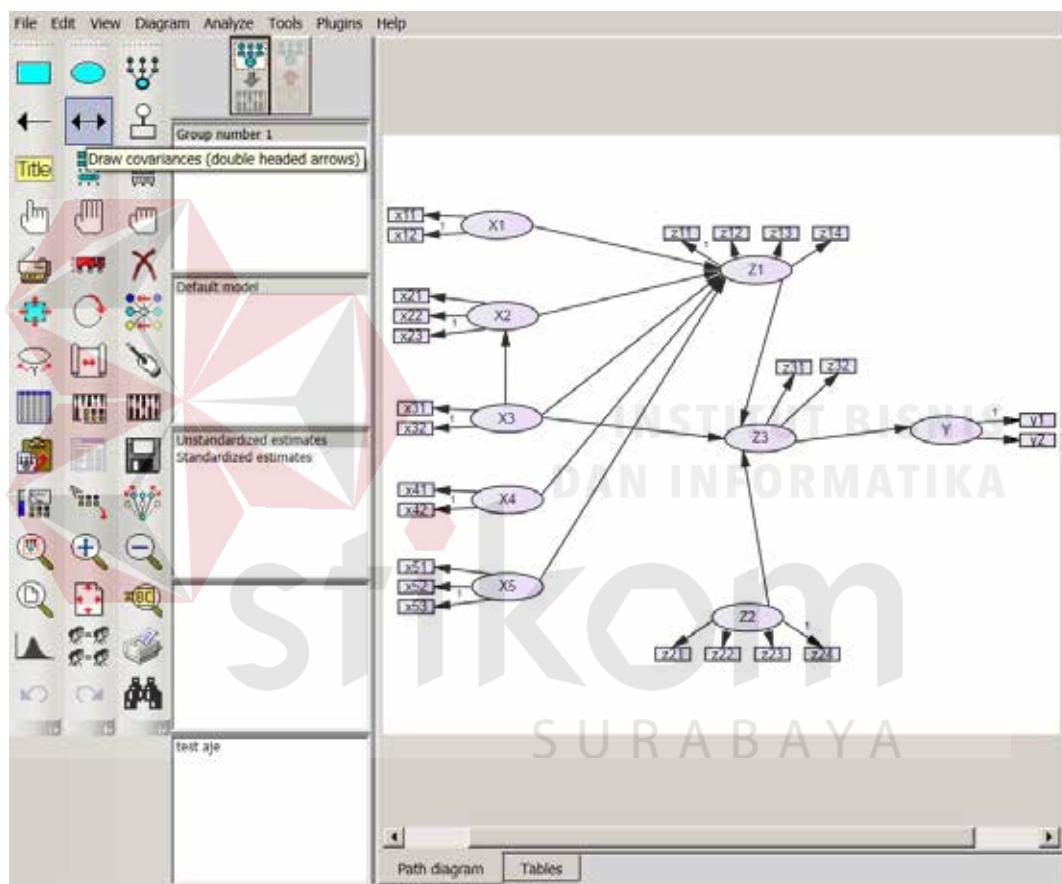


Gambar 3.13 Tambahan variable model

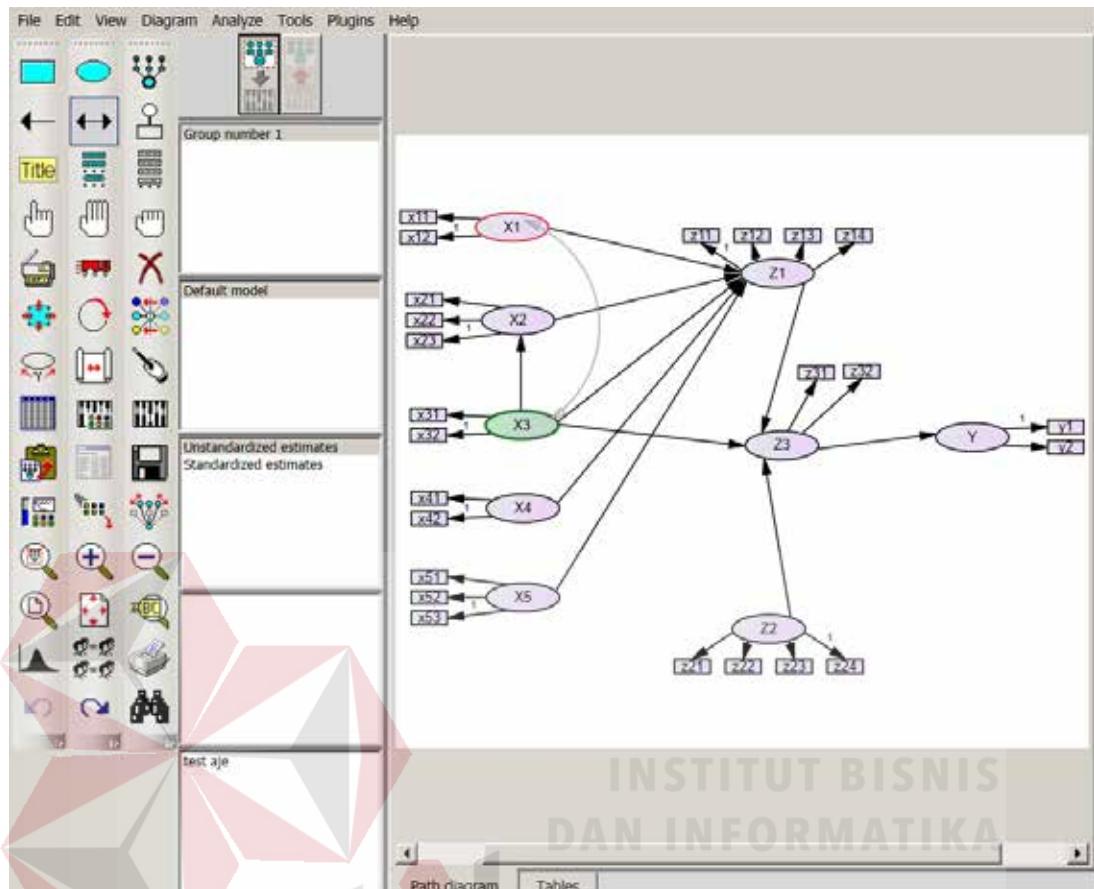


Gambar 3.14 Tambahan variable model 2

Oleh sebab itu dilakukan penambahan *covarian* dan error residual dengan cara mengklik gambar gambar panah yang ada pada toolbar spss amos, lalu hubungkan variabel sesuai dengan yang disarankan oleh aplikasi amos seperti pada gambar 3.15 dan gambar 3.16

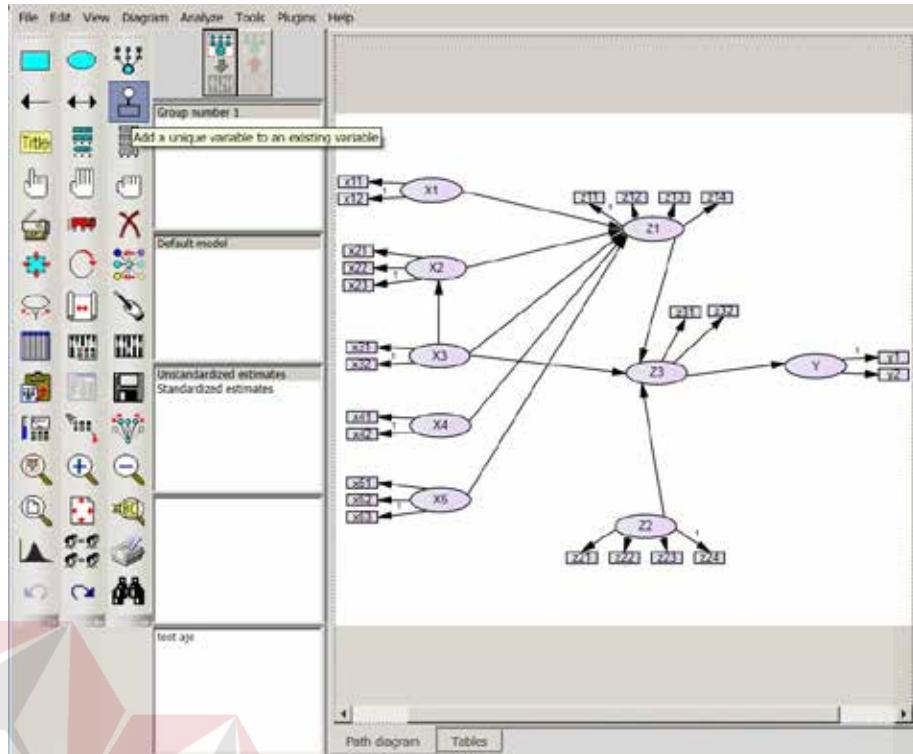


Gambar 3.15 menu *draw covarian*

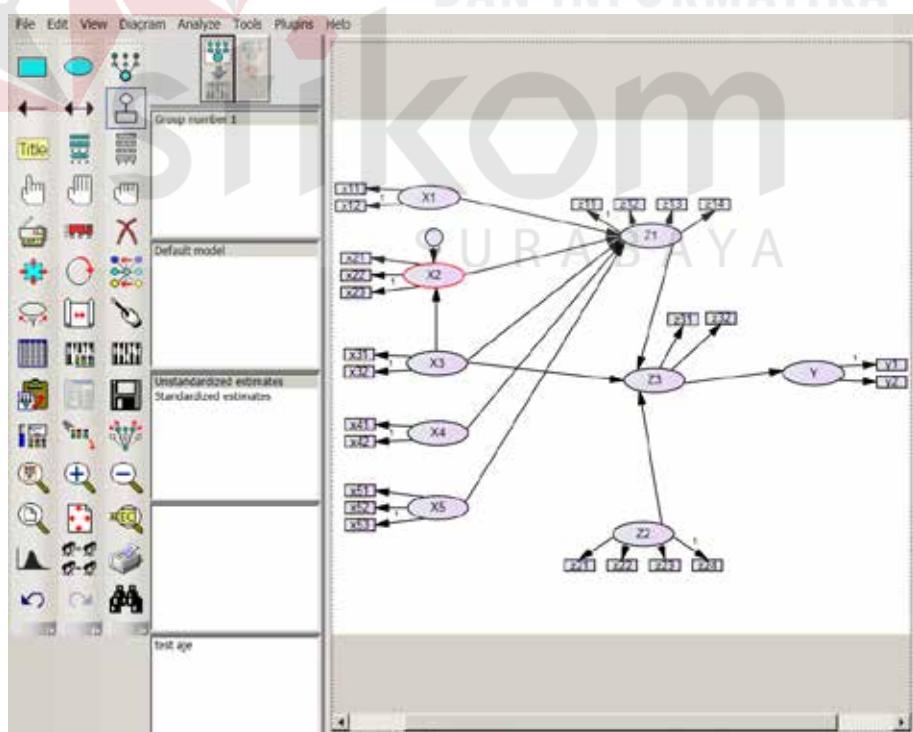


Gambar 3.16 Penambahan covarian

Langkah selanjutnya setelah penambahan covarian pada variabel adalah penambahan *error residual* dengan mengklik gambar *add unique variable to an existing variable* yang ada pada toolbar spss amos, lalu tambahkan variabel sesuai dengan yang disarankan oleh aplikasi amos seperti pada gambar 3.17 dan gambar 3.18

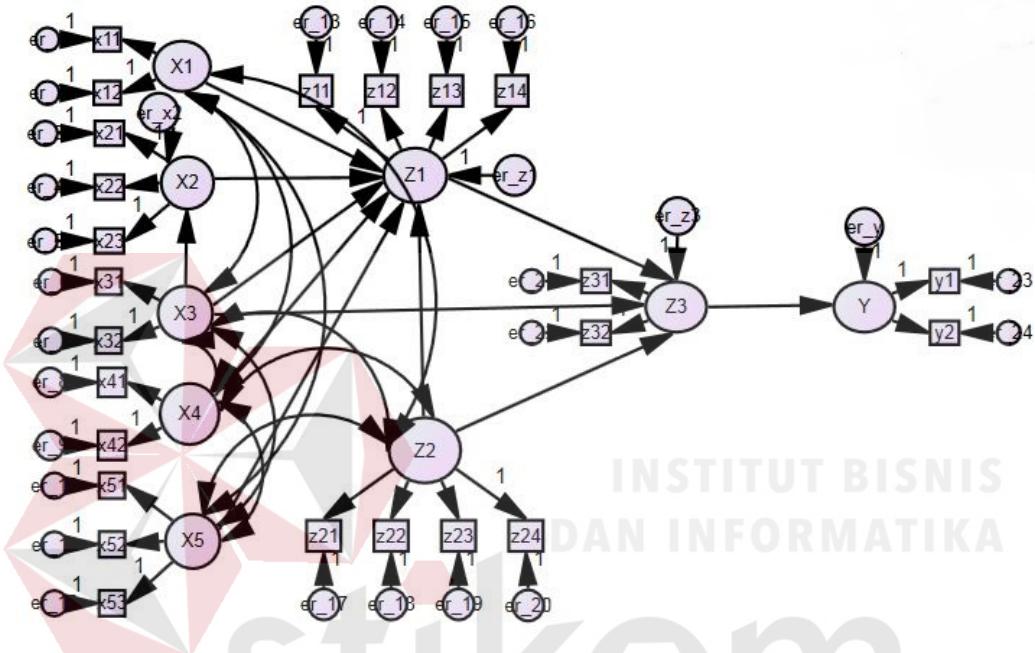


Gambar 3.17 menu *add unique variable to an existing variable*



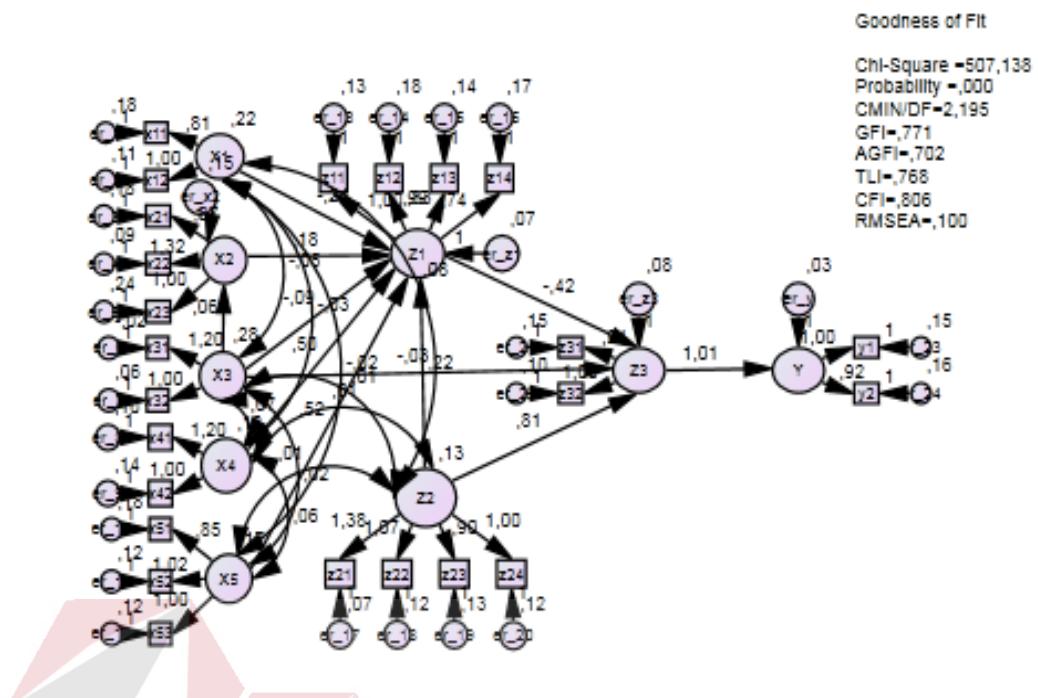
Gambar 3.18 penambahan *error residual*

Setelah melakukan tambahan *covarian* dan beberapa variabel *residual error* model sesuai yang ditunjukan oleh program, berikut adalah gambar model setelah dilakukan penambahan variable



Gambar 3.19 Model setelah penambahan covarian dan *error residual*

Langkah selanjutnya dengan melakukan proses *calculate estimates* yang ada pada menu *analyze* untuk memastikan model yang dibuat telah sesuai dengan yang ditunjukan oleh program maka akan akan menghasilkan seperti pada gambar 3.20

Gambar 3.20 Hasil model menampilkan *estimate*

#### F. Evaluasi Kriteria Goodness-of-fit

Pada langkah ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai criteria goodness-of-fit. Untuk itu tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Bila ini sudah dipenuhi, maka model dapat diuji melalui berbagai cara uji yang akan diuraikan pada bagian ini. Pertama-tama akan diuraikan disini mengenai evaluasi atas asumsi-asumsi SEM yang harus dipenuhi.

##### F.1 Asumsi-Asumsi SEM

Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan pemodelan SEM adalah sebagai berikut:

### F.1.1 Ukuran sampel

Ukuran sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena metode dan analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), maka ukuran sampel harus memenuhi ukuran sampel minimal untuk penerapan model SEM. Secara umum, ukuran sampel minimal untuk analisis SEM adalah 100 sampai 200. Dalam hal ini sampel yang akan digunakan adalah 120 orang

### F.1.2 Normalitas

Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih *Assessment of normality* pada tabel yang muncul seperti pada gambar 3.21 maka akan menampilkan nilai normalitas dari setiap variabel kuisioner

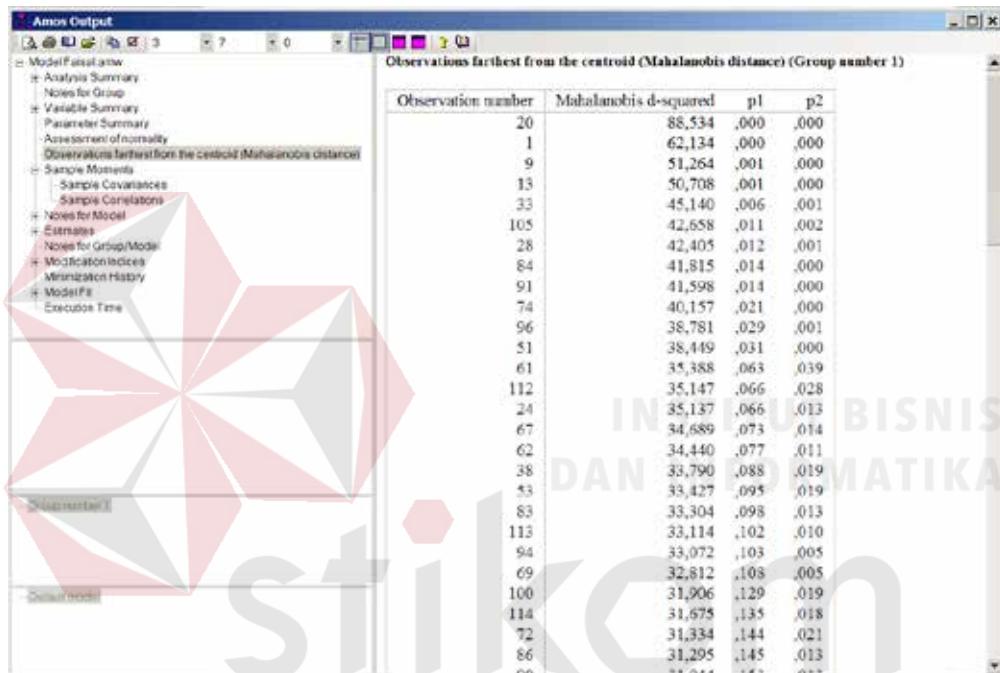
INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
y2	3,000	5,000	,269	1,202	-,681	-1,524
y1	3,000	5,000	,110	,491	-,446	-,998
z31	3,000	5,000	-,011	-,049	-,006	-,013
z32	3,000	5,000	-,089	-,399	,096	,214
z21	2,000	5,000	-,245	-1,094	-,049	-,110
z22	3,000	5,000	-,244	-1,093	,228	,509
z23	3,000	5,000	-,187	-,837	1,078	2,411
z24	2,000	5,000	-,578	-2,583	2,110	4,718
z14	3,000	5,000	-,198	-,884	-,164	-,366
z13	3,000	5,000	-,165	-,738	-,644	-1,439
z12	2,000	5,000	-,166	-,743	-,098	-,220
z11	2,000	5,000	-,185	-,827	-,163	-,365
x51	2,000	5,000	-,376	-1,680	1,104	2,468
x52	2,000	5,000	-,400	-1,787	1,073	2,400
x53	3,000	5,000	-,122	-,545	-,044	-,098
x41	3,000	5,000	-,122	-,545	-,044	-,098
x42	3,000	5,000	-,201	-,899	,054	,121
x31	2,000	5,000	-,305	-1,363	,433	,968
x32	2,000	5,000	-,222	-,993	,437	,978
x11	3,000	5,000	-,010	-,045	,075	,167
x12	3,000	5,000	-,004	-,019	-,079	-,178
x21	3,000	5,000	-,029	-,129	-,639	-1,429
x22	3,000	5,000	,092	,412	-,404	-,904
x23	2,000	5,000	,100	,447	-,388	-,868

Gambar 3.21 Nilai normalitas pada amos

### F.1.3 Outliers

Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih *Observations farthest from centroid(mahalanobis distance)* pada tabel yang muncul seperti pada gambar 3.22 maka akan menampilkan nilai *outliers* dari setiap jawaban responden pada kuisioner



Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
20	88,534	,000	,000
1	62,134	,000	,000
9	51,264	,001	,000
13	50,708	,001	,000
33	45,140	,006	,001
105	42,658	,011	,002
28	42,405	,012	,001
84	41,815	,014	,000
91	41,598	,014	,000
74	40,157	,021	,000
96	38,781	,029	,001
51	38,449	,031	,000
61	35,388	,063	,039
112	35,147	,066	,028
24	35,137	,066	,013
67	34,689	,073	,014
62	34,440	,077	,011
38	33,790	,088	,019
53	33,427	,095	,019
83	33,304	,098	,013
113	33,114	,102	,010
94	33,072	,103	,005
69	32,812	,108	,005
100	31,906	,129	,019
114	31,675	,135	,018
72	31,334	,144	,021
86	31,295	,145	,013
60	31,295	,145	,013

Gambar 3.22 Nilai outliers pada amos

### F.1.4 Linearitas

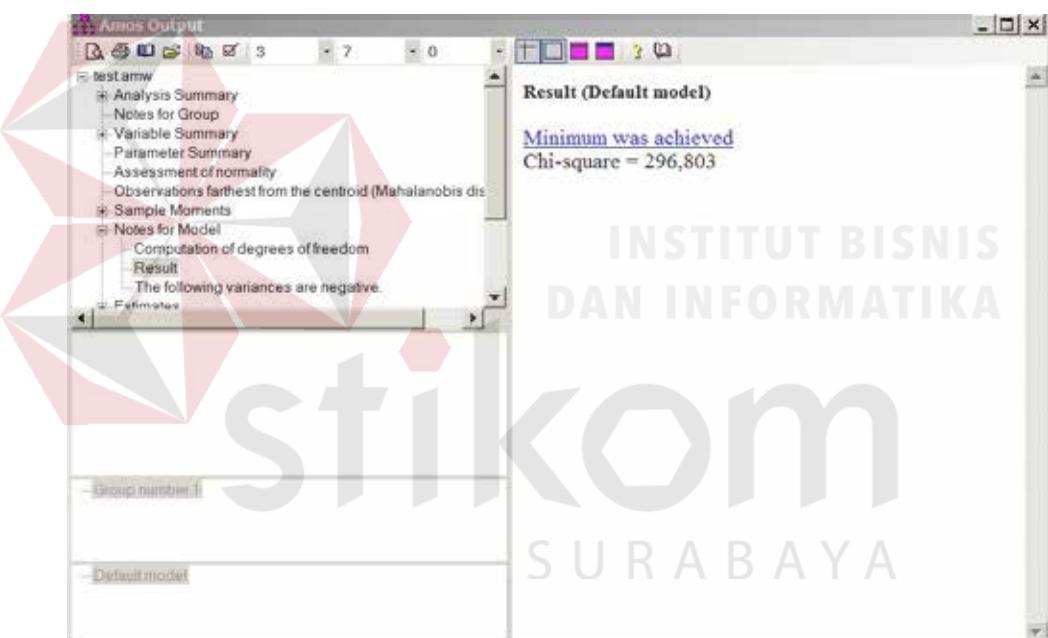
Linearitas adalah bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan hubungan yang linear atau tidak dapat menggunakan cara dengan membandingkan nilai signifikansi Linearity dengan signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.

## F.2 Uji Keabsahan & Uji Statistik

Berikut ini disajikan beberapa indeks kesesuaian dan *cut off value*-nya untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak

### F.2.1 $\chi^2$ -Chi Square Statistic

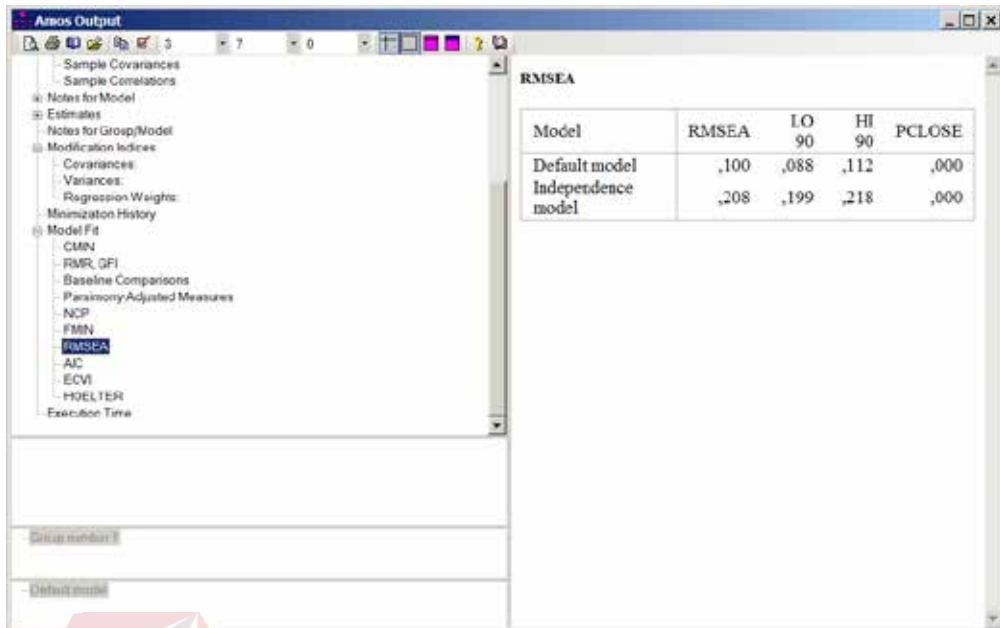
Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih *result* yang berada pada tabel *notes for model* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.23.



Gambar 3.23 Nilai Chi Square pada amos

### F.2.2 RMSEA – The Root Mean Square Error of Approximation

Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih RMSEA yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.24.

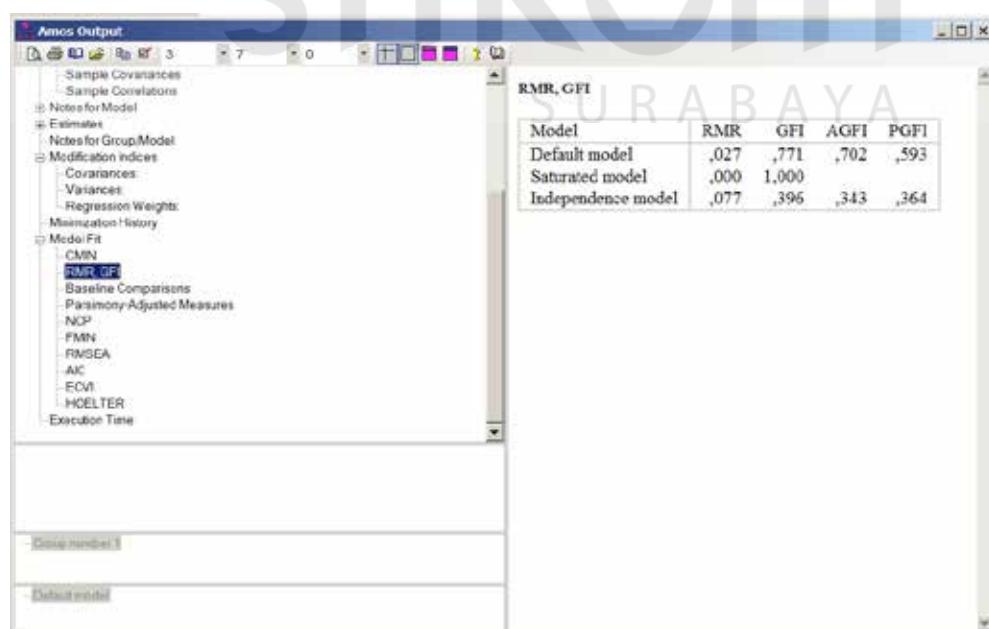


Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,100	,088	,112	,000
Independence model	,208	,199	,218	,000

Gambar 3.24 Nilai RMSEA pada amos

### F.2.3 GFI – *Goodness of Fit Index*

Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih RMR, GFI yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.25.

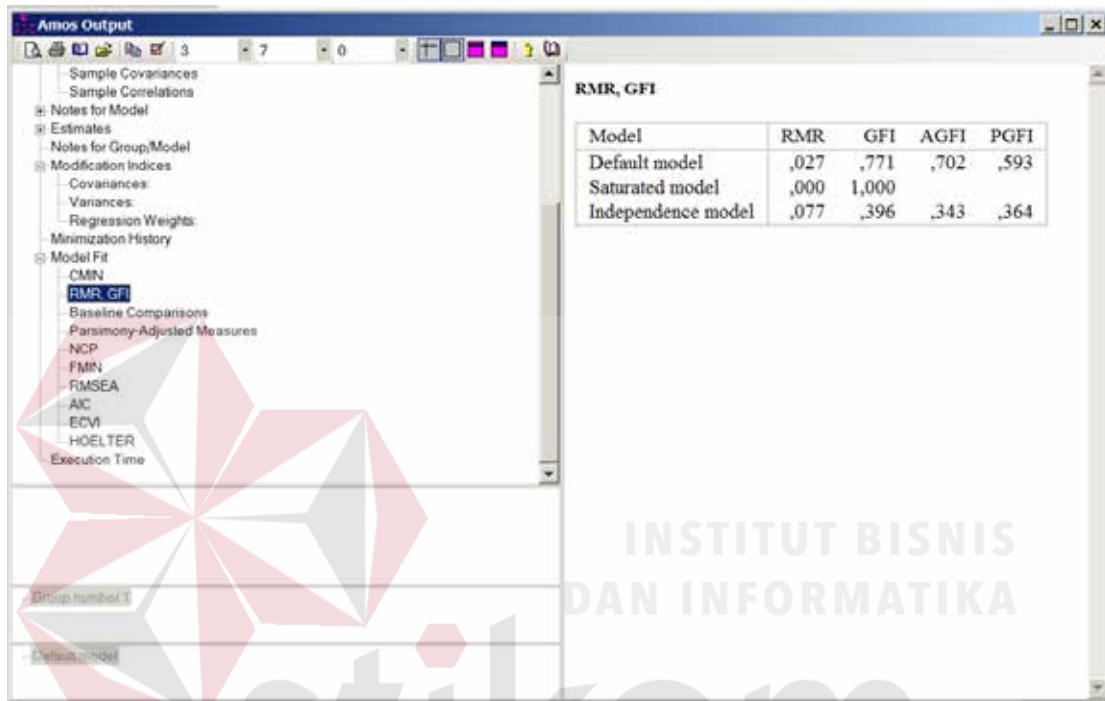


Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,027	,771	,702	,593
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,077	,396	,343	,364

Gambar 3.25 Nilai GFI pada amos

#### F.2.4 AGFI – *Adjusted Goodness of Fit Index*

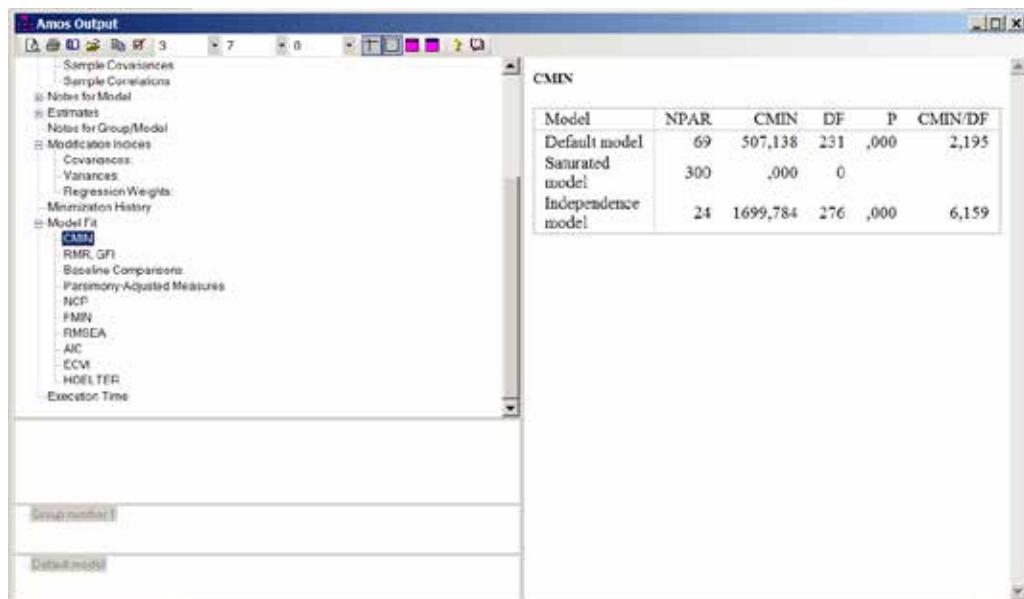
Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih RMIR, GFI yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.26.



Gambar 3.26 AGFI pada amos

#### F.2.5 CMIN/DF

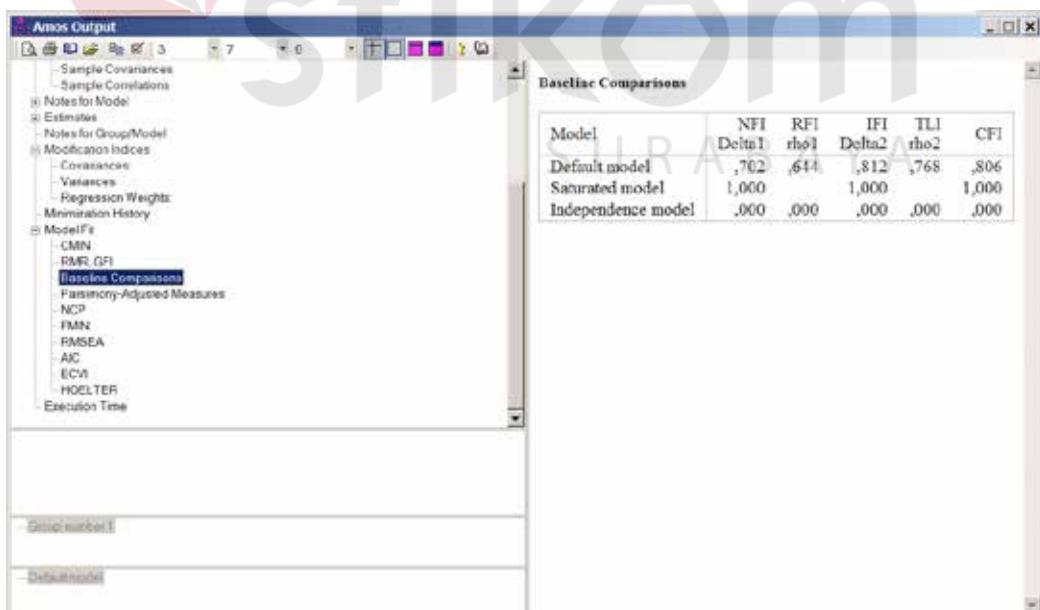
Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih CMIN yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.27.



Gambar 3.27 Nilai CMIN pada amos

### F.2.6 TLI – *Tucker Lewis Index*

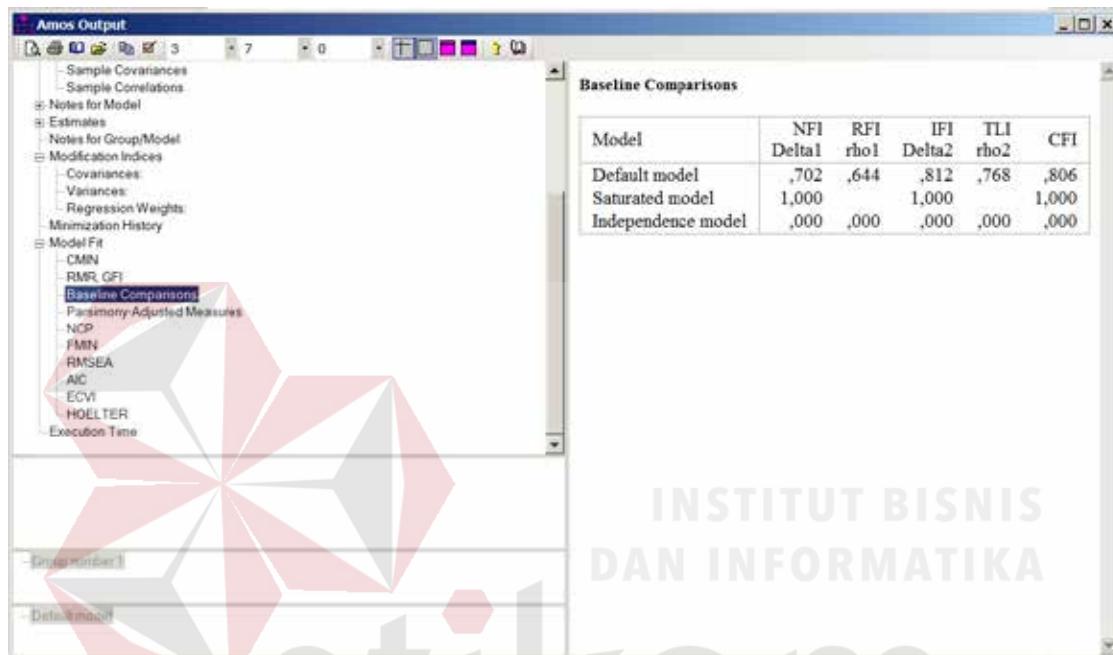
Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih *Baseline Comparison* yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.28.



Gambar 3.28 Nilai TLI pada amos

### F.2.7 CFI – Comparative Fit Index

Tahapan ini dapat dilakukan dengan memilih menu *view data* pada program amos lalu pilih *Baseline Comparison* yang berada pada tabel *model fit* lalu akan muncul nilai tersebut seperti pada gambar 3.29.



Gambar 3.29 Nilai CFI pada amos

Setelah uji keabsahan dan uji Statistik dilakukan, maka proses selanjutnya yaitu dibandingkan antara hasil masing-masing kriteria dengan tabel 3.3 sebagai acuan *Goodness of Fit Index*.

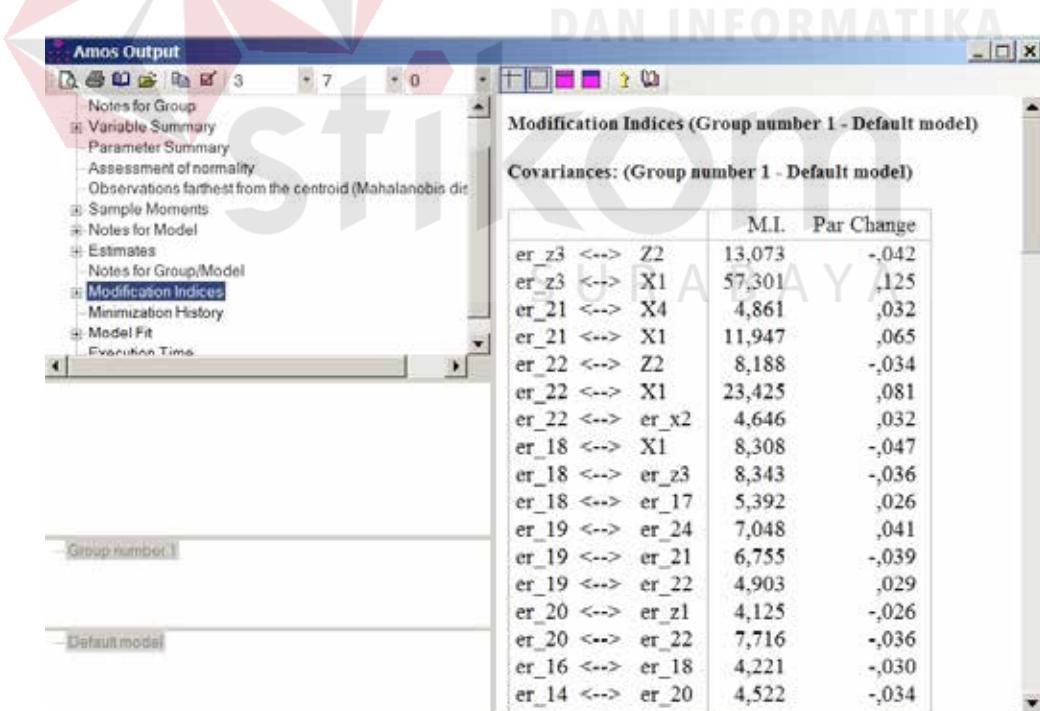
Tabel 3.3 Kriteria *Goodness of Fit Index*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
<i>X<sup>2</sup> - Chi Square</i>	Diharapkan kecil
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>CMIND/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
<i>CFI</i>	$\geq 0,94$

Apabila kriteria telah terpenuhi maka model tersebut telah dinyatakan baik (*fit*), apabila banyak kriteria yang belum terpenuhi maka dilakukan langkah selanjutnya

#### G. Interpretasi dan Modifikasi Model

Pada tahapan ini pada program amos dapat dilakukan dengan melihat tabel *modification indices* seperti yang ada pada gambar 3.30, tabel *modification indices* bisa digunakan untuk mengurangi nilai yang tidak sesuai pada kriteria *goodness of fit*, yaitu dengan menambahkan *covarian* sesuai dengan nilai tabel terbesar yang ada pada *modification indices*, dalam hal ini jika nilai modifikasi indeks diatas 20 akan dipilih untuk modifikasi.



Amos Output

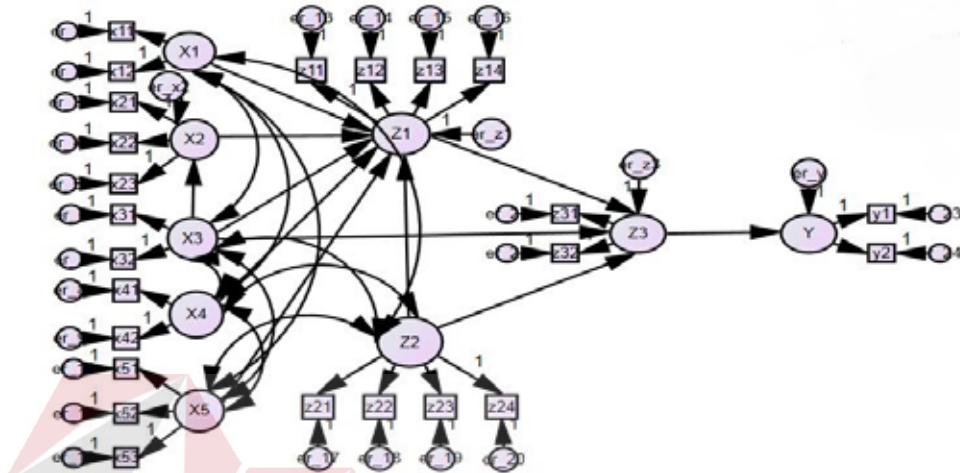
Modification Indices (Group number 1 - Default model)

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
er_z3 <-> Z2	13,073	-,042
er_z3 <-> X1	57,301	,125
er_21 <-> X4	4,861	,032
er_21 <-> X1	11,947	,065
er_22 <-> Z2	8,188	-,034
er_22 <-> X1	23,425	,081
er_22 <-> er_x2	4,646	,032
er_18 <-> X1	8,308	-,047
er_18 <-> er_z3	8,343	-,036
er_18 <-> er_17	5,392	,026
er_19 <-> er_24	7,048	,041
er_19 <-> er_21	6,755	-,039
er_19 <-> er_22	4,903	,029
er_20 <-> er_z1	4,125	-,026
er_20 <-> er_22	7,716	-,036
er_16 <-> er_18	4,221	-,030
er_14 <-> er_20	4,522	-,034

Gambar 3.30 nilai *modification indices*

Modifikasi dilakukan dengan melakukan penambahan hubungan antar variabel dengan menggunakan covarian yang ada pada tabel modifikasi indeks pada amos seperti gambar 3.31 berikut:



Gambar 3.31 Model setelah modifikasi

Setelah dilakukan modifikasi apabila criteria yang dihasilkan telah terpenuhi maka model tersebut telah dinyatakan baik (*fit*) apabila banyak kriteria yang telah terpenuhi, jika setelah dilakukan modifikasi hasil model masih belum baik(*fit*) maka perlu dilakukan kembali modifikasi model dengan melihat nilai modifikasi yang lebih kecil dari pemilihan sebelumnya

### 3.4 Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini, akan dilakukan perhitungan untuk menentukan seberapa besar penerimaan aplikasi *website* Raja Duren dengan melihat hasil perhitungan dari SEM AMOS yaitu melalui pengaruh langsung maupun tidak langsung yang memiliki kontribusi paling besar terhadap *user behavior*, serta penentuan perhitungan variabel laten

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

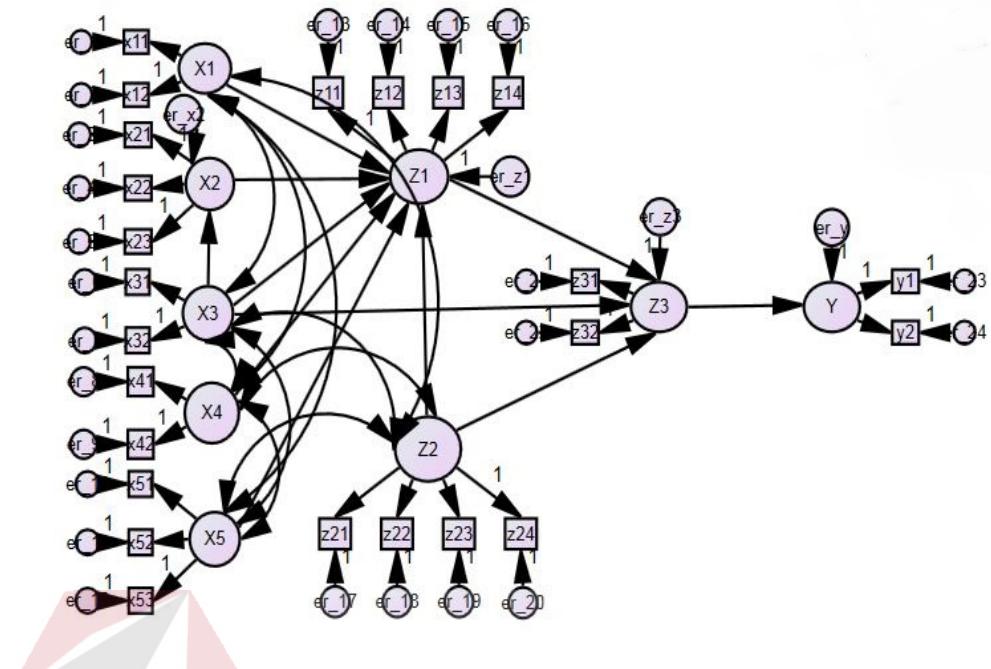
#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Setelah melakukan wawancara pada pihak Raja Duren menunjukan adanya penurunan penjualan online yang didukung dengan data traffic kunjungan ke website Raja Duren yang juga menurun, dengan adanya penurunan jumlah pengunjung pada *website* Raja Duren, maka pihak manajemen juga merasakan hasil penjualan yang berkurang. Hal tersebut terjadi karena *website* Raja Duren memiliki kontribusi penjualan online sebesar 15-20% dari total penjualan pada setiap bulannya

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka Raja Duren membutuhkan sebuah analisis terhadap penerimaan aplikasi *website* Raja Duren. Untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi terhadap perilaku pengguna *website* menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Ttechnology Acceptance Model* (TAM) merupakan model penelitian yang pada umumnya digunakan untuk meneliti penerimaan teknologi informasi.

#### 4.2 Model Konseptual

Setelah pembuatan model konseptual berikut adalah hasil model yang akan digunakan untuk penelitian ini menggunakan aplikasi SEM AMOS pada gambar 4.1:



Gambar 4.1 Model konseptual menggunakan SEM AMOS

Pada model yang telah dihasilkan seperti pada gambar 4.1, tidak bisa langsung digunakan untuk penelitian selanjutnya harus dilakukan pengukuran terhadap model serta struktural parameter-parameternya diestimasi secara bersama-sama. Model yang telah dibuat harus memenuhi tuntutan fit model oleh karena itu harus memenuhi kriteria yang telah ada lalu selanjutnya diestimasi secara bersama-sama (*One Step Approach to SEM*). *One step approach to SEM* digunakan apabila model diyakini bahwa dilandasi teori yang kuat serta validitas & reliabilitas data sangat baik.

### 4.3 Kuesioner

Setelah menyusun indikator dan variabel, berikut adalah kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini

Tabel 4.1 Kuesioner penelitian

Variabel	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
<i>Job relevance</i>	website raja duren mempermudah saya dalam memesan makanan (untuk rapat,dll)					
	website raja duren membantu pekerjaan saya (terkait dengan pekerjaan saya)					
<i>Image</i>	Keluarga saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren					
	Rekan saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren					
	Mengakses website Raja Duren baik bagi saya					
<i>Subjective Norm</i>	Rekan-rekan menganjurkan saya untuk mengakses website Raja Duren					
	Keluarga saya menganjurkan saya untuk mengakses website Raja Duren					
<i>Output Quality</i>	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren <i>up to date</i>					
	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat					
<i>Result Demonstrability</i>	Saya tidak memiliki kesulitan untuk memberitahu orang lain tentang cara mengakses website Raja Duren					
	Saya percaya komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren kepada pelanggannya melalui website dapat berjalan dengan baik					
	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menjelaskan manfaat website Raja Duren					

Variabel	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
<i>Perceived Usefulness</i>	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan cepat					
	Website Raja Duren menghemat waktu saya dalam mencari informasi					
	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan mudah					
	Website Raja Duren berguna bagi saya					
<i>Perceived Ease of Use</i>	Website Raja Duren mudah dipelajari					
	Interaksi saya dengan website Raja Duren mudah dipahami					
	Penggunaan Website Raja Duren mudah dipahami					
	Website Raja Duren mudah menemukan sesuatu yang dicari					
<i>Intention to Use</i>	Saya berniat untuk mengakses website Raja Duren.					
	Saya berniat mengajak orang lain untuk mengakses website Raja Duren					
<i>Usage behavior</i>	Saya sering mengakses website Raja Duren					
	Saya sering berlama-lama mengakses website Raja Duren					

#### Appendix 1. TAM2 Measurement Scales and Reliabilities

Intention to Use	Assuming I have access to the system, I intend to use it. Given that I have access to the system, I predict that I would use it.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.82 to 0.97 across studies and time periods)
Perceived Usefulness	Using the system improves my performance in my job. Using the system in my job increases my productivity. Using the system enhances my effectiveness in my job. I find the system to be useful in my job.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.87 to 0.98 across studies and time periods)
Perceived Ease of Use	My interaction with the system is clear and understandable. Interacting with the system does not require a lot of my mental effort. I find the system to be easy to use. I find it easy to get the system to do what I want it to do.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.88 to 0.98 across studies and time periods)
Subjective Norm	People who influence my behavior think that I should use the system. People who are important to me think that I should use the system.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.81 to 0.94 across studies and time periods)
Voluntariness	My use of the system is voluntary. My supervisor does not require me to use the system. Although it might be helpful, using the system is certainly not compulsory in my job.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.82 to 0.91 across studies and time periods)
Image	People in my organization who use the system have more prestige than those who do not. People in my organization who use the system have a high profile. Having the system is a status symbol in my organization.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.80 to 0.93 across studies and time periods)
Job Relevance	In my job, usage of the system is important. In my job, usage of the system is relevant.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.80 to 0.95 across studies and time periods)
Output Quality	The quality of the output I get from the system is high. I have no problem with the quality of the system's output.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.82 to 0.98 across studies and time periods)
Result Demonstrability	I have no difficulty telling others about the results of using the system. I believe I could communicate to others the consequences of using the system.	(Cronbach's $\alpha$ ranged from 0.80 to 0.97 across studies and time periods)
	The results of using the system are apparent to me. I would have difficulty explaining why using the system may or may not be beneficial.	

Gambar 4.2 Variabel dan Indikator

Berdasarkan gambar 4.2 dan tabel 4.1, penelitian ini ada beberapa variabel yang tidak digunakan yaitu *experience* dan *voluntariness* hal ini disebabkan variabel tersebut berguna untuk mengetahui apakah penggunaan sistem tersebut berbentuk wajib (*mandatory*) atau secara sukarela (*voluntariness*) dan *experience* untuk mengetahui responden harus pernah menggunakan sistem ini sebelumnya, sedangkan pada penelitian ini penggunaan sistem berbentuk wajib (*mandatory*) digunakan untuk melakukan pemesanan online dan penggunaan sistem tidak harus berfokus hanya kepada pelanggan yang pernah menggunakan sistem saja.

#### 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengukuran validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen yang digunakan sudah valid dan reliabel

#### 4.4.1 Pengujian Validitas Konstruk

Hasil uji validitas konstruk pada variabel *job relevance* (X1), *image* (X2), *subjective norm* (X3), *output quality* (X4), *result demonstrability* (X5), *perceived usefulness* (Z1), *perceived ease of use* (Z2), *intention to use* (Z3) dan *usage behavior* (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.2 Pengujian Validitas Konstruk

		TOTAL		TOTAL		TOTAL		
<b>x11</b>	Pearson Correlation	0,416644	<b>x51</b>	Pearson Correlation	0,341091	<b>z23</b>	Pearson Correlation	0,511991
	Sig. (2-tailed)	2,21E-06		Sig. (2-tailed)	0,000138		Sig. (2-tailed)	2,27E-09
	N	120		N	120		N	120
<b>x12</b>	Pearson Correlation	0,386358	<b>x52</b>	Pearson Correlation	0,330939	<b>z24</b>	Pearson Correlation	0,477736
	Sig. (2-tailed)	1,31E-05		Sig. (2-tailed)	0,000223		Sig. (2-tailed)	3,44E-08
	N	120		N	120		N	120
<b>x21</b>	Pearson Correlation	0,187277	<b>x53</b>	Pearson Correlation	0,384693	<b>z31</b>	Pearson Correlation	0,468941
	Sig. (2-tailed)	0,04054		Sig. (2-tailed)	1,44E-05		Sig. (2-tailed)	6,59E-08
	N	120		N	120		N	120
<b>x22</b>	Pearson Correlation	0,274237	<b>z11</b>	Pearson Correlation	0,528599	<b>z32</b>	Pearson Correlation	0,360182
	Sig. (2-tailed)	0,002437		Sig. (2-tailed)	5,45E-10		Sig. (2-tailed)	5,33E-05
	N	120		N	120		N	120
<b>x23</b>	Pearson Correlation	0,31233	<b>z12</b>	Pearson Correlation	0,38348	<b>y1</b>	Pearson Correlation	0,382424
	Sig. (2-tailed)	0,000515		Sig. (2-tailed)	1,54E-05		Sig. (2-tailed)	1,63E-05
	N	120		N	120		N	120
<b>x31</b>	Pearson Correlation	0,365647	<b>z13</b>	Pearson Correlation	0,359849	<b>y2</b>	Pearson Correlation	0,427276
	Sig. (2-tailed)	4,01E-05		Sig. (2-tailed)	5,42E-05		Sig. (2-tailed)	1,13E-06
	N	120		N	120		N	120
<b>x32</b>	Pearson Correlation	0,365923	<b>z14</b>	Pearson Correlation	0,33205			
	Sig. (2-tailed)	3,96E-05		Sig. (2-tailed)	0,000211			
	N	120		N	120			
<b>x41</b>	Pearson Correlation	0,414468	<b>z21</b>	Pearson Correlation	0,592047			
	Sig. (2-tailed)	2,52E-06		Sig. (2-tailed)	1,07E-12			
	N	120		N	120			
<b>x42</b>	Pearson Correlation	0,353376	<b>z22</b>	Pearson Correlation	0,423654			
	Sig. (2-tailed)	7,53E-05		Sig. (2-tailed)	1,43E-06			
	N	120		N	120			

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua indikator penelitian memiliki nilai CR (pearson correlation) dengan nilai tingkat signifikansinya lebih dari 0,05 (5%) atau batasan r tabel dengan n = 120 maka di dapat r tabel sebesar 0,176. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Dengan demikian indikator-indikator dari setiap konstruk yang terdiri dari variabel *job relevance*

(X1), *image* (X2), *subjective norm* (X3), *output quality* (X4), *result demonstrability* (X5), *perceived usefulness* (Z1), *perceived ease of use* (Z2), *intention to use* (Z3) dan *usage behavior* (Y) telah valid untuk digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.4.2 pengujian Reliabilitas konstruk

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat konsistensi variabel yang diamati. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*, dimana nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan harus lebih besar daripada 0,6. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS for windows version 20.0.

Tabel 4.3 Pengujian *Reliability Construct*

Konstruk	Cronbach alpha	Keterangan
<i>Job Relevance</i>	0,704	<i>Reliabel</i>
<i>Image</i>	0,743	<i>Reliabel</i>
<i>Subjective Norm</i>	0,965	<i>Reliabel</i>
<i>Output Quality</i>	0,713	<i>Reliabel</i>
<i>Result Demonstrability</i>	0,766	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Usefulness</i>	0,805	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,842	<i>Reliabel</i>
<i>Intention to Use</i>	0,749	<i>Reliabel</i>
<i>Usage Behavior</i>	0,726	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing konstruk adalah *job relevance* (X1) sebesar 0,704, *image* (X2) sebesar 0,743, *subjective norm* (X3) sebesar 0,965, *output quality* (X4) sebesar 0,713, *result demonstrability* (X5) sebesar 0,766, *perceived usefulness* (Z1) sebesar 0,805, *perceived ease of use* (Z2) sebesar 0,842, *intention to use* (Z3) sebesar 0,749, dan *usage behavior* (Y) sebesar 0,726. Dengan demikian, masing-masing

variabel memperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga pernyataan yang terdapat di dalam konstruk *job relevance* (X1), *image* (X2), *subjective norm* (X3), *output quality* (X4), *result demonstrability* (X5), *perceived usefulness* (Z1), *perceived ease of use* (Z2), *intention to use* (Z3) dan *usage behavior* (Y) dinyatakan reliabel.

Selain melakukan pengujian konsistensi internal *Cronbach's Alpha*, perlu juga dilakukan pengujian *construct reliability* dan *variance extracted*. Kedua pengujian tersebut masih termasuk uji konsistensi internal yang akan memberikan peneliti kepercayaan diri yang lebih besar bahwa indikator-indikator individual mengukur suatu pengukuran yang sama. Hasil pengujian *Construct Reliability* dan *Variance Extracted* dalam penelitian ini akan ditampilkan pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 *Construct Reliability & Variance Extracted*

<i>Konstrak</i>	<i>Indikator</i>	<i>Standardize Factor Loading</i>	<i>SFL Kuadrat</i>	<i>Error [ej]</i>	<i>Construct Reliability</i>	<i>Variance Extracted</i>
X1	X11	0,665	0,442	0,558	0,712	0,555
	X12	0,817	0,667	0,333		
X2	X21	0,626	0,392	0,608	0,753	0,511
	X22	0,864	0,746	0,254		
	X23	0,627	0,393	0,607		
X3	X31	1,032	1,065	-0,065	0,971	0,943
	X32	0,906	0,821	0,179		
X4	X41	0,802	0,643	0,357	0,717	0,560
	X42	0,691	0,477	0,523		
X5	X51	0,637	0,406	0,594	0,767	0,525
	X52	0,771	0,594	0,406		
	X53	0,759	0,576	0,424		
Z1	Z11	0,78	0,608	0,392	0,802	0,505
	Z12	0,723	0,523	0,477		
	Z13	0,702	0,493	0,507		
	Z14	0,63	0,397	0,603		
Z2	Z21	0,874	0,764	0,236	0,836	0,564
	Z22	0,745	0,555	0,445		
	Z23	0,658	0,433	0,567		

	Z24	0,71	0,504	0,496		
Z3	Z31	0,727	0,529	0,471	0,742	0,590
	Z32	0,807	0,651	0,349		
Y	Y1	0,776	0,602	0,398	0,728	0,572
	Y2	0,736	0,542	0,458		
<b>Batas Dapat Diterima</b>					<b><math>\geq 0,7</math></b>	<b><math>\geq 0,5</math></b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan reliabilitas dengan *construct reliability* dan *variance extracted* menunjukkan indikator yang digunakan reliabel, yang ditunjukkan dengan nilai *construct reliability* seluruhnya <sup>3</sup> 0,7, dan *variance extracted* yang diperoleh juga menunjukkan nilai diatas 0,5. Dengan demikian, seluruh instrumen yang digunakan pada penelitian ini telah reliabel.

#### 4.5 Deskriptif Hasil Analisis

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel.

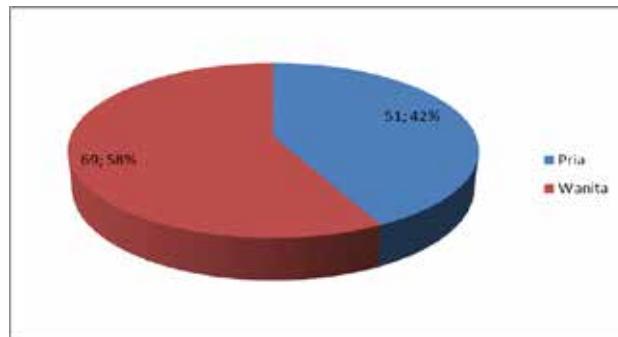
##### 4.5.1 Gambaran Karakteristik Responden

Kuesioner yang terkumpul sebanyak 120 lembar kuesioner. Selanjutnya 120 kuesioner tersebut dilakukan pengolahan data dan analisis sehingga diperoleh informasi baik mengenai karakteristik profil responden maupun mengenai distribusi jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan pada variabel penelitian. Adapun hasil olah data yang dilakukan dalam penelitian ini terkait dengan karakteristik responden dapat akan diuraikan sebagai berikut:

###### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden pria yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 51 orang atau sebesar 42% dari

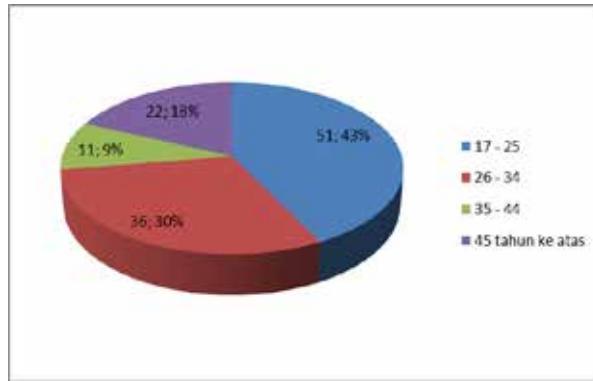
jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini. Kemudian untuk responden wanita berjumlah 69 orang atau sekitar 58%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden yang mengakses website Raja Duren didominasi oleh wanita.



Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden

## 2. Usia

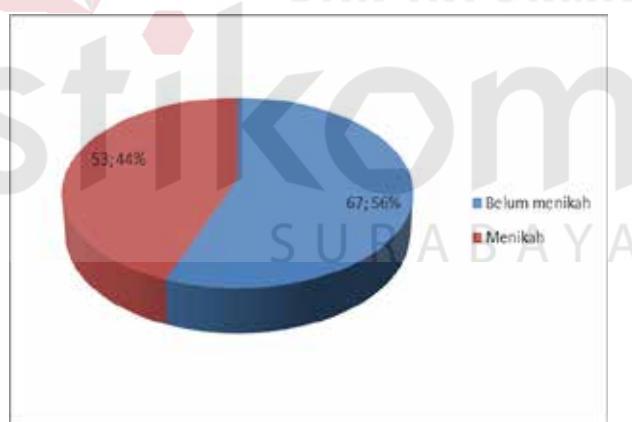
Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas usia dari responden yang terdapat dalam penelitian ini berusia 17 - 25 tahun yaitu sebanyak 51 orang atau 43% dari jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini. Kemudian jumlah terbanyak kedua adalah usia 26 – 34 tahun berjumlah 36 orang atau 30%, kemudian responden yang berusia 45 tahun ke atas sebanyak 22 orang atau sekitar 18% dan responden yang berusia 35 – 44 tahun sebanyak 11 orang atau hanya 9% dari total keseluruhan responden dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang mengakses website Raja Duren adalah responden dengan rentang usia 17 – 25 tahun.



Gambar 4.4 Usia Responden

### 3. Status

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan status responden dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi menikah dan belum menikah. Responden yang berstatus belum menikah memiliki prosentase paling besar yaitu 56% (67 orang), sementara responden yang berstatus menikah memiliki prosentase sebesar 44% (53 orang).

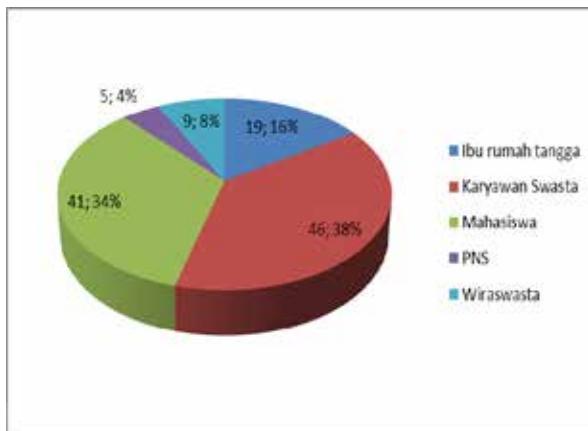


Gambar 4.5 Status Responden

### 4. Pekerjaan

Berdasarkan gambar 4.6 maka dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden yang paling dominan adalah karyawan swasta dengan jumlah sebanyak 46 orang atau sekitar 38% dari total keseluruhan responden dalam penelitian ini. Kemudian ada yang berstatus mahasiswa sebanyak 41 orang

(34%), ibu rumah tangga sebanyak 19 orang (16%), wiraswasta sebanyak 9 orang (8%), dan PNS sebanyak 5 orang (4%) .



Gambar 4.6 Pekerjaan Responden

#### 4.5.2 Analisis Deskripsi Jawaban Responden

Langkah analisis deskriptif dilakukan guna untuk memperoleh gambaran jawaban secara keseluruhan dari semua responden. Analisis ini akan dilakukan pada konstruk-konstruksi yang telah digunakan dalam penelitian ini yaitu *job relevance*, *image*, *subjective norm*, *output quality*, *result demonstrability*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *intention to use*, dan *usage behavior*.

Berikut adalah hasil pengolahan data terkait dengan konstruksi tersebut.

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel *Job Relevance*, *Image*, *subjective Norm*, *Output Quality*, dan *Result Demonstrability*

Kode Pertanyaan	Pilihan Jawaban					Mean
	STS	TS	KS	S	SS	
X11	0	0	23	81	16	3,94
X12	0	0	28	79	13	3,88
<b>Total Job Relevance</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>51</b>	<b>160</b>	<b>29</b>	<b>3,91</b>
X21	0	0	42	73	5	3,69
X22	0	0	35	73	12	3,81
X23	0	1	43	66	10	3,71
<b>Total Image</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>120</b>	<b>212</b>	<b>27</b>	<b>3,74</b>

Kode Pertanyaan	Pilihan Jawaban					Mean
	STS	TS	KS	S	SS	
X31	0	2	28	77	13	3,84
X32	0	1	26	80	13	3,88
<b>Total Subjective Norm</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>54</b>	<b>157</b>	<b>26</b>	<b>3,86</b>
X41	0	0	31	81	8	3,81
X42	0	0	30	83	7	3,81
<b>Total Output Quality</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>61</b>	<b>164</b>	<b>15</b>	<b>3,81</b>
X51	0	1	22	86	11	3,89
X52	0	1	23	86	10	3,87
X53	0	0	31	81	8	3,81
<b>Total Result Demonstrability</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>76</b>	<b>253</b>	<b>29</b>	<b>3,86</b>
<b>Total keseluruhan</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>362</b>	<b>946</b>	<b>126</b>	<b>3,83</b>

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas menunjukkan total keseluruhan distribusi jawaban responden berada pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang setuju terhadap *Job Relevance, Image, subjective Norm, Output Quality*, dan *Result Demonstrability*. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *job relevance* berarti responden menganggap bahwa mengakses website Raja Duren karena sesuai dengan kesukaan responden yang menyukai durian dan merupakan pelanggan Raja Duren. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *image* berarti responden menganggap bahwa website Raja Duren identik dengan responden. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *subjective norm* berarti responden menganggap bahwa website Raja Duren mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi dan rekan responden menganjurkan untuk mengakses website Raja Duren. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *output quality* berarti responden menganggap bahwa informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat dan *up to date*. Sementara tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *result*

*demonstrability* berarti responden tidak mengalami kesulitan ketika akan menunjukkan kepada orang lain cara mengakses website Raja Duren.

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*

Kode Pertanyaan	Pilihan Jawaban					Mean
	STS	TS	KS	S	SS	
Z11	0	1	39	74	6	3,71
Z12	0	2	41	70	7	3,68
Z13	0	0	40	76	4	3,70
Z14	0	0	33	81	6	3,78
<b>Total Perceived Usefulness</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>153</b>	<b>301</b>	<b>23</b>	<b>3,72</b>
Z21	0	1	37	76	6	3,73
Z22	0	0	28	85	7	3,83
Z23	0	0	19	91	10	3,93
Z24	0	1	18	92	9	3,91
<b>Total Perceived Ease of Use</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>102</b>	<b>344</b>	<b>32</b>	<b>3,85</b>
<b>Total Keseluruhan</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>255</b>	<b>645</b>	<b>55</b>	<b>3,78</b>

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas menunjukkan total keseluruhan distribusi jawaban responden berada pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang setuju terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *perceived usefulness* berarti responden percaya bahwa website Raja Duren dapat meningkatkan kinerja dalam mendapatkan informasi. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *perceived ease of use* berarti responden menganggap bahwa website Raja Duren mudah dipahami dan dipelajari.

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel *Intention to Use* dan *Usage Behavior*

Kode Pertanyaan	Pilihan Jawaban					Mean
	STS	TS	KS	S	SS	
Z31	0	0	26	80	14	3,90

Kode Pertanyaan	Pilihan Jawaban					Mean
	STS	TS	KS	S	SS	
Z32	0	0	28	82	10	3,85
<b>Total Intention to Use</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>162</b>	<b>24</b>	<b>3,87</b>
Y1	0	0	35	72	13	3,82
Y2	0	0	49	64	7	3,65
<b>Total Usage Behavior</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>84</b>	<b>136</b>	<b>20</b>	<b>3,73</b>
<b>Total Keseluruhan</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>138</b>	<b>298</b>	<b>44</b>	<b>3,80</b>

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa total keseluruhan distribusi jawaban responden berada pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang setuju terhadap *intention to use* dan *usage behavior*. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap *intention to use* berarti responden memiliki niat untuk mengakses website Raja Duren serta ingin mengajak orang lain untuk mengakses website Raja Duren. Tanggapan responden yang mayoritas setuju terhadap variabel *usage behavior* berarti responden sering dalam mengakses website Raja Duren serta memiliki durasi yang lama dalam mengakses website Raja Duren.

#### 4.6 Uji asumsi model SEM

Pada evaluasi *inner model* dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai evaluasi koefisien jalur, hasil uji *goodness-of-fit* dan uji hipotesis.

##### 4.6.1 Uji Normalitas

Bila nilai-Z lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi data adalah tidak normal. Nilai kritis dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 0,01 (1%) yaitu sebesar  $\pm 2,58$ .

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Normalitas

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
y2	3,000	5,000	,269	1,202	-,681	-1,524

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
y1	3,000	5,000	,110	,491	-,446	-,998
z31	3,000	5,000	-,011	-,049	-,006	-,013
z32	3,000	5,000	-,089	-,399	,096	,214
z21	2,000	5,000	-,245	-1,094	-,049	-,110
z22	3,000	5,000	-,244	-1,093	,228	,509
z23	3,000	5,000	-,187	-,837	1,078	2,411
z24	2,000	5,000	-,578	-2,583	2,110	4,718
z14	3,000	5,000	-,198	-,884	-,164	-,366
z13	3,000	5,000	-,165	-,738	-,644	-1,439
z12	2,000	5,000	-,166	-,743	-,098	-,220
z11	2,000	5,000	-,185	-,827	-,163	-,365
x51	2,000	5,000	-,376	-1,680	1,104	2,468
x52	2,000	5,000	-,400	-1,787	1,073	2,400
x53	3,000	5,000	-,122	-,545	-,044	-,098
x41	3,000	5,000	-,122	-,545	-,044	-,098
x42	3,000	5,000	-,201	-,899	,054	,121
x31	2,000	5,000	-,305	-1,363	,433	,968
x32	2,000	5,000	-,222	-,993	,437	,978
x11	3,000	5,000	-,010	-,045	,075	,167
x12	3,000	5,000	-,004	-,019	-,079	-,178
x21	3,000	5,000	-,029	-,129	-,639	-1,429
x22	3,000	5,000	,092	,412	-,404	-,904
x23	2,000	5,000	,100	,447	-,388	-,868

Berdasarkan hasil uji yang ada dalam tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai c.r. yang berada diantara skew dan kurtosis tidak melebihi dari nilai  $\pm 2,58$  sehingga dapat diartikan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

#### 4.6.2 Uji Outliers

Evaluasi atas outliers dapat dilihat dari jarak Mahalonobis pada hasil output program AMOS. Bila *Mahalonobis d-Squared* ada yang lebih besar dari nilai *Chi-square* dengan derajat bebas sebesar jumlah variabel pada tingkat signifikansi 0,001 maka data tersebut menunjukkan adanya outliers dan

sebaliknya (Waluyo, 2011). Besarnya *chi-square* dengan df 120 = 173,6. Nilai-nilai pada *Mahalonobis d-Squared* dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.9 Hasil Uji *Outlier*

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
20	88,534	,000	,000
1	62,134	,000	,000
9	51,264	,001	,000
13	50,708	,001	,000
33	45,140	,006	,001
105	42,658	,011	,002
28	42,405	,012	,001
84	41,815	,014	,000
91	41,598	,014	,000
74	40,157	,021	,000
96	38,781	,029	,001
51	38,449	,031	,000
61	35,388	,063	,039
112	35,147	,066	,028
24	35,137	,066	,013
67	34,689	,073	,014
62	34,440	,077	,011
38	33,790	,088	,019
53	33,427	,095	,019
83	33,304	,098	,013
113	33,114	,102	,010
94	33,072	,103	,005
69	32,812	,108	,005
100	31,906	,129	,019
114	31,675	,135	,018
72	31,334	,144	,021
86	31,295	,145	,013
90	31,044	,153	,013
66	30,586	,166	,021
88	29,998	,185	,046
52	29,780	,192	,046
102	29,675	,196	,036
4	29,409	,205	,041
79	29,330	,208	,031
27	29,195	,213	,026
120	29,150	,215	,018
26	29,085	,217	,012
85	28,998	,220	,009

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
22	28,867	,225	,008
16	28,734	,230	,007
58	28,472	,241	,008
111	27,720	,272	,037
17	27,615	,277	,031
76	27,302	,291	,044
18	26,789	,314	,093
68	26,649	,321	,088
104	26,421	,332	,100
87	25,864	,360	,207
12	25,563	,376	,258
118	25,236	,393	,329
10	25,167	,397	,293
34	25,139	,398	,243
101	24,675	,424	,377
3	24,231	,448	,522
78	24,108	,455	,510
29	24,023	,460	,480
116	23,996	,462	,421
25	23,964	,464	,366
37	23,659	,481	,445
106	23,580	,486	,413
108	23,344	,500	,460
75	23,329	,500	,396
19	22,991	,520	,496
11	22,763	,534	,542
64	22,461	,552	,624
43	22,419	,554	,575
93	22,292	,562	,568
41	21,788	,592	,745
36	21,418	,614	,834
92	21,001	,639	,912
35	20,907	,644	,902
47	20,605	,662	,936
57	20,320	,678	,957
71	20,282	,681	,944
44	20,276	,681	,920
109	19,816	,707	,968
63	18,682	,769	,999
95	18,652	,770	,999
80	18,495	,778	,999
115	18,480	,779	,998

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
70	18,299	,788	,999
54	18,279	,789	,998
97	18,272	,790	,996
119	17,982	,804	,998
14	17,223	,839	1,000
39	16,477	,870	1,000
107	16,286	,877	1,000
7	16,274	,878	1,000
103	16,083	,885	1,000
45	15,844	,894	1,000
110	15,725	,898	1,000
6	15,453	,907	1,000
42	15,309	,911	1,000
8	14,549	,933	1,000
65	14,349	,938	1,000
56	14,175	,943	1,000
48	13,839	,950	1,000
49	13,783	,951	1,000

Dari hasil *output Mahalonobis d-Squared* pada tabel 4.8 menunjukkan, nilai *Mahalonobis d-Squared* yang terbesar adalah 88,534 yang lebih kecil dari 173,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini bebas dari *outliers* atau dapat dikatakan asumsi ada outliers telah terpenuhi.

#### 4.6.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas berguna untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam pengujian asumsi linieritas ini menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan *software* SPSS versi 20. Rujukan yang digunakan adalah jika nilai *Sig* model Linier < 0,05 maka asumsi linieritas terpenuhi.

### A. Uji Linearitas Variabel *Subjective Norm* Terhadap *Intention to Use*

#### **Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Intention to Use

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.006	.656	1	118	.420	4.116	-.062

The independent variable is Subjective Norm.

Gambar 4.7. Uji Linearitas Variabel *Subjective Norm* terhadap *Intention to Use*

Dari hasil perhitungan uji linearitas diperoleh nilai signifikansi 0.420 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel Norma Subjektif terhadap *Intention to Use*.

### B. Uji Linearitas Variabel *subjective norm* terhadap *perceived usefulness*

#### **Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.027	3.296	1	118	.072	3.242	.123

The independent variable is Subjective Norm.

Gambar 4.8. Uji Linearitas Variabel *Subjective Norm* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.072 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel Norma Subjektif terhadap *perceived usefulness*.

### C. Uji Linearitas Variabel *subjective norm* terhadap *image*

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: image

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.003	.348	1	118	.556	3.567	.044

The independent variable is Subjective Norm.

Gambar 4.9. Uji Linearitas Variabel *Subjective Norm* terhadap *image*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.556 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel Norma Subjektif terhadap *image*.

### D. Uji Linearitas Variabel *image* terhadap *perceived usefulness*

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.006	.755	1	118	.387	3.441	.074

The independent variable is image.

Gambar 4.10. Uji Linearitas Variabel *image* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.387 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel *image* terhadap *perceived usefulness*.

E. Uji Linearitas Variabel *Job relevance* terhadap *Perceived Usefulness*

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.016	1.929	1	118	.167	4.155	-.112

The independent variable is Job Relevance.

Gambar 4.11. Uji Linearitas Variabel *Job relevance* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.167 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel *Job relevance* terhadap *perceived usefulness*.

F. Uji Linearitas Variabel *Output Quality* terhadap *Perceived Usefulness*

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.225	34.181	1	118	.000	2.004	.450

The independent variable is Output Quality.

Gambar 4.12. Uji Linearitas Variabel *Output Quality* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *Output Quality* terhadap *perceived usefulness*.

### G. Uji Linearitas Variabel *Result Demonstrability* terhadap *Perceived Usefulness*

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.264	42.348	1	118	.000	1.752	.509

The independent variable is Result Demonstrability.

Gambar 4.13. Uji Linearitas Variabel *Result Demonstrability* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *Result Demonstrability* terhadap *perceived usefulness*.

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perceived Usefulness

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.001	.134	1	118	.715	3.582	.035

The independent variable is Perceived Ease Of Use.

Gambar 4.14. Uji Linearitas Variabel *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.715 lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*.

I. Uji Linearitas Variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use*

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Intention to Use

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.056	7.017	1	118	.009	4.864	-.266

The independent variable is Perceived Use fulness.

Gambar 4.15. Uji Linearitas Variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.009 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use*.

J. Uji Linearitas Variabel *perceived ease of use* terhadap *intention to use*

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Intention to Use

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.182	26.307	1	118	.000	1.954	.499

The independent variable is Perceived Ease Of Use.

Gambar 4.16. Uji Linearitas Variabel *perceived ease of use* terhadap *intention to use*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *perceived ease of use* terhadap *intention to use*.

### K. Uji Linearitas Variabel *intention to use* terhadap *usage behavior*

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Usage Behavior

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.466	103.072	1	118	.000	.921	.726

The independent variable is Intention to Use.

Gambar 4.17. Uji Linearitas Variabel *intention to use* terhadap *usage behavior*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *intention to use* terhadap *usage behavior*.

### L. Uji Linearitas Variabel *perceived usefulness* terhadap *usage behavior*

#### Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Usage Behavior

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.064	8.004	1	118	.005	4.851	-.301

The independent variable is Perceived Usefulness.

Gambar 4.18. Uji Linearitas Variabel *perceived usefulness* terhadap *usage behavior*

Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.005 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *perceived usefulness* terhadap *usage behavior*.

M. Uji Linearitas Variabel *perceived ease of use* terhadap *usage behavior*

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Usage Behavior

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.222	33.736	1	118	.000	1.479	.586

The independent variable is Perceived Ease Of Use.

Gambar 4.19. Uji Linearitas Variabel *perceived ease of use* terhadap *usage behavior*

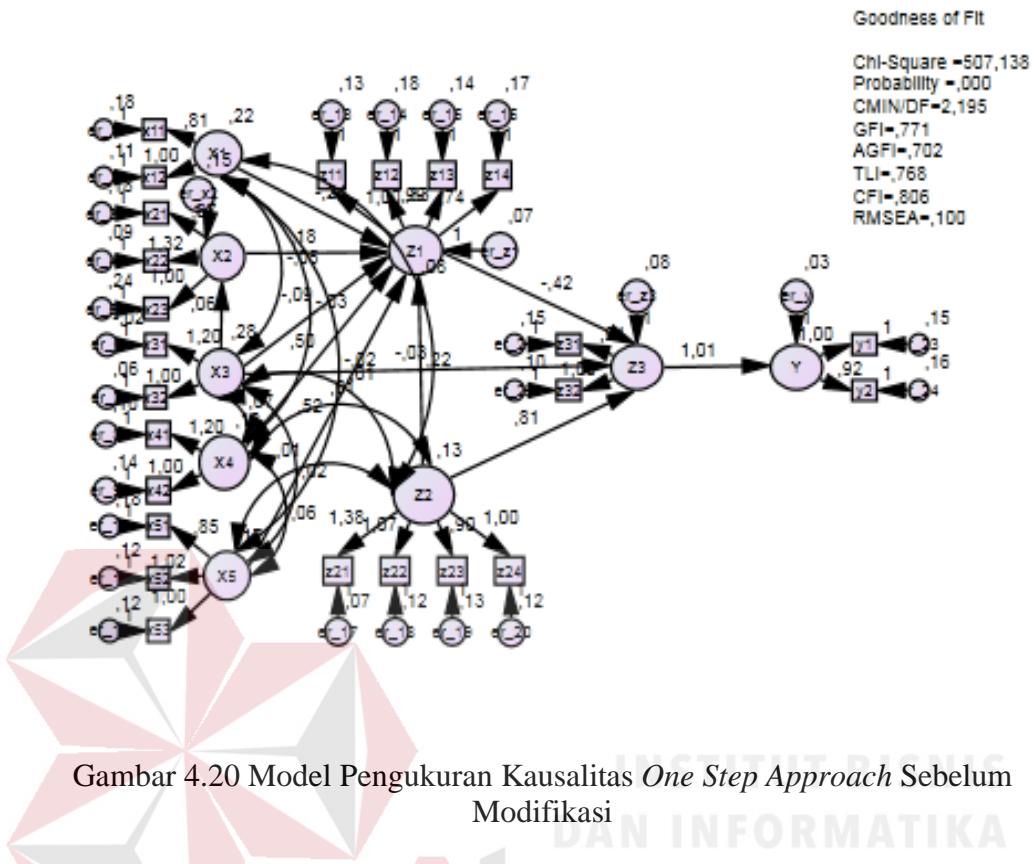
Dari hasil perhitungan uji lineritas diperoleh nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel *perceived ease of use* terhadap *usage behavior*.

## 4.7 Analisis SEM

### 4.7.1 Pengujian Model Dengan *One-Step Approach*

Pada model SEM, model pengukuran dan model struktural parameter-parameternya diestimasi secara bersama-sama. Cara ini agak mengalami kesulitan dalam memenuhi tuntutan fit model. Kemungkinan terbesar disebabkan oleh terjadinya interaksi antara measurement model dan structural model yang diestimasi secara bersama-sama (*One Step Approach to SEM*). *One step approach to SEM* digunakan apabila model diyakini bahwa dilandasi teori yang kuat serta validitas & reliabilitas data sangat baik.

Hasil estimasi dan fit model *one step approach to SEM* dengan menggunakan program aplikasi Amos 22.0 terlihat pada Gambar 4.18 dan Tabel 4.9



Gambar 4.20 Model Pengukuran Kausalitas *One Step Approach* Sebelum Modifikasi

Tabel 4.10 Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit Indices*

Goodness of Fit Index	Hasil	Cut-off Value	Evaluasi Model
Probability	0,000	$\geq 0,05$	Kurang Baik
RMSEA	0,100	$\leq 0,08$	Kurang Baik
GFI	0,771	$\geq 0,90$	Kurang Baik
AGFI	0,702	$\geq 0,90$	Kurang Baik
CMIND/DF	2,195	$\leq 2,00$	Marginal
TLI	0,768	$\geq 0,95$	Kurang Baik
CFI	0,806	$\geq 0,94$	Kurang Baik

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan peneliti sehingga memperoleh model seperti di atas, serta evaluasi terhadap model *One Step base model* ternyata dari semua kriteria *goodness of fit* yang digunakan, menunjukkan hasil evaluasi model yang kurang baik dan sebagian lainnya menunjukkan nilai yang marginal atau mendekati baik, berarti model belum sesuai dengan data.

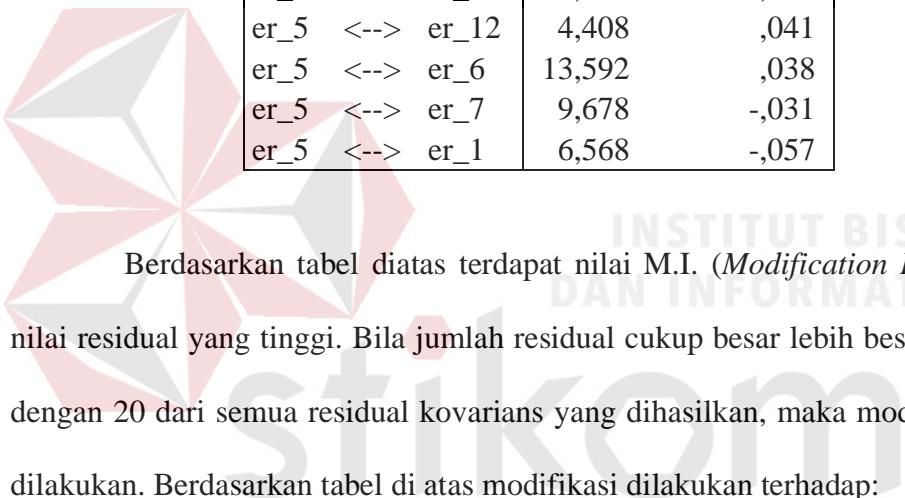
Artinya, model konseptual yang dikembangkan dan dilandasi oleh teori belum sepenuhnya didukung oleh fakta.

Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, maka model ini masih perlu dimodifikasi agar nilai *goodness of fit indices* yang dihasilkan memenuhi asumsi yang ditetapkan dalam penelitian. Pada proses ini yang dihubungkan adalah indikator yang diidentifikasi memiliki potensi menurunkan nilai *goodness of fit indices*, sehingga tidak mempermasalahkan apakah indikator yang dihubungkan tersebut berada di dalam satu konstruk saja atau lintas konstruk. Adapun, tahap modifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai *Modification Indices* yang diperoleh dari pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.11 Nilai Indeks Kovarian

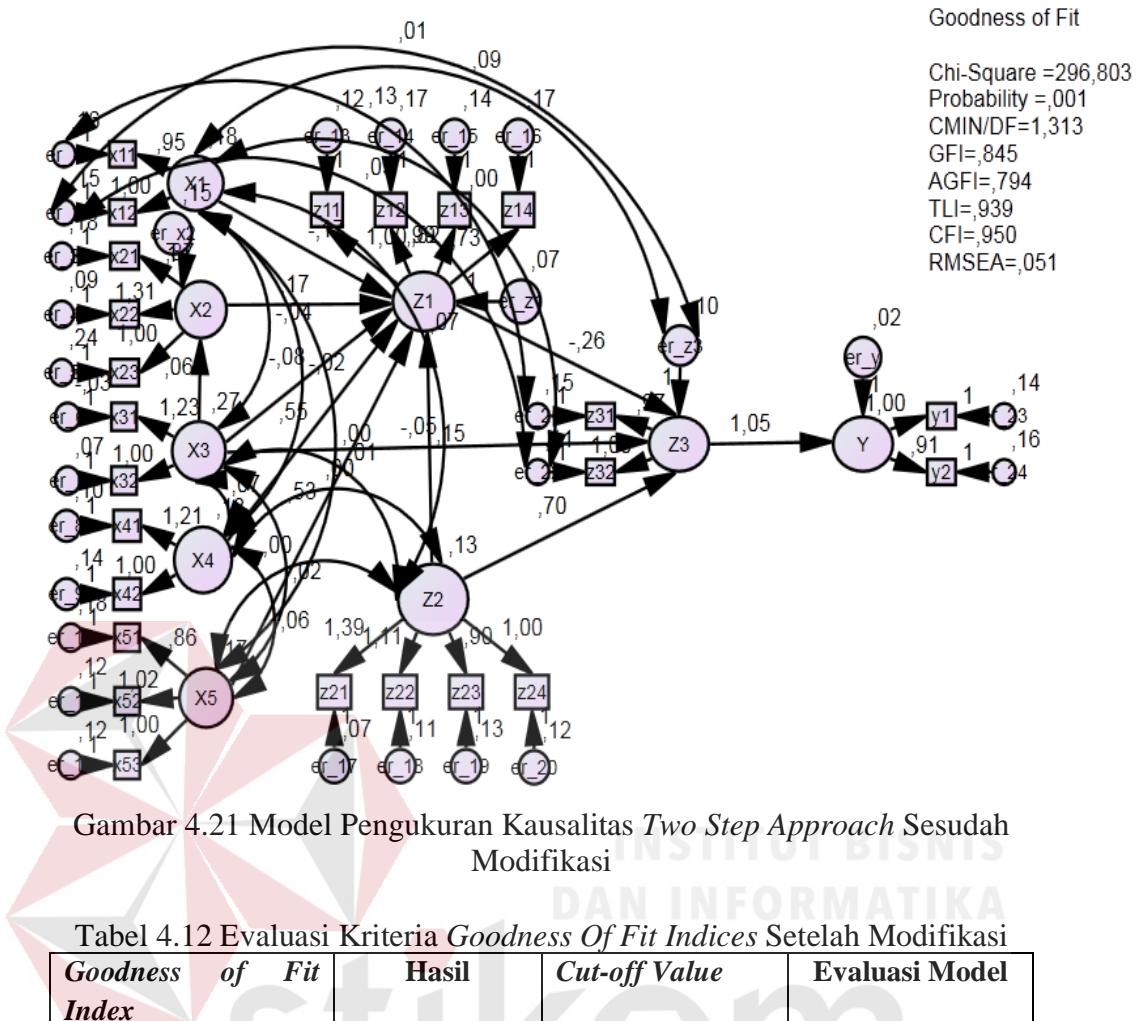
		M.I.	Par Change
er_z3 <-->	Z2	13,073	-,042
<b>er_z3 &lt;--&gt;</b>	<b>X1</b>	<b>57,301</b>	<b>,125</b>
er_21 <-->	X4	4,861	,032
er_21 <-->	X1	11,947	,065
er_22 <-->	Z2	8,188	-,034
<b>er_22 &lt;--&gt;</b>	<b>X1</b>	<b>23,425</b>	<b>,081</b>
er_22 <-->	er_x2	4,646	,032
er_18 <-->	X1	8,308	-,047
er_18 <-->	er_z3	8,343	-,036
er_18 <-->	er_17	5,392	,026
er_19 <-->	er_24	7,048	,041
er_19 <-->	er_21	6,755	-,039
er_19 <-->	er_22	4,903	,029
er_20 <-->	er_z1	4,125	-,026
er_20 <-->	er_22	7,716	-,036
er_16 <-->	er_18	4,221	-,030
er_14 <-->	er_20	4,522	-,034
er_10 <-->	er_13	8,115	,048
er_11 <-->	er_14	6,465	,043
er_12 <-->	er_14	4,718	-,037
er_9 <-->	er_15	5,311	,036
er_1 <-->	er_z3	12,908	,058

			M.I.	Par Change
<b>er_1</b>	<b>&lt;--&gt;</b>	<b>er_21</b>	<b>68,994</b>	<b>,153</b>
er_1	<b>&lt;--&gt;</b>	er_22	10,512	-,053
er_1	<b>&lt;--&gt;</b>	er_13	5,895	,042
er_1	<b>&lt;--&gt;</b>	er_7	4,635	,019
<b>er_2</b>	<b>&lt;--&gt;</b>	<b>er_z3</b>	<b>23,543</b>	<b>,075</b>
er_2	<b>&lt;--&gt;</b>	er_21	7,771	-,049
<b>er_2</b>	<b>&lt;--&gt;</b>	<b>er_22</b>	<b>56,709</b>	<b>,117</b>
er_2	<b>&lt;--&gt;</b>	er_18	5,252	-,035
er_2	<b>&lt;--&gt;</b>	er_20	4,205	-,032
er_3	<b>&lt;--&gt;</b>	er_22	5,470	,037
er_3	<b>&lt;--&gt;</b>	er_11	4,994	-,038
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	X3	8,308	,064
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_z1	4,608	-,037
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_13	4,438	-,041
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_12	4,408	,041
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_6	13,592	,038
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_7	9,678	-,031
er_5	<b>&lt;--&gt;</b>	er_1	6,568	-,057



Berdasarkan tabel diatas terdapat nilai M.I. (*Modification Indices*) atau nilai residual yang tinggi. Bila jumlah residual cukup besar lebih besar atau sama dengan 20 dari semua residual kovarians yang dihasilkan, maka modifikasi perlu dilakukan. Berdasarkan tabel di atas modifikasi dilakukan terhadap:

1. er\_z3<-->X1
2. er\_22<-->X1
3. er\_1<-->er\_21
4. er\_2<-->er\_z3
5. er\_2<-->er\_22.



Gambar 4.21 Model Pengukuran Kausalitas *Two Step Approach* Sesudah Modifikasi

Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria *Goodness Of Fit Indices* Setelah Modifikasi

Goodness of Fit Index	Hasil	Cut-off Value	Evaluasi Model
Probability	0,001	$\geq 0,05$	Kurang Baik
RMSEA	0,051	$\leq 0,08$	Baik
GFI	0,845	$\geq 0,90$	Cenderung Baik
AGFI	0,794	$\geq 0,90$	Kurang Baik
CMIND/DF	1,313	$\leq 2,00$	Baik
TLI	0,939	$\geq 0,95$	Baik
CFI	0,950	$\geq 0,94$	Baik

Hasil model yang telah dimodifikasi sebagaimana ditampilkan pada gambar 4.19 Berdasarkan hasil evaluasi terhadap model *one step* modifikasi berdasarkan cut of value dari *goodness of fit indeks*, menunjukan bahwa kriteria kesesuaian model (*goodness of fit indeks*) sudah terpenuhi karena nilai sudah cenderung baik. Artinya, model konseptual yang dikembangkan dan dilandasi oleh teori telah sepenuhnya didukung oleh fakta. Dengan demikian model ini

adalah model yang terbaik untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam model.

#### 4.8 Pengujian Hipotesis dan Pengaruh antar variabel penelitian

Pengujian hipotesis diketahui dengan melihat *Standard Estimate* (SE) dan juga nilai probabilitas. *Standard estimate* menunjukkan nilai koefisien regresi pengaruh antar variabel sedangkan nilai probabilitas menunjukkan atau tidak pengaruh antar variabel tersebut. Berikut adalah hasil yang diperoleh dalam uji hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 4.13 Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	SE	P-Value	Keputusan
H1	<i>Subjective norm</i> terhadap <i>intention to use</i>	0,065	0,420	Tidak Signifikan
H2	<i>Subjective norm</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,073	0,281	Tidak Signifikan
H3	<i>Subjective norm</i> terhadap <i>image</i>	0,072	0,422	Tidak Signifikan
H4	<i>Image</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,100	0,082	Tidak Signifikan
H5	<i>Job relevance</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,118	0,155	Tidak Signifikan
H6	<i>Output quality</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,165	0,000	Signifikan
H7	<i>Result demonstrability</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,131	0,000	Signifikan
H8	<i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	0,126	0,239	Tidak Signifikan
H9	<i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>intention to use</i>	0,083	0,002	Signifikan
H10	<i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>intention to use</i>	0,135	0,000	Signifikan
H11	<i>Intention to use</i> terhadap <i>usage behavior</i>	0,140	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.12, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to use* sebesar 0,065 dengan *p-value* sebesar 0,420 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_1$  pada penelitian ini ditolak, yang artinya *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.
2. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,073 dengan *p-value* sebesar 0,281 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_2$  pada penelitian ini ditolak, yang artinya *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
3. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *subjective norm* terhadap *image* sebesar 0,072 dengan *p-value* sebesar 0,422 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_3$  pada penelitian ini ditolak, yang artinya *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *image*.
4. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *image* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,100 dengan *p-value* sebesar 0,082 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_4$  pada penelitian ini ditolak, yang artinya *image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
5. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *job relevance* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,118 dengan *p-value* sebesar 0,155 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_5$  pada penelitian ini ditolak,

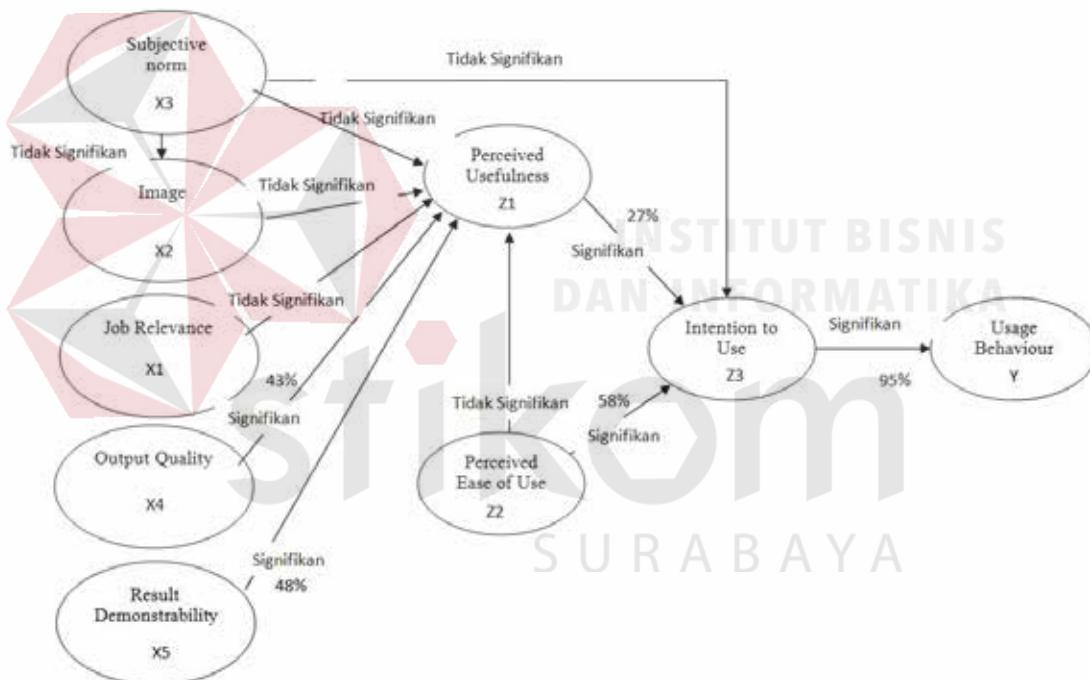
yang artinya *job relevance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

6. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *output quality* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,165 dengan *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_6$  pada penelitian ini diterima, yang artinya *output quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
7. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *result demonstrability* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,131 dengan *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_7$  pada penelitian ini diterima, yang artinya *result demonstrability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
8. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,126 dengan *p-value* sebesar 0,239 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $H_8$  pada penelitian ini ditolak, yang artinya *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
9. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* sebesar 0,083 dengan *p-value* sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_9$  pada penelitian ini diterima, yang artinya *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.
10. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* sebesar 0,135 dengan *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_{10}$  pada penelitian ini diterima, yang

artinya *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

11. Nilai *Standard Estimate* yang diperoleh pada pengaruh *intention to use* terhadap *usage behavior* sebesar 0,140 dengan *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_{11}$  pada penelitian ini diterima, yang artinya *intention to use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *usage behavior*.

Hasil hipotesis dengan *Standard Estimate* (SE) dan nilai probabilitas terlihat pada gambar 4.20.



Gambar 4.22 Gambar Hasil Uji Hipotesis

#### 4.8.1 Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap *Intention to Use* Pada Website Raja Duren

*Subjective norm* merupakan sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *p-value* sebesar

0,420 sehingga dapat dikatakan *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada website Raja Duren, dengan demikian H<sub>1</sub> pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan seseorang untuk mengakses website Raja Duren tidak ditentukan oleh pandangan orang lain. Hal ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa mengakses website Raja Duren merupakan hak pribadinya, sehingga responden menganggap bahwa untuk menentukan apa yang akan dilakukan, bukan ditentukan oleh orang lain di sekitarnya, sehingga responden akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya.

#### **4.8.2 Pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,281 yang lebih besar dari 0,05, sehingga *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian H<sub>2</sub> pada penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pandangan seseorang terhadap website Raja Duren tidak berpengaruh terhadap kepercayaan atau keyakinan responden bahwa mengakses website Raja Duren dapat meningkatkan kinerja dalam mendapatkan informasi produk Raja Duren. Hal ini dikarenakan pandangan seseorang terhadap website Raja Duren belum tentu sesuai dengan yang yang diharapkan oleh responden, sehingga pandangan orang yang menganggap website Raja Duren bermanfaat tidak mampu meningkatkan keyakinan responden untuk mengakses website Raja Duren.

#### **4.8.3 Pengaruh *subjective norm* terhadap *image* pada website Raja Duren**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan sebesar 0,422 yang lebih besar dari 0,05 sehingga *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *image* pada website Raja Duren, dengan demikian  $H_3$  pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh oleh orang lain atau kelompok sosial seperti keluarga maupun teman tidak mempengaruhi *image* seseorang untuk mengakses website Raja Duren. Semakin meningkat pengaruh yang diberikan oleh orang lain agar responden berperilaku dalam mengakses website Raja Duren tidak akan mempengaruhi *image* responden untuk mengakses website Raja Duren.

#### **4.8.4 Pengaruh *image* terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan sebesar 0,082 yang lebih besar dari 0,05 sehingga *image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian  $H_4$  pada penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *image* seseorang yang sering mengakses website Raja Duren tidak mempengaruhi persepsi terhadap manfaat yang didapatkan dari website Raja Duren. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu *et.al* (2011) yang menunjukkan bahwa *image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

#### **4.8.5 Pengaruh *Job relevance* terhadap *Perceived Usefulness***

Salah satu komponen dari penerimaan suatu teknologi informasi adalah dengan melihat kesesuaian sistem dalam mendukung pekerjaan. Dengan kata lain,

pekerjaan seseorang perlu mendapatkan dukungan dari suatu sistem (Venkatesh dan Davis, 2000). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan sebesar 0,155 yang lebih besar dari 0,05 sehingga kesesuaian dengan pekerjaan (*job relevance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian H<sub>5</sub> pada penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa kesesuaian sistem yang terdapat di website Raja Duren tidak berkontribusi dalam meningkatkan keyakinan bahwa website Raja Duren bermanfaat dalam mencari informasi tentang produk Raja Duren.

#### **4.8.6 Pengaruh *Output Quality* terhadap *Perceived Usefulness***

*Output quality* berkaitan dengan kualitas dari hasil atau keluaran dari suatu sistem informasi. Seseorang dalam menggunakan suatu sistem informasi tentu menginginkan *output* yang didapatkan berkualitas dan bermanfaat. Kualitas *output* dari website Raja Duren dapat dilihat dari informasi yang disampaikan di website akurat dan *up to date* (terbarukan). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *output quality* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga *output quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian H<sub>6</sub> pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu *et. al* (2011) yang menunjukkan bahwa *output quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

#### **4.8.7 Pengaruh *Result Demonstrability* terhadap *Perceived Usefulness***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *result demonstrability* terhadap *perceived usefulness*

sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga *result demonstrability* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian H7 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu *et. al* (2011) yang menunjukkan bahwa *result demonstrability* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

#### **4.8.8 Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,239 yang lebih besar dari 0,05 sehingga *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* pada website Raja Duren, dengan demikian H8 pada penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan dalam penggunaan tidak meningkatkan persepsi responden terhadap manfaat yang dirasakan pada website Raja Duren. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntianah *et. al* (2012) yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan dalam penggunaan dapat meningkatkan persepsi responden terhadap manfaat yang dirasakan. hal ini dikarenakan kemudahan dalam menggunakan website tidak serta merta mampu meningkatkan persepsi responden terhadap manfaat yang dirasakan ketika mengakses website karena manfaat atau tidaknya suatu website bagi responden dapat ditentukan oleh ketersediaan informasi yang ada di website tersebut apakah sesuai dengan kebutuhan pengguna atau tidak.

#### **4.8.9 Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada website Raja Duren, dengan demikian H9 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat yang dirasakan pada website Raja Duren dapat meningkatkan keinginan untuk menggunakan website Raja Duren. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu *et. al* (2012) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

#### **4.8.10 Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada website Raja Duren, dengan demikian H10 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan website Raja Duren dapat meningkatkan keinginan untuk menggunakan website Raja Duren. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (2000) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan suatu sistem teknologi informasi yang mudah digunakan akan mampu memotivasi seseorang untuk menggunakan sistem tersebut.

#### 4.8.11 Pengaruh *intention to use* terhadap *usage behavior*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *p-value* yang didapatkan pada pengaruh *intention to use* terhadap *usage behavior* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap *usage behavior* pada website Raja Duren, dengan demikian H11 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan dapat meningkatkan perilaku menggunakan website Raja Duren. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntianah *et. al* (2012) yang menunjukkan bahwa *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap *usage behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan atau minat perilaku dalam menggunakan teknologi dapat menimbulkan atau mendorong responden untuk berperilaku menggunakan teknologi tersebut.

### 4.9 Pengaruh antar variabel penelitian

Pada model SEM yang digunakan ini menggunakan banyak indikator dan variabel beserta jalur yang digunakan untuk penggambaran model. Variabel yang digunakan memiliki beberapa hubungan pengaruh yaitu pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. Berikut adalah hasil dari variabel yang digunakan:

#### 4.9.1 Pengaruh Langsung Antar Variabel

Pengaruh langsung terjadi antara variabel eksogen dengan variabel endogen, pada tabel 4.13 berikut merupakan hubungan langsung antara variabel eksogen dan endogen

Tabel 4.14 Hasil Pengaruh Langsung

	Z2	X5	X4	X3	X1	X2	Z1	Z3	Y
X2	,000	,000	,000	,077	,000	,000	,000	,000	,000
Z1	,118	,483	,436	-,092	,157	,152	,000	,000	,000
Z3	,588	,000	,000	-,064	,000	,000	,274	,000	,000
Y	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,951	,000

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.14, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut: *intention to use* (Z3) memiliki pengaruh langsung paling besar senilai 95% terhadap *usage behavior* (Y).

#### 4.9.2 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian

Pengaruh tidak langsung terjadi antara variabel eksogen dengan variabel endogen, pada tabel 4.15 berikut merupakan hubungan tidak langsung antara variabel eksogen dan endogen

Tabel 4.15 Hasil Pengaruh Tidak Langsung

	Z2	X5	X4	X3	X1	X2	Z1	Z3	Y
X2	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Z1	,000	,000	,000	,012	,000	,000	,000	,000	,000
Z3	-,032	-,132	-,119	,022	,043	-,042	,000	,000	,000
Y	,528	-,126	-,114	-,040	,041	-,040	-,261	,000	,000

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.15, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut: *perceived ease of use* (Z2) memiliki pengaruh tidak langsung paling besar senilai 52% terhadap *usage behavior* (Y).

## 4.10 Hasil Analisis dan Pembahasan

### 4.10.1 Pembentukan Variabel Laten

Pembuatan variabel laten dijelaskan dari frekuensi jawaban setuju dan sangat setuju atau mean dari jawaban kuisioner dan hasil *standard deviation*. Angka frekuensi mean menunjukkan persepsi responden saat penelitian dan angka faktor loading menunjukkan apa yang harus dilakukan di masa mendatang. Jika angka frekuensi mean dan faktor loading terletak pada indikator yang sama berarti kedepannya indikator dengan angka terbesar lebih diintensifkan. Jika sebaliknya, maka di masa mendatang indikator faktor loading terbesar menjadi tumpuan perubahan kebijakan organisasi.

Tabel 4.16 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Job Relevance*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
X1.1	Mengakses website Raja Duren berkaitan dengan kesukaan saya akan buah durian	3.94	0.569	0.665
X1.2	Mengakses website Raja Duren karena saya pelanggan Raja Duren	3.88	0.573	<b>0.817</b>
Rata-rata keseluruhan <i>Job Relevance</i>		3.91		

Berdasarkan Tabel 4.16 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Job Relevance* yang memiliki mean dominan yakni X1.1 (Mengakses website Raja Duren berkaitan dengan kesukaan saya akan buah durian) sebesar 3,94, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni X1.2 (Mengakses website Raja Duren karena saya pelanggan Raja Duren) sebesar 0,817 yang menunjukkan

bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa persepsi dalam mengakses website Raja Duren dapat meningkatkan kesukaan pelanggan Raja Duren.

Tabel 4.17 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Image*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
X2.1	Keluarga saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren	3.69	0.547	0.626
X2.2	Rekan saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren	<b>3.81</b>	0.598	<b>0.864</b>
X2.3	Mengakses website Raja Duren baik bagi saya	3.71	0.627	0.627
Rata-rata keseluruhan <i>Image</i>		3.73		

Berdasarkan Tabel 4.17 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Image* yang memiliki mean dominan yakni X2.2 (Rekan saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren) sebesar 3,81, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni X2.2 (Rekan saya berpikir bahwa saya sering mengakses website Raja Duren) sebesar 0,864 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat persepsi bahwa saya sering mengakses website Raja Duren.

Tabel 4.18 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Subjective Norm*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
X3.1	Rekan-rekan menganjurkan saya	3.84	0.622	<b>1.032</b>

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
	untuk mengakses website Raja Duren			
X3.2	Website Raja Duren mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi	<b>3.88</b>	0.588	0.906
	Rata-rata keseluruhan <i>Subjective Norm</i>	3.86		

Berdasarkan Tabel 4.18 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Subjective Norm* yang memiliki mean dominan yakni X3.2 (Website Raja Duren mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi) sebesar 3,88, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni X3.1 (Rekan-rekan menganjurkan saya untuk mengakses website Raja Duren) sebesar 1.032 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa mengakses website Raja Duren mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi.

Tabel 4.19 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Output Quality*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
X4.1	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat	3.81	0.539	<b>0.802</b>
X4.2	Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren <i>up to date</i>	3.81	0.523	0.691
	Rata-rata keseluruhan <i>Output Quality</i>	3.81		

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading

Berdasarkan Tabel 4.19 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Output Quality* yang memiliki mean yang sama yakni X4.1 dan X4.2 (Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat dan Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren *up to date*) sebesar 3,81, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni X4.1 (Kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren akurat) sebesar 0.802 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa kualitas informasi yang disampaikan website Raja Duren sangat akurat dan *up to date*.

Tabel 4.20 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Result Demonstrability*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
X5.1	Saya tidak memiliki kesulitan untuk memberitahu orang lain tentang cara mengakses website Raja Duren	<b>3.89</b>	0.547	0.637
X5.2	Saya percaya komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren kepada pelanggannya melalui website dapat berjalan dengan baik	3.87	0.543	<b>0.771</b>
X5.3	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menjelaskan manfaat website Raja Duren	3.81	0.539	0.759
Rata-rata keseluruhan <i>Result Demonstrability</i>		3.85		

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading

Berdasarkan Tabel 4.20 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Result Demonstrability* yang memiliki mean dominan yakni X5.1 (Saya tidak memiliki kesulitan untuk memberitahu orang lain tentang cara mengakses website Raja Duren) sebesar 3,89, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni X5.2 (Saya percaya komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren kepada pelanggannya melalui website dapat berjalan dengan baik) sebesar 0.771 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren kepada pelanggannya melalui website dapat berjalan dengan baik sehingga tidak mengalami kesulitan untuk memberitahu orang lain cara mengakses website Raja Duren.

Tabel 4.21 Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading *Perceived Usefulness*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
Z1.1	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan cepat	3.71	0.571	0.78
Z1.2	Website Raja Duren menghemat waktu saya dalam mencari informasi	3.68	0.608	<b>0.723</b>
Z1.3	Website Raja Duren membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan mudah	3.70	0.528	0.702
Z1.4	Website Raja Duren berguna bagi saya	<b>3.78</b>	0.526	0.63

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
	Rata-rata keseluruhan <i>Perceived Usefulness</i>	3.71		

Berdasarkan Tabel 4.21 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Perceived Usefulness* yang memiliki mean dominan yakni Z1.4 (Website Raja Duren berguna bagi saya) sebesar 3,78, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni Z1.2 (Website Raja Duren menghemat waktu saya dalam mencari informasi) sebesar 0.723 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa dengan adanya website Raja Duren maka dengan mudah mendapatkan informasi yang berguna bagi pelanggan.

Tabel 4.22 Mean, Standard Deviation, dan Faktor Loading *Perceived Ease of Use*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
Z2.1	Website Raja Duren mudah dipelajari	3.73	0.565	<b>0.874</b>
Z2.2	Website Raja Duren mudah menemukan sesuatu yang dicari	3.83	0.513	0.745
Z2.3	Penggunaan Website Raja Duren mudah dipahami	<b>3.93</b>	0.488	0.658
Z2.4	Saya merasa menguasai penggunaan fitur-fitur di Website Raja Duren	3.91	0.502	0.71
	Rata-rata keseluruhan <i>Perceived Ease of Use</i>	3.85		

Berdasarkan Tabel 4.22 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Perceived Ease of Use* yang memiliki mean dominan yakni Z2.3 (Penggunaan Website Raja Duren mudah dipahami) sebesar 3,93, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni Z2.1 (Website Raja Duren mudah dipelajari) sebesar 0.874 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berpendapat bahwa penggunaan website Raja Duren mudah dipahami dan mudah dipelajari.

Tabel 4.23 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Intention to Use*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
Z3.1	Saya berniat untuk mengakses website Raja Duren.	<b>3.90</b>	0.571	0.727
Z3.2	Saya berniat mengajak orang lain untuk mengakses website Raja Duren	3.85	0.545	<b>0.807</b>
Rata-rata keseluruhan <i>Intention to Use</i>		3.87		

Berdasarkan Tabel 4.23 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Intention to Use* yang memiliki mean dominan yakni Z3.1 (Saya berniat untuk mengakses website Raja Duren) sebesar 3,90, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni Z3.2 (Saya berniat mengajak orang lain untuk mengakses website Raja Duren) sebesar 0.807 yang menunjukkan bahwa

responden pada penelitian ini berpendapat bahwa pelanggan berniat mengajak orang lain mengakses website Raja Duren.

Tabel 4.24 Mean, *Standard Deviation*, dan Faktor Loading *Usage behavior*

KODE	PERNYATAAN	Mean	Std Deviation	Faktor Loading
Y1	Seberapa sering mengakses website Raja Duren	<b>3.82</b>	0.608	<b>0.776</b>
Y2	Seberapa lama mengakses website Raja Duren	3.65	0.589	0.736
	Rata-rata keseluruhan <i>Usage behavior</i>	3.73		

Berdasarkan Tabel 4.24 Menunjukkan bahwa indikator pada variabel *Usage behavior* yang memiliki mean dominan yakni Y1 (Seberapa sering mengakses website Raja Duren) sebesar 3,82, sedangkan faktor loading yang memiliki nilai tertinggi yakni Y1 (Seberapa sering mengakses website Raja Duren) sebesar 0.776 yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini seberapa sering pelanggan mengakses website Raja Duren.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi website dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* sebagai berikut:

1. Minat menggunakan (*intention to use*) memberikan efek pengaruh memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna (*usage behavior*) sebesar 95%, dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat penerimaan aplikasi dapat diukur dari minat menggunakan (*intention to use*) sebagai variabel mediasi yaitu sebesar 95%.
2. Kemudahan penggunaan aplikasi (*Perceived Ease of Use*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan(*intention to use*) sebesar 58%
3. Kegunaan aplikasi (*Perceived Usefulness*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan(*intention to use*) sebesar 37%
4. *Result Demonstrability* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan(*Perceived Usefulness*) sebesar 48%
5. *Ouput Quality* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan(*Perceived Usefulness*) sebesar 43%

#### 5.2 Saran

Berdasarkan penilitian yang telah dibuat, maka penulis ingin mengajukan beberapa saran yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan Variabel dan indikator seperti *voluntariness* dan *experience* perlu ditambahkan untuk mengetahui apakah ada perbedaan hasil dengan penlitian ini dan memperkaya model yang digunakan agar penelitian lebih sempurna.
2. Bagi Peneliti berikutnya dapat menggunakan metode selain TAM 2 dan dapat menggunakan teori penerimaan aplikasi lainnya sehingga didapat perbandingan hasil.



## DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.

Bahri, S., Zamzam, F. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*. Yogyakarta: Deepublish.

Barker, C., Pistrang, N., dan Elliott, R. 2002. *Research Methods in Clinical Psychology : An Introduction for Students and Practitioners*, 2nd. England. : John Wiley dan Sons, Ltd.

Chang, H. H., Wang, Y.-H., & Yang, W.-Y. (2009). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. *Total Quality Management* Vol. 20, No. 4, April 2009 ISSN 1478-3371, 423–443.

Chittur, M.Y. (2009). Overview of The Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Working Paper on Information Systems*, 9(37):1-21.

Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.

Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hong, W., Thong, J. Y., & Wai-Man Wong, K. Y. T. (2002). Determinants Of User Acceptance Of Digital Libraries: An Empirical Examination Of Individual Differences And System Characteristics. *Journal of Management Information Systems*, 18(3), 97-124.

Muntianah., et al. 2012. Pengaruh Minat Perilaku terhadap *Actual Use* Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Studi Kasus pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Profit Volume 6 No. 1.

Nurwansyah. 2010. *Sistem Informasi Alumni Berbasis Web Program Studi Diploma 3 Ilmu Komputer Universitas Sumatera Utara Tugas Akhir*

Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning. *Educational technology & society*, 12(3), 150-162.

Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Solimun. 2002. Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos. Malang: Universitas Negeri Malang.

Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Teo, T. (2011). *Technology Acceptance in Education: Research and Issues*. Netherlands: Sense Publishers.

Trihendradi, Cornelius. 2012 . Step by Step SPSS Analisis Data Statistik. Yogyakarta:Andi offset..

Venkatesh, V., Davis, Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, Vol. 46(2), February 2000: 186:204.

Wexler, J. (2001). *Why Computer Users Except New Systems*. *MIT Sloan Management Review*, pp 17.

Widiatmika, I Made, A.A., Sensuse, D.I. (2012). Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Internet Oleh Pelajar Dengan Menggunakan Konsep Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 4(2):81-92.

Wu, M.Y., Chou, H.P., Weng, Y.C., Huang, Y.H. (2011). TAM 2 Based Study of Website User Behavior-Using Web 2.0 Websites an Example. *Business and Economics*. Issue 4, Vol. 8, October 2011: 133-151.

Yusoff, Y. M., Muhammad, Z., Zahari, M. S. M., Pasah, E. S., & Robert, E. (2009). Individual Differences, Perceived Ease Of Use, And Perceived Usefulness In The E-Library Usage. *Computer and Information Science*, 2(1), 76.