

**ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA DENGAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA
GRAPARI TELKOM GROUP MEDAN**

S K R I P S I

OLEH:

**ERINA NOVELIA
178320417**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/2/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/2/21

HALAMAN PENGESAHAN

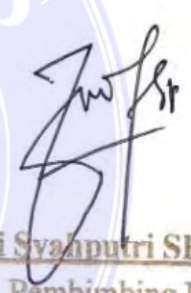
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan
Nama : **ERINA NOVELIA**
NPM : 17 832 0417
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi
Pembimbing


(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)

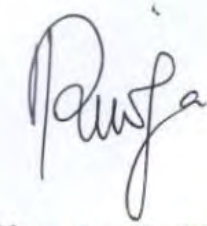
Pembimbing I


(Yuni Syahputri SE., M.Si)

Pembimbing II

Mengetahui


(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)
Dekan


(Wan Rizca Amelia SE., M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 29 / April /2020

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan" adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan, 29 April 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL

TGL. 20
37B67AHF875816993

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Erina Novelia

178320417

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erina Novelia
NPM : 17.832.0417
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: *Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan*, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 29 April 2020

Yang menyatakan



Erina Novelia

ABSTRAK

Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen dalam satu hari, yaitu berjumlah 150 orang dengan menggunakan sampel sebanyak 30 orang. Untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan instrumen pengumpulan data pengamatan (observasi), wawancara, serta membagikan kuesioner. Dalam menganalisis data menggunakan regresi liner berganda, uji t, uji f, uji determinasi dan uji intervening.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) Variabel *Perceived Ease of Use* diperoleh $t_{hitung} 4,748 > t_{tabel} 2,048$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Perceived Usefulness*. Variabel *Perceived Ease of Use* diperoleh $t_{hitung} 4,433 > t_{tabel} 2,051$ dan signifikan $0,049 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Intention to Use*. Variabel *Perceived Usefulness* diperoleh $t_{hitung} 5,089 > t_{tabel} 2,051$ dan signifikan $0,046 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Intention to Use*. Variabel *Intention to Use* diperoleh $t_{hitung} 3,140 > t_{tabel} 2,055$ dan signifikan $0,040 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan *Intention to Use* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Actual System Use*.

Berdasarkan uji intervening, hasil menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki korelasi terhadap *Intention to Use* sebagai variabel *intervening* karena memiliki nilai $P_{value} > \alpha$ yaitu $0,105 > 0,05$. Variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai $0,264 > 0,05$ yang berarti mempunyai arah koefisien regresi positif.

Kata kunci : *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use Dan Actual System Use*

ABSTRACT

Analysis of the Use of LinkAja Application with the Technology Acceptance Model (TAM) at GraPARI Telkom Group Medan

The purpose of this study was to determine the effect of Intention to Use and Perceived Usefulness on Actual System Use through Intention to Use as an intervening variable in the LinkAja application in GraPARI Telkom Group Medan. The population in this study were all consumers average in one day, amounting to 150 people using a sample of 30 people. To obtain data in the preparation of this thesis, the authors use observation data collection instruments (interviews), interviews, and distributing questionnaires. In analyzing data using multiple linear regression, t test, f test, determination test and intervening test.

Based on the results of the t test (partial) the variable Perceived Ease of Use obtained tcount 4.748 > t table 2.048 and significant 0.000 < 0.05, then Ha is accepted and H0 is rejected, which states that Perceived Ease of Use has a significant effect partially on Perceived Usefulness. The variable Perceived Ease of Use is obtained tcount 4.433 > t table 2.051 and significant 0.049 < 0.05, then Ha is accepted and H0 is rejected, which states that Perceived Ease of Use has a significant effect partially on Intention to Use. The Perceived Usefulness variable is obtained tcount 5.089 > ttable 2,051 and significant 0,046 < 0,05, then ha is accepted and h0 is rejected, which states that Perceived Usefulness has a partially significant effect on Intention to Use. The Intention to Use variable was obtained tcount 3.140 > t table 2.055 and significant 0.040 < 0.05, then Ha was accepted and H0 was rejected, which stated Intention to Use partially significant effect on Actual System Use.

Based on the intervening test, the results show that Perceived Ease of Use has a correlation with Intention to Use as an intervening variable because it has a value of Pvalue > α , namely 0.105 > 0.05. The Perceived Usefulness variable has a value of 0.264 > 0.05, which means that it has a positive regression coefficient direction.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use and Actual System Use

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah *Financial Technology* dengan judul “**Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan**”.

Terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr.Ihsan Effendi.Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area dan juga Dosen Pembimbing I peneliti yang telah memberikan kritik dan saran membangun kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.
3. Ibu Wan Risca Amelia, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Yuni Syahputri SE, MSi. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan dukungan serta membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai kaidah penulisan yang berlaku.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Komisi Meja Hijau yang telah bersedia memberikan kritik dan saran membangun pada penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku sekretaris yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu proses berjalannya mulai dari seminar proses proposal, seminar hasil hingga sidang meja hijau.

7. Ayah dan Ibu peneliti yang telah mendukung secara moril maupun materiil serta mendoakan peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Seluruh sahabat seperjuangan peneliti Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.
9. Seluruh rekan kerja GraPARI Telkom Group Medan yang telah membantu peneliti dalam pengumpulan data-data pendukung penelitian.

Terima kasih atas segala doa dan perhatiannya. Peneliti menyadari bahwa tugas skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan Pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 29 April 2020

Erina Novelia
178320417

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Landasan Teori	6
II.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	6
II.1.1.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	6
II.1.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	9
II.1.1.3 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	11
II.1.1.4 Sikap Terhadap Pengaplikasian (<i>Attitude Toward Using</i>)	13
II.1.1.5 Minat Perilaku Pengguna (<i>Behavioral Intention to Use</i>)	14
II.2 Penelitian Terdahulu.....	16
II.3 Kerangka Konseptual	20
II.4 Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	22
III.1.1 Jenis Penelitian	22
III.1.2 Lokasi Penelitian	22
III.1.3 Waktu Penelitian	22
III.2 Populasi dan Sampel Penelitian	23
III.2.1 Populasi	23

III.2.2 Sampel	23
III.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	23
III.3.1 Variabel Penelitian	24
III.3.2 Definisi Operasional	24
III.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
III.4.1 Jenis Data	26
III.4.2 Sumber Data	26
III.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
III.6 Metode Analisis Data.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1 Hasil Penelitian	33
IV.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	33
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	34
IV.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	34
IV.1.4 Deskripsi Karakteristik Responden	35
IV.1.5 Deskripsi Variabel Penelitian	37
IV.1.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
IV.1.7 Uji Asumsi Klasik	47
IV.1.8 Analisis Jalur	51
IV.2 Pembahasan Hasil dan Penelitian	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan	57
V.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Proses Penelitian	23
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert	25
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2	Usia	36
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.4	Pernyataan X1.1	37
Tabel 4.5	Pernyataan X1.2	38
Tabel 4.6	Pernyataan X1.3	38
Tabel 4.7	Pernyataan X1.4	39
Tabel 4.8	Pernyataan X1.5	40
Tabel 4.9	Pernyataan X1.6	40
Tabel 4.10	Pernyataan X2.1	41
Tabel 4.11	Pernyataan X2.2	42
Tabel 4.12	Pernyataan X2.3	42
Tabel 4.13	Pernyataan X2.4	43
Tabel 4.14	Pernyataan X2.5	43
Tabel 4.15	Pernyataan X2.6	44
Tabel 4.16	Uji Validitas X1	45
Tabel 4.17	Uji Validitas X2	45
Tabel 4.18	Uji Reliabilitas X1	46
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas X2	47
Tabel 4.20	Uji Simultan Z	51

Tabel 4.21	Uji Simultan Y	51
Tabel 4.22	Uji Parsial X1	52
Tabel 4.23	Uji Parsial Z	53
Tabel 4.24	Uji Parsial Y	53
Tabel 4.25	Koefisien Determinasi	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	35
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas Z	47
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas Y	48
Gambar 4.4 PP Plot Uji Normalitas Z	48
Gambar 4.5 PP Plot Uji Normalitas Y	49
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedasitas Z	50
Gambar 4.7 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedasitas Y	50
Gambar 4.8 Analisis Jalur	55

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Era digital merupakan era yang membuat kehidupan manusia menjadi semakin efektif dan efisien karena adanya kemajuan di bidang teknologi. Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini kemajuan teknologi informasi juga telah melakukan ekspansi secara pesat juga inovatif untuk layanan jasa yang menarik banyak perhatian masyarakat. Teknologi juga memegang peranan penting dalam kemajuan perusahaan, karena menerapkan teknologi, perusahaan dapat mengurangi biaya, menghilangkan perantara, meningkatkan transparansi, dan membuat informasi jasa dapat diakses dengan mudah.

Perkembangan teknologi informasi menuju era digital merupakan sebuah inovasi yang merubah sistem dan mempengaruhi perilaku dan ekspektasi manusia dalam mengakses beragam informasi dan fitur layanan elektronik, salah satu perkembangan terbaru yaitu *financial technology (fintech)* yang merupakan pelayanan jasa keuangan dimana sektor inilah yang sangat diharapkan pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah pengguna yang dapat mengakses layanan jasa keuangan, seperti aplikasi LinkAja.

LinkAja adalah wajah baru dari T-Cash, layanan keuangan digital (*e-wallet*) milik Telkomsel, anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang berfungsi layaknya rekening bank yang bersifat fleksibel tanpa adanya bunga dan menyediakan berbagai layanan seperti: belanja online, berbagi uang, pembayaran tagihan dan sebagainya. LinkAja juga merupakan gabungan dari layanan keuangan elektronik milik PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan E-Cash,

UnikQu dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan merek T-Bank. Kemunculan transaksi *online* (*e-commerce*) ini sudah menjadi kebutuhan bagi para pengguna internet dan pelaku bisnis.

Salah satu bentuk nyata yang kita ketahui dari transaksi *online* ialah belanja *online*. Belanja *online* adalah kegiatan pembelian [barang](#) dan [jasa](#) melalui media [internet](#). Seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui [web](#) yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan ini merupakan bentuk [komunikasi](#) baru yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh [dunia](#) melalui media [notebook](#), [komputer](#), ataupun [handphone](#) yang tersambung dengan layanan akses internet. Dengan menggunakan aplikasi belanja *online*, pembelian dapat dilakukan tanpa terbatas. Konsumen cukup melakukan pemesanan dari internet dan melakukan pembayaran via transfer rekening antar bank ataupun menggunakan fasilitas layanan keuangan digital (*e-money*) yang ada.

Model pemanfaatan dan penerimaan teknologi informasi semacam ini, telah banyak dikembangkan oleh para peneliti salah satunya adalah *Theory Acceptance Model* (TAM). *Theory Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Davis (2009). TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang lebih dulu dikembangkan oleh Davis (2009). Menurut Davis (2009), *Theory Reasoned Action* (TRA) merupakan model penelitian yang secara luas

berasal dari psikologi sosial yang berhubungan dengan determinan tujuan pelaku yang dilakukan secara sadar.

Menurut Davis (2009), TAM menganggap bahwa pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat mempunyai dampak langsung terhadap tujuan pengadopsian suatu teknologi, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung terhadap tujuan pengadopsian melalui persepsi manfaat. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan model TAM oleh Davis (2009) menemukan bahwa kemudahan penggunaan (PEOU) mempunyai pengaruh terhadap penggunaan (PU), penggunaan (PU) berpengaruh terhadap niat menggunakan (ITU) keinginan menggunakan (ITU) berpengaruh terhadap penggunaan senyatanya kemudahan penggunaan (PEOU) tidak mempunyai pengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan (ITU).

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk memilih dan membahas skripsi dengan judul : **Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan.**

I.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?
2. Apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?

3. Apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?
4. Apakah ada pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual System Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?
5. Apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?
6. Apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan?

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.
2. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.
3. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.
4. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual System Use* pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.
5. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.

6. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan serta pemikiran khususnya mengenai analisis penggunaan aplikasi LinkAja dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan. Khususnya masalah analisis penggunaan aplikasi LinkAja dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi tambahan informasi mengenai analisis penggunaan aplikasi LinkAja dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada GraPARI Telkom Group Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

II.1.1.1 Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model penerapan teknologi yang mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Cheng (2010) yang digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi. TRA ini tersusun dari asumsi dasar bahwa setiap manusia berperilaku dengan sadar dalam mengendalikan diri dan mempertimbangkan penggunaan informasi yang tersedia untuk digunakan dalam kehidupannya. Chang (2010) menyatakan bahwa niat seseorang dalam melakukan sebuah perbuatan tertentu dapat dipengaruhi oleh dua faktor penentu, yang pertama yaitu berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan pengaruh yang selanjutnya adalah pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*).

Penekanan TRA yang diperkenalkan memiliki prinsip sebagai berikut: menentukan bagaimana mengukur komponen sikap perilaku yang relevan, membedakan antara keyakinan ataupun sikap, dan menentukan rangsangan eksternal. Sehingga dengan model TRA menyebabkan reaksi dan persepsi pengguna terhadap sistem informasi yang akan menentukan sikap dan perilaku pengguna tersebut.

Dengan dasar teori yang kuat melalui adopsi TRA, Davis mengembangkan Model TAM pada tahun 1986. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Menurut Davis (2009) Konsep *Technology Acceptance Model (TAM)*, merupakan sebuah teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi dengan berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*).

Tujuan TAM di antaranya yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara general serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai untuk menyediakan dasar dalam rangka mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap landasan psikologis. TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan ini melalui pengidentifikasian sejumlah kecil variabel pokok, yang didapatkan dari penelitian sebelumnya terhadap teori maupun faktor penentu dari penerimaan teknologi, serta menerapkan TRA sebagai latar belakang teoritis dalam memodelkan relasi antara variabel.

Selain TAM, model lain juga dapat digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan mengapa pengguna menerima atau menolak suatu sistem informasi, salah satunya adalah model *Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology (UTAUT)*. Menurut Dasgupta (2012) UTAUT merupakan sebuah

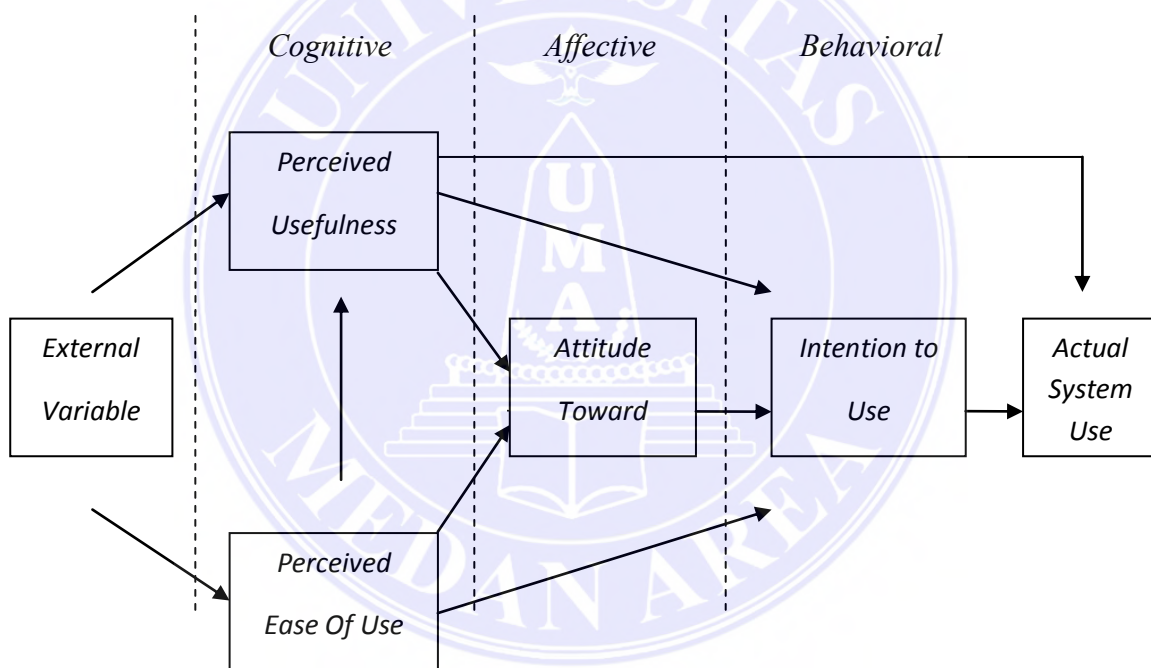
model yang dapat menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang disusun berdasarkan delapan model sebelumnya, kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah *theory of reasoned action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)*, *motivational model (MM)*, *theory of planned behavior (TPB)*, *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization (MPTU)*, *innovation diffusion theory (IDT)*, dan *social cognitive theory (SCT)*.

Namun model penerimaan teknologi (TAM) lebih sederhana dan sebagai model yang memiliki landasan teori cukup kuat untuk digunakan serta model TAM ini terkait dengan sikap interest dan relevansinya terhadap interaksi personal (Doll, 2008). Menurut McCloskey (2006) TAM lebih sederhana penerapannya dari pada model lain, yang mana penggunaan TAM lebih mudah dalam mengaplikasikannya. Hal ini sejalan dengan pendapat McCoy (2005) TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya, dibangun dengan dasar teori yang kuat, telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik. Kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni yaitu model yang sederhana tetapi valid. TAM menjelaskan secara sederhana hubungan sebab akibat antara perilaku dan keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan), tujuan, serta penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi.

Penjelasan tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *Technology Acceptance Model* yang menentukan sikap

konsumen dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan *retail web*. Selain itu TAM diyakini mampu meramalkan penerimaan pemakai terhadap teknologi berdasarkan dampak dari dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*). *Actual System Use* adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi.

Dapat dilihat pada Gambar 2.1 yang menunjukkan model *Technology Acceptance Model (TAM)*.



Gambar 2.1 Model *Technology Acceptance Model (TAM)*

Dengan demikian, TAM dalam penelitian ini merupakan variabel yang digunakan untuk menganalisis variabel perilaku adopsi konsumen dalam penerimaan untuk penggunaan *web*. Adapun dimensi dari variabel TAM, yaitu:

II.1.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Chang (2010) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan sebuah ukuran dimana seseorang memiliki kepercayaan bahwa komputer atau teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan untuk membantu pekerjaan tertentu. Definisi lainnya dari persepsi kemudahan yaitu penggunaan sebagai ukuran dimana pengguna di masa yang akan datang menganggap sistem tersebut bebas hambatan.

Persepsi kemudahan penggunaan dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. Teknologi informasi komputer yang mudah akan diaplikasikan oleh perusahaan dan dipakai oleh konsumen dalam melakukan transaksi.

Chang (2010) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi beban usaha dirinya dalam mengerjakan sesuatu. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Chang (2010) memberikan beberapa indikator dari *perceived ease of use*: mudah dipelajari/dipahami (*ease of learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil (*easy to become skillful*), mudah digunakan (*ease to use*). Berikut ini

merupakan penjelasan dari masing-masing indikator persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Chang (2010):

- 1) Mudah dipelajari/dipahami (*ease of learn*) artinya konsumen dapat dengan jelas memahami bagaimana mempelajari sistem transaksi melalui *web*.
- 2) Dapat dikontrol (*controllable*) artinya fasilitas dan fitur yang disediakan dalam *website* berfungsi dengan baik.
- 3) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*) maksudnya fasilitas atau fitur *website* sesuai dengan kegunaanya, fitur yang disajikan lengkap dan tidak menimbulkan persepsi lain.
- 4) Fleksibilitas (*flexible*) adalah transaksi dapat dilakukan dengan tanpa hambatan dan dapat dilakukan kapan saja tanpa terbatas oleh tempat dan waktu.
- 5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) maksudnya dalam penggunaan selanjutnya konsumen dapat mengakses *website* dengan mudah sesuai keinginannya setelah satu kali menggunakan.
- 6) Mudah dioperasikan/digunakan (*easy to use*) maksudnya melalui *web* proses transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan dinamis, tidak menimbulkan kesulitan dalam proses pembelian maupun penyewaan barang.

II.1.1.3 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Menurut Chang (2010), Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai suatu ukuran dalam penggunaan suatu teknologi dipercaya

akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Chang (2010) menyatakan persepsi terhadap kegunaan sebagai kemampuan subjektif para pengguna untuk masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi.

Davis (2009) kemudian mengemukakan kesimpulan bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan dampak yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam menjalankan tugas mereka. Davis (2009) juga menyatakan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi, jika orang tersebut memiliki pemahaman mengenai manfaat atau kegunaan (*usefulness*) yang baik atas kegunaannya.

Perceived usefulness (persepsi kegunaan penggunaan) merupakan salah satu poin dalam model TAM, yang telah diuji dalam penelitian Davis (2009). Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor ini terbukti secara empiris, dapat menjelaskan alasan pengguna akhir dalam menggunakan sistem informasi serta menjelaskan bahwasanya sistem baru yang ketika itu sedang dikembangkan, diterima oleh para pengguna akhir. Davis (2009) memberikan beberapa indikator persepsi kegunaan penggunaan (*perceived usefulness*) yaitu mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), mengembangkan prestasi kinerja (*improve job performance*), efektivitas (*effectiveness*), menambah produktivitas (*increase productivity*), membuat pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*) dan kegunaan (*usefull*). Indikator dari persepsi kegunaan penggunaan (*Perceived usefulness*) menurut Davis (2009):

- 1) Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*) maksudnya *web* dapat mempersingkat waktu yang digunakan dalam proses menyelesaikan suatu aktivitas pekerjaan.
- 2) Meningkatkan kinerja (*improve job performance*) maksudnya Dengan menggunakan *web* dapat meningkatkan transaksi yang dilakukan oleh konsumen.
- 3) Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*) artinya *web* dapat meningkatkan produktivitas konsumen dalam transaksi pembelian.
- 4) Efektivitas (*effectiveness*) adalah dengan menggunakan *web* dapat mempercepat waktu bagi konsumen dalam melakukan transaksi.
- 5) Menjadi lebih mudah (*makes job easier*) adalah dengan menggunakan *web* konsumen dapat dengan mudah untuk melakukan proses belanja.
- 6) Berguna (*Usefull*) artinya *web* berguna bagi konsumen untuk melakukan proses transaksi.

II.1.1.4 Sikap Terhadap Pengaplikasian (*Attitude Toward Using*)

Menurut Davis (2009) sikap terhadap pengaplikasian atau (*attitude toward using*) dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Davis (2009) menyatakan bahwa sikap menyatakan apa yang kita sukai dan tidak. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*) dan komponenkomponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).

Davis (2009) menyatakan bahwa sikap terhadap pengaplikasian (*attitude toward using*) dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan suatu

sistem yang memiliki bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak apabila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam setiap pekerjaannya. Faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individu. Pendapat lain dinyatakan oleh Chang (2010) mendefinisikan bahwa sikap merupakan salah satu bentuk evaluasi terhadap konsekuensi setelah melaksanakan suatu perilaku.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap pengaplikasian sesuatu adalah sikap pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk, hal ini dapat diaplikasikan guna memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Sikap terhadap pengaplikasian teknologi (*attitude toward using technology*), diartikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang keingintahuannya dalam menggunakan teknologi.

Menurut Davis (2009) Untuk mengukur Sikap terhadap pengaplikasian teknologi ini diukur dengan menggunakan *Semantic Differential Scale* melalui empat indikator yaitu:

- 1) Menggunakan *web* adalah sangat menyenangkan
- 2) Menggunakan *web* adalah sangat menarik,
- 3) Menggunakan *web* adalah sangat berguna
- 4) Menggunakan *web* adalah tidak membosankan.

II.1.1.5 Minat Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*)

Minat perilaku pengguna merupakan bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 2009). Tingkat

pengguna sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan dalam menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap terus menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Menurut Davis (2009) mendefinisikan minat perilaku pengguna teknologi (*behavioral intention to use*) sebagai minat (keinginan) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

Proses adopsi dapat ditunjukkan kepada seseorang yang memutuskan untuk menjadikan dirinya sebagai seorang pengguna regular dari suatu produk atau jasa serta persepsi orang yang membuat keputusan adopsi kepada suatu produk atau jasa merupakan sebuah kunci dalam proses adopsi. Davis (2009) menyatakan bahwa konsumen melewati “proses pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi” sebelum mereka memutuskan untuk mengadopsi suatu produk atau jasa.

Dalam mengadopsi sebuah *web* seorang *adopter* (pengadopsi) akan melewati tahapan-tahapan tertentu sebelum membuat keputusan apakah akan menerima atau mengadopsi atau menolak sebuah teknologi. Davis (2009) menyatakan bahwa “suatu proses yang melalui sebuah unit pembuatan keputusan individual atau lainnya melewati dari tahap pertama pengetahuan dari sebuah inovasi teknologi, untuk membentuk suatu perilaku terhadap inovasi teknologi, untuk sebuah keputusan penerimaan atau penolakan, untuk menerapkan ide baru dan mengkonfirmasi keputusan ini”. Adopsi teknologi merupakan keputusan menerima dan menggunakan suatu inovasi atau teknologi baru dalam suatu tahap atau tingkat tertentu oleh seseorang atau kelompok.

Sedangkan menurut Davis (2009) sikap atau perilaku adalah perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Perilaku seseorang terhadap menggunakan atau mengadopsi teknologi atau sistem bergantung kepada manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dalam *Technology Acceptance Model*, menunjukkan bahwa saat pengguna dihadirkan sebuah teknologi baru, sejumlah faktor datang ke keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan *adopter* (pengadopsi) akan menggunakan teknologi yang disajikan (Davis, 1989).

Untuk mengukur apakah konsumen akan menggunakan *web* digunakan satu indikator melalui jawaban ya atau tidak terhadap pertanyaan apakah anda menggunakan *web* untuk membeli produk atau layanan. Karena ini merupakan ukuran perilaku yang terbatas, hal ini dapat diterima karena mengambil dari perilaku yang sebenarnya.

II.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai upaya memperjelas tentang variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Harris (2017)	Analisis <i>Technology Acceptance</i>	<i>Percieved Usefulness dan Percieved Ease of Use</i> sebagai	Hasil pengujian adalah Pada institusi Universitas Internasional Batam,

		<i>Model (TAM) Terhadap Tingkat Penerimaan E-Learning Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Empiris pada Universitas Internasional Batam dan UPBJJ-UT Batam).</i>	variabel independen sedangkan <i>Attitude Towards dan Intention to Use</i> sebagai variabel dependen	terlihat bahwa penggunaan <i>e-learning</i> belum maksimal. Berdasarkan karakteristik variabel <i>attitude towards</i> dan variabel <i>intention to use</i> yang menyatakan bahwa pilihan responden sangat beragam terbukti dengan nilai standar deviasi yang besar yaitu $> 0,900$ dan nilai rata-ratanya cuma diantara 4 dan 5. Hal ini besar kemungkinan kurangnya peran dosen dalam memberikan acuan untuk menggunakan sistem <i>e-learning</i> yang sudah disediakan. Hal tersebut bisa disebabkan kurangnya sosialisasi sistem <i>e-learning</i> yang ada kepada para tenaga pengajarnya sendiri sehingga mereka tidak menggunakannya atau mungkin tampilan antar muka yang tersedia belum mewakili kebutuhan mereka dalam proses
--	--	---	---	--

				belajar mengajar yang dilakukan
2.	Devi (2014)	Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & SPA	<i>computer self efficacy</i> , <i>personalization</i> dan <i>trust</i> sebagai variabel independen sedangkan <i>Attitude Towards</i> dan <i>Intention to Use</i> sebagai variabel dependen	Hasil pengujian adalah <i>computer self efficacy</i> dan <i>trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> , sedangkan <i>personalization</i> tidak berpengaruh terhadap keduanya
3.	Nurfiyah. (2019)	Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> Pada Aplikasi <i>Platform Perdagangan Elektronik</i> Di Kalangan Mahasiswa	<i>Perceived usefulness</i> , <i>Perceived ease of use</i> , <i>Attitude</i> , dan <i>Intention to use</i> sebagai variabel independen sedangkan penerimaan penggunaan aplikasi Shopee sebagai variabel dependen	Hasil pengujian adalah faktor <i>Perceived usefulness</i> , <i>Perceived ease of use</i> , <i>Attitude</i> , dan <i>Intention to use</i> semua berpengaruh signifikan pada penerimaan penggunaan aplikasi Shopee dikalangan Mahasiswa. Hasil pengujian secara keseluruhan yang dihasilkan <i>R squares adjusted</i> sebesar 0.550 atau 55% dengan nilai <i>T value</i> pada <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Attitude</i> memiliki nilai sebesar 7.861, <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Perceived ease of use</i> memiliki nilai

				sebesar 9.777, <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to use</i> memiliki nilai sebesar 8.476 sehingga hasil ini menunjukkan bahwa nilai <i>T value</i> lebih besar dari taraf signifikansi 5% dan dapat diambil kesimpulan bahwa faktor <i>Perceived usefulness</i>, <i>Perceived ease of use</i>, <i>Attitude</i>, dan <i>Intention to use</i> saling berpengaruh signifikan terhadap pengguna aplikasi Shopee di kalangan Mahasiswa
4	Rahayu (2017)	Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta)	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> sebagai variabel independen sedangkan <i>Attitude Towards</i> dan <i>Intention to Use</i> sebagai variabel dependen	Dari enam hipotesis yang diajukan satu hipotesis dinyatakan tidak diterima, yaitu hipotesis yang menyatakan <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i>. Kelima hipotesis yang lain yaitu <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh terhadap <i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using</i>, <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using</i>, <i>Attitude Toward Using</i> berpengaruh terhadap <i>Behavioral</i>

				<i>Intention, Behavioral Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Actual Usage</i> dinyatakan dapat diterima.
5	Kurniawan (2013)	Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i> Dengan Menggunakan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> Dan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	<i>Percieved Usefulness</i> dan <i>Percieved Ease of Use</i> sebagai variabel independen sedangkan <i>Attitude Towards</i> dan <i>Intention to Use</i> sebagai variabel dependen	Hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa secara langsung dan tidak langsung variabel <i>perceived ease of use</i> memiliki pengaruh terhadap variabel <i>attitude toward use</i> dengan melalui variabel <i>perceived usefulness</i> . <i>Attitude toward use</i> memiliki pengaruh terhadap <i>behavior intention</i> .

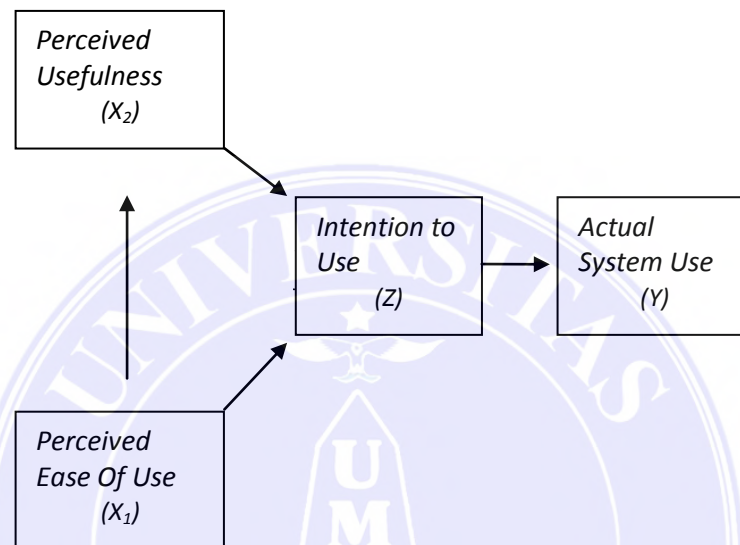
II.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pikir merupakan intisari dari teori yang telah dikembangkan dan dapat mendasari perumusan hipotesis dalam sebuah penelitian. Teori yang telah dikembangkan dalam rangka untuk memberi suatu jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang menyatakan pengaruh antar variabel berdasarkan pembahasan teoritis. Dari kajian pustaka yang telah dibahas pada Bab II dapat menjelaskan aspek perilaku adopsi pengguna dari dua variabel. Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan *web*.

Gambar 2.2

Kerangka Konseptual :

Analisis Penggunaan Aplikasi LinkAja Dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Grapari Telkom Group Medan



Dalam penelitian ini, terdapat permasalahan yang dianggap penting yang terkait Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Actual System Use* dan *Intention to Use* sebagai variabel intervening.

II.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ Ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness* pada aplikasi LinkAja di Grapari Telkom Group Medan.

- H₂ Ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di Grapari Telkom Group Medan.
- H₃ Ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi LinkAja di Grapari Telkom Group Medan.
- H₄ Ada pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual System Use* pada aplikasi LinkAja di Grapari Telkom Group Medan.
- H₅ Ada pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.
- H₆ Ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

III.1.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk membandingkan karakteristik individu atau kelompok. Penelitian ini menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam penelitian ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik dari suatu penelitian sesuatu sebagaimana adanya.

III.1.2 Lokasi

Penelitian ini dilakukan di GraPARI Telkom Group Medan, Jalan Putri Hijau No. 1, Kelurahan Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan (20111)

III.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Nov 2019 – April 2020. Berikut ini rencana penelitian yang dapat dilihat pada **Tabel 3.1**.

Tabel 3.1
Proses Penelitian

Kegiatan	2018/2019												2019/2020											
	Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																								
Penyusunan Proposal																								
Seminar Proposal																								
Pengolahan Data																								
Seminar Hasil																								
Bimbingan Skripsi																								
ACC Bimbingan																								
Sidang Skripsi																								

III.2 Populasi dan Sampel Penelitian

III.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Kuncoro, (2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengunjung GraPARI Telkom Group Medan yang diambil dari rata-rata kunjungan dalam satu hari, yaitu berjumlah 150 orang.

III.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti untuk sekedar angket – angket maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika

jumlah subjeknya lebih besar dari 100 dapat diambil 0% s.d 15% atau 20% atau lebih. (Sugiyono,2014).

Peneliti mengambil sampel sebanyak 20% dari jumlah populasi 150 orang menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017:82), sehingga sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah $20\% \times 150 \text{ orang} = 30 \text{ orang}$ pengguna aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan.

III.3 Variabel Penelitian & Definisi Operasional

III.3.1 Variabel Penelitian

- a) Variabel Independent (X) terdiri atas *Perceived Ease Of Use* (X_1) dan *Perceived Usefulness* (X_2)
- b) Variabel Dependen (Y) adalah *Actual System Use* dan Variabel *Intervening* (Z) *Intention to Use*

III.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel-variabel suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya.

Definisi variabel memberikan dan menuntun arah penelitian bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₂)	Menurut Chang (2010), Persepsi kegunaan (perceived usefulness) didefinisikan sebagai suatu ukuran dalam penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.	Menurut Chang (2010), Mempercepat pekerjaan (work more quickly) Meningkatkan kinerja (improve job performance) Meningkatkan produktivitas (increase productivity). Efektivitas (effectiveness) Menjadi lebih mudah (makes job easier) melakukan proses belanja. Berguna (Usefull)	Skala Likert
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X ₁)	Menurut Chang (2010) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan sebuah ukuran dimana seseorang memiliki kepercayaan bahwa komputer atau teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan untuk membantu pekerjaan tertentu.	Menurut Chang (2010), Mudah dipelajari/dipahami (ease of learn). Dapat dikontrol (controllable) Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable). Fleksibilitas (flexible) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (easy to become skillful) Mudah dioperasikan/digunakan (easy to use)	Skala Likert
<i>Intention to Use</i> (Z)	Menurut Davis (2009) merupakan bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi.	Menurut Davis (2009), Apakah anda menggunakan web untuk membeli produk atau layanan. Ya = Score 1 Tidak = Score 0	Skala Likert
<i>Actual System Use</i> (Y)	Menurut Davis (2009) merupakan kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepskan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi.	Menurut Davis (2009) Kondisi system saat ini Baik = Score 1 Tidak Baik = Score 0	Skala Likert

Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran masing – masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena

sosial.

Skala likert akan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun instrument yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan (Sugiono, 2014).

Tabel 3.3
Instrument Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono, (2014:98)

III.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

III.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif yaitu berupa data jawaban responden dari kuesioner yang akan di tabulasi kedalam bentuk angka-angka yang akan diolah menggunakan program SPSS Versi 16.0.

III.4.2 Sumber Data

1. Sumber Data Primer yaitu data diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu responden GraPARI Telkom Group Medan dengan menyebarkan kuesioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan. Data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

2. Sumber Data Sekunder yaitu data-data berupa catatan, literatur, jurnal berkaitan dengan permasalahan dalam skripsi ini yang dikumpulkan melalui internet

III.5 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Angket / kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.
2. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi).
3. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

III.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif sumber data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang telah disediakan (kuisisioner). Valid artinya data yang diperoleh melalui

kuisisioner dapat menjawab tujuan penelitian berdasarkan jumlah n (sampel/responden) pada derajat kebebasannya r_{table} ($df = n-k$) harus lebih dari ($<$) 0.30. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan (kuisisioner) menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, lebih dulu diuji kelayakan model Regresi Berganda (*Multiple regression*) agar perkiraan menjadi tidak bias, maka dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti dan mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data ini digunakan pendekatan grafik, yaitu *Normality Probability Plot*. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data

(titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogorov smirnov*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidak samaan *variance* dari residual suatu pengamatan lainnya. Model regresi yang tidak baik adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidanya pola tertentu pada *scatterplot*. Jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2014:140), “Uji F digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama). Uji F menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan nilai $\alpha = 0,05$ (5%). Kriteria pengujian adalah :

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : \beta_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).”.

Kriteria pengambilan keputusannya :

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig F > 5\%$

Tolak H_0 (terima H_a), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig F < 5\%$

b. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2045:140), “Uji parsial dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial, dimana uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan nilai $\alpha = 0,05\%$. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)..

$H_a : \beta_1 : \beta_2 \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)..

Kriteria pengambilan keputusannya :

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig\ t > 5\%$

Tolak H_0 (terima H_a), apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig\ t < 5\%$

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2014:141), “Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas semakin besar pengaruhnya terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinan (R^2) semakin

kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil”.

6. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Supriyanto dan Maharani (2013:61) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul (dalam penelitian kuantitatif). Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). *Path analysis* atau analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan diantara variabel (Supriyanto dan Maharani, 2013:74). Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel (endogen). Koefisien jalur (*path*) adalah koefisien regresi yang distandarkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (Z-score).

Diagram jalur menggambarkan pola hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah uji menguji dan mengetahui seberapa besar pengaruh harga bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan persamaan:

Persamaan I	:	$Z = P_1X_1 + P_1X_2 + \epsilon_1$
Persamaan II	:	$Y = P_3X_1 + P_3X_2 + P_2Z + \epsilon_2$

Keterangan:

X_1 = *Perceived Ease Of Use (Exogenous Variabel)*

X_2 = *Perceived Usefulness (Exogenous Variabel)*

Z = *Intention to Use (Intervening Variabel)*

Y = *Actual System Use (Endogenous Variabel)*

P = Jalur Koefisien Regresi

ϵ = Jumlah varian ($\epsilon = 1 - R^2$)

7. Uji Mediasi

Untuk melihat apakah *Intention to Use* menjadi variabel yang memediasi antara *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* dengan menggunakan *standardized coefficients beta* yang terstandarisasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use* dengan *Intention to Use* sebagai variabel *intervening*.

$P_3 > P_1 \times P_2$, artinya *Intention to Use* tidak menjadi variabel yang memediasi antara *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use*.

$P_3 < P_1 \times P_2$, artinya *Intention to Use* menjadi variabel yang memediasi antara *Perceived Ease Of Use* terhadap *Actual System Use*.

Pengujian mediasi dengan kriteria pengaruh keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $P_3 > P_1 \times P_2$

Tolak H_0 (terima H_a), apabila $P_3 < P_1 \times P_2$

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* dengan *Intention to Use* sebagai variabel *intervening*.

$P_3 > P_1 \times P_2$, artinya *Intention to Use* tidak menjadi variabel yang memediasi antara *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use*.

$P_3 < P_1 \times P_2$, artinya *Intention to Use* menjadi variabel yang memediasi antara *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use*.

Pengujian mediasi dengan kriteria pengaruh keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_a), apabila $P_3 > P_1 \times P_2$

Tolak H_0 (terima H_a), apabila $P_3 < P_1 \times P_2$

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
2. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
3. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
4. *Intention to Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual System Use* pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
5. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
6. *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel intervening pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan untuk manajemen GraPARI Telkom Group Medan yaitu:

1. Hendaknya perusahaan memperhatikan sisi *Perceived Ease of Use* ketika mengembangkan produk layanan berbasis teknologi, terutama yang berhubungan dengan tingkat validasi transaksi, misal: *password* atau isi SMS OTP. Dengan demikian, selain proses transaksi yang mudah, juga tingkat keamanannya terjamin.
2. Peneliti hanya melakukan penelitian pada GraPARI Telkom Group Medan saja, sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti pada perusahaan lain sebagai pembandingan karena perusahaan juga harus mengetahui dan menindaklanjuti tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan produk maupun layanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang Boon Patrick Lee dan Gouhua Wan. 2010. Including Subjective Norm and Technology Trust in the Technology Acceptance Model: A Case of E-Ticketing in China. *The Data Base for Advances In Information Systems*, 41(2), pp: 40-51.
- Cheng-Tsung Lu, Shaio-Yan Huang, & Pang-Yen Lo. 2010. An Empirical Study of On-line Tax Filling Acceptance Model: Integrating TAM and TPB. *African Journal of Business Management*, 4(5), pp: 800-810.
- Dasgupta, Subhasih, Mary Granger, & Nina McGarry. 2012. User Acceptance of E-Collaboration Technology: An Extension of the Technology Acceptance Model. Dalam *Group Decision and Negotiation*, 11(2), h: 87-100.
- Davis, Joshua M., Lorraine S. Lee, & Mun Y. Yi. 2009. Time-User Preference and Technology Acceptance: Measure Development of Computer Polychronicity. *American Journal of Business*, 24(2), pp: 23-31.
- Devi, Ni Luh Nyoman Sherina (2014). Analisis *Technology Acceptance Model* (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & SPA.
- Doll, William J., Anthony Hendrickson, & Xiaodong Deng. 2008. Using Davis's Perceived Usefulness and Ease-of-use Instruments for Decision Making: A Confirmatory and Multigroup Invariance Analysis. *Decision Sciences*, 29(4), pp: 839-869.
- Harris, Ibnu. (2017). Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Tingkat Penerimaan *E-Learning* Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Empiris pada Universitas Internasional Batam dan UPBJJ-UT Batam).

- Kurniawan, David. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* Dan *Theory Of Reasoned Action*
- McCloskey, Donna Weaver. 2006. The Importance of Ease of Use, Usefulness, and Trust to Online Consumers: An Examination of the Technology Acceptance Model with Older Consumers. *Journal of Organizational and End User Computing*, 18(3), pp: 47-65.
- McCoy, Scott, Andrea Everard, & Brian M. Jones. 2005. An Examination of the Technology Acceptance Model in Uruguay and the US: A Focus on Culture. *Journal of Global Information Technology Management*, 8(2), pp: 27-45.
- Nurfiah. (2019). Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi Platform Perdagangan Elektronik Di Kalangan Mahasiswa.
- Rahayu, Flourensia Spty. (2017). Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sugiyono (2014). *Strategic Marketing Plan* , Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Supriyanto, Achmad Sani dan Vivin Maharani. 2013. Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data. Malang: UIN-Malang Press.