



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

Dasar Penelitian ini adalah teori inovasi Rogers. Sedangkan model rujukan yang digunakan yaitu *Technology Acceptance Model* Davis 1985 yang merupakan pengembangan dari teori adopsi inovasi Rogers

1. Inovasi

Inovasi merupakan praktik, objek serta ide yang dipersepsikan sebagai suatu hal yang baru oleh individu ataupun kelompok. Baik sebuah ide tersebut secara "objektif" baru atau tidak baru yang diukur melalui selang waktu sejak pertama kali digunakan atau ditemukan. Apabila suatu ide yang ditemukan serta *perceived newness* atau persepsi baru dapat dirasakan oleh suatu individu dan individu tersebut merasakan sebuah reaksi dimana hal tersebut terasa baru bagi individu maka hal tersebut disebut dengan inovasi (Rogers, 1983: 11)

Kebaruan dalam suatu inovasi tidak hanya mencakup informasi baru, yang dimana seseorang dimungkinkan telah mempelajari, mengetahui atau menyadari sebuah inovasi selama jangka waktu tertentu, namun belum dapat mengembangkan sebuah sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan pada inovasi tersebut sehingga inovasi tersebut belum dapat diadopsikan. Aspek "kebaruan" dari inovasi dapat dimungkinkan untuk dinyatakan dalam bentuk pengetahuan, persuasi, ataupun keputusan untuk mengadopsi (Rogers, 1983: 11).

Berdasarkan Rogers (1983: 15-16) terdapat karakteristik dari inovasi sebagai persepsi dari suatu individual antara lain:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. *Relative advantage* atau keuntungan relatif merupakan sebuah tingkat yang dimana inovasi tersebut dianggap lebih baik dari gagasan yang sudah di kemukakan sebelumnya. Tingkatan dari keuntungan relatif dapatlah diukur dalam istilah ekonomi namun selain istilah ekonomi, terdapat juga faktor sosial, kenyamanan, dan kepuasan juga merupakan komponen-komponen penting pada tingkatan dari keuntungan relatif. Tidak masalah apakah suatu inovasi memiliki keunggulan kesepakatan keuntungan "objektif". Hal yang terpenting adalah apakah seseorang menganggap inovasi itu menguntungkan. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan individu dari suatu inovasi yang telah ditemukan, maka akan semakin cepat juga tingkat dari pengadopsian dari inovasi tersebut.
- b. *Compability* atau komabilitas merupakan sebuah sebuah tingkatan dimana suatu inovasi dirasakan sebagai nilai-nilai konsistensi, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan adopsi yang potensial. Ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma umum dari suatu sistem sosial maka tidak akan diadopsi dengan cepat sebagai inovasi yang kompatibel. Pengadopsian suatu inovasi yang tidak kompatibel seringkali membutuhkan pengadopsian yang baru terlebih dahulu dengan sistem nilai yang baru sehingga perlu adanya suatu adaptasi yang lebih untuk menyesuaikan nilai yang baru tersebut.
- c. *Complexity* atau kompleksitas merupakan tingkatan sulit dipahami dan digunakan dari suatu inovasi yang tercipta. Beberapa inovasi yang baru dapat dengan mudah dipahami oleh sebagian besar sistem sosial, namun untuk inovasi yang sulit dipahami akan lambat untuk diadopsikan. Pada umumnya, semakin waktu berjalan maka ide-ide yang baru akan lebih sederhana untuk dipahami dan lebih banyak diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membutuhkan pengembangan keterampilan baru dan pemahaman untuk diadopsi.

- d. *Trialability* atau kemampuan untuk dicoba merupakan sebuah keadaan dari suatu inovasi dapat diuji cobakan secara terbatas. Ide-ide baru yang dapat diuji cenderung diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang tidak dapat diterapkan..
- e. *Observability* atau observabilitas merupakan yang hasil dari suatu inovasi yang baru dapat terlihat dan disaksikan oleh pihak lain. Semakin mudah bagi seseorang untuk melihat hasilnya suatu inovasi maka semakin besar pula kemungkinan bagi mereka untuk mengadopsinya dan visibilitas seperti itu dapat menstimulasi diskusi mengenai ide baru.

Secara umum, inovasi yang dipersepsikan oleh penerima mempunyai karakteristik keunggulan yang relatif lebih baik, kompatibilitas, kemampuan untuk dicoba, observabilitas serta tingkat kerumitan yang lebih sedikit maka inovasi tersebut dapat diadopsi lebih cepat daripada inovasi lainnya. Namun hal tersebut bukanlah satu-satunya kualitas yang memengaruhi adopsi, namun penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa karakteristik diatas merupakan bagian yang paling penting bagi inovasi dalam menentukan tingkat adopsi (Rogers, 1983: 16).

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) dikemukakan Davis pada tahun 1985 atas dasar dua tujuan utama, yang pertama adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang proses penerimaan pengguna dan dengan demikian memberikan pemahaman teoretis tentang desain dan implementasi sistem informasi yang sukses. Tujuan kedua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

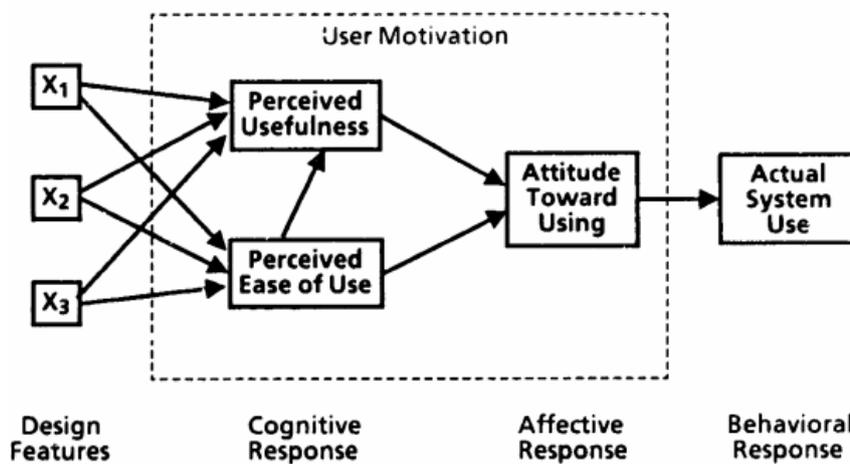
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

adalah bahwa TAM menyediakan landasan teoretis untuk "pengujian penerimaan pengguna" praktis. Metodologi yang memungkinkan perancang dan pelaksana sistem untuk mengevaluasi sistem baru yang diusulkan (Davis, 1985). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan berdasarkan adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dengan Fishbein pada tahun 1977.

Gambar 2.1

Model *Technology Acceptance Model*



Sumber: *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems Theory and Results*, Fred D. Davis, Jr. (1985: 24)

Dalam *technology acceptance model*, penggunaan suatu sistem inovasi atau informasi dipengaruhi oleh dua konstruk yaitu *perceived usefulness* dan juga *perceived ease of use*. yang dimana dua konstruk tersebut akan dipengaruhi oleh fitur desain atau *design features*. Pada *user motivation* merupakan bagian pada model yang terdiri dari beberapa variabel sebagai berikut:

- a. *Perceived usefulness* didefinisikan oleh Davis (1985) sebagai tingkatan yang dimiliki oleh seorang individu dapat mempercayai bahwa suatu sistem dapat



meningkatkan performa dan mempermudah pekerjaan dari pihak individu tersebut.

- b. *Perceived easy to use* didefinisikan oleh Davis (1985) sebagai tingkatan yang membuat seorang individu mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan mengurangi usaha yang dilakukan oleh fisik dan mental.
- c. *Attitude toward using* berdasarkan teori TAM didefinisikan oleh Davis (1985) sebagai sebuah penentu dimana suatu individu akan menggunakan suatu sistem tersebut atau tidak dan hal ini diukur berdasarkan persepsi *easy to use* dan persepsi *usefulness*.

Fitur desain secara langsung memengaruhi kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Karena fitur desain termasuk dalam kategori variabel eksternal, dengan teori bahwa fitur desain tidak memiliki efek langsung pada sikap atau perilaku, melainkan mempengaruhi variabel-variabel secara tidak langsung melalui manfaat yang dirasakan serta kemudahan yang dirasakan penggunaan (Davis, 1985)

Pada penelitian ini model *technology acceptance model* menggunakan tiga variabel eksternal yaitu kerumitan, efikasi diri, dan akses pada koneksi internet. Kerumitan (*complexity*) merupakan tingkatan sulit dipahami dan digunakan dari suatu inovasi yang tercipta. Beberapa inovasi yang baru dapat dengan mudah dipahami oleh sebagian besar sistem sosial, namun untuk inovasi yang sulit dipahami akan lambat untuk diadopsikan (Davis, 1985). Kemudian variabel eksternal kedua yaitu efikasi diri (*self-efficacy*) menurut (Bandura, 1995: 2) menyatakan bahwa persepsi efikasi diri didasarkan pada kepercayaan seseorang pada tingkat kapabilitasnya untuk mengorganisasikan sistem dan juga mengambil tindakan yang diperlukan untuk dilakukan berdasarkan pada situasi. Dan variabel eksternal terakhir yaitu akses pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



koneksi internet, Laundon (2018: 39) menyatakan bahwa di kehidupan yang sekarang untuk keseharian bisnis tanpa adanya akses internet akan sangat sulit untuk dipikirkan. Laundon (2018: 280) menuliskan akses pada internet sudah mulai berkembang dan mulai digunakan oleh setiap perangkat. Laundon (2018: 307) juga menyatakan bahwa dengan adanya koneksi internet menggantikan layanan kabel untuk mengakses internet dimana saja dan kapan saja.

3. Sikap

Sikap adalah kecenderungan untuk merespon secara positif atau negatif terhadap suatu objek, orang, lembaga atau bahkan peristiwa. Meskipun definisi formal sikap bervariasi, sebagian besar psikolog sosial setuju bahwa karakteristik sikap bersifat evaluatif (pro dan kontra, menyenangkan-tidak menyenangkan) (Ajzen, 2005: 3). Ajzen (2005: 94) juga menyatakan bahwa berdasarkan prinsip kompabilitas maka suatu perilaku seseorang dapat diprediksikan melalui *attitude toward behavior* atau sikap atas perilaku.

Sikap dibentuk melalui paradigma stimulus-respons yang sederhana. Diasumsikan bahwa seorang individu dihadapkan pada berbagai sikap yang dapat menimbulkan ketegangan dalam suatu lingkungan. Sikap-sikap tertentu diperkuat dengan cara berpikir yang tepat, sehingga sikap tersebut memiliki suatu nilai (Mostyn, 1978)

Sikap sendiri dinyatakan bahwa lebih kurang tertanam pada struktu personalitas dasar yang dimana pada sikap sendiri dapat dipengaruhi oleh suatu pendapat dari seorang individu dari pandangan yang ada. Mostyn (1978) sendiri menggambarkan dasar struktur dari seorang individu dengan pohon yang pada bagian batang dijelaskan sebagai sistem kepercayaan yang kemudian mengalir terhadap sikap yang



bukanlah model yang menentukan kelemahan dari teknologi melainkan untuk memprediksi penerimaan pada teknologi. Penelitian terdahulu yang kedua yaitu penelitian dari Santika dan Yadnya (Santika dan Yadna, 2017) yang meneliti mengenai Analisis *Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-Commerce pada UKM Kerajinan di Gianyar*, pada penelitian tersebut membahas mengenai keterbatasan UKM dalam memasuki pasar *online* yang pada penelitian tersebut menggunakan *Technology Acceptance Model* untuk mengetahui adopsi terhadap *e-commerce* dan penelitian tersebut memiliki hasil antara lain:

1. *Perceived ease of use of e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using of e-commerce*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna *e-commerce* tentang kemudahan (*perceived ease of use of e-commerce*) yang terbentuk maka semakin yakin pula sikap pengguna dalam menggunakan *e-commerce* (*attitude toward using of e-commerce*).
2. *Perceived usefulness of e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using of e-commerce*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang manfaat *e-commerce* (*perceived usefulness of e-commerce*) yang terbentuk maka semakin yakin pula sikap pengguna dalam menggunakan *e-commerce* (*attitude toward using of e-commerce*).
3. *Perceived ease of use of e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual usage of e-commerce*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang kemudahan menggunakan *e-commerce* (*perceived ease of use of e-commerce*) yang terbentuk maka semakin tinggi pula tingkat adopsi terhadap *e-commerce* (*actual usage of e-commerce*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik IBIKKG (Kustodian Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. *Perceived usefulness of e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual usage of e-commerce*. Efek positif ini berarti semakin baik pengguna mempersepsikan manfaat e-commerce (*perceived usefulness of e-commerce*), semakin tinggi adopsi e-commerce (*penggunaan aktual e-commerce*).
5. *Attitude toward using of e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual usage of e-commerce*. Efek positif ini berarti semakin percaya diri pengguna tentang *e-commerce* (sikap tentang menggunakan e-commerce), semakin tinggi penerimaan *e-commerce* (*penggunaan aktual e-commerce*)

Pada penelitian terdahulu selanjutnya diteliti oleh Kurniawati, Winarno, dan Arif (Kurniawati et al., 2017) yang memiliki judul penelitian Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi. Pada penelitian tersebut memiliki tujuan menganalisa faktor yang dapat berpengaruh pada persepsi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam aktivitas harian dengan teori yang digunakan yaitu *Technology Acceptance Model*. Pada penelitian ini memiliki hasil atau kesimpulan yaitu:

1. Faktor pengalaman berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan dan memiliki arah hubungan positif.
2. Faktor kompleksitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan yang memiliki arah hubungan negatif
3. Faktor gender terhadap pengaruh persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara signifikan yang bermakna faktor gender tidak pengaruh *perceived usefulness*.
4. Faktor gender terhadap persepsi kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan yang bermakna bahwa faktor gender tidak mempengaruhi *perceived easy of use*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Persepsi kemudahan dalam penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.

6. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan.

7. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan.

Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu penelitian dari Handayani dan Harsono (Handayani dan Harsono, 2016) yang meneliti mengenai aplikasi *technology acceptance model* (TAM) pada komputerisasi kegiatan pertahanan yang pada penelitian ini memiliki hasil atau kesimpulan antara lain:

1. *Computer self efficacy* memiliki pengaruh terhadap persepsi manfaat karyawan.

2. *Computer self efficacy* memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan.

4. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap pada penggunaan.

5. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap pada penggunaan.

6. Sikap pada penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi.

Penelitian sebelumnya selanjutnya yaitu penelitian dari Noerman (Noerman, 2014) yang meneliti mengenai faktor-faktor penggunaan aplikasi sistem informasi dengan pengaruh dari pengalaman, kerumitan, dan efikasi diri dari penggunaan komputer dengan kesimpulan penelitian yaitu Penggunaan dari aplikasi PT. Kimia Farma akan meningkat dengan meningkatnya juga pengalaman yang tinggi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kemudahan dalam kompleksitas atau rendahnya kerumitan, serta tingginya efikasi diri pada penggunaan komputer yang dilalui dengan persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan perilaku intensi pada penggunaan apabila suatu aplikasi dianggap mudah dan berguna.

Penelitian terdahulu terakhir yaitu penelitian dari Rose et al., (Rose et al., 2012) yang meneliti mengenai model dari *Online Customer Experience* dengan kesimpulan penelitian yang memberikan dukungan secara empiris untuk model *Online Customer Experience*, serta membantu mendukung pihak retail *online* untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat perbedaan nyata pada pengalaman belanja secara *online*.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Hasil / kesimpulan
Masron (2017)	<i>Technology Acceptance Model and E-Learning</i>	Pelatihan dan sesi informasi tentang e-learning perlu difokuskan pada pelajar terutama pada bagaimana teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses belajar siswa. Kesimpulannya, TAM bukanlah model deskriptif tidak memberikan kemampuan diagnostik untuk kelemahan spesifik dalam teknologi,. melainkan dapat melayani tujuan mengevaluasi dan memprediksi penerimaan teknologi.
Santika dan Yadnya (2017)	<i>Analisis Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-commerce Pada UKM Kerajinan di Gianyar</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived ease of use of e-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using of e-commerce</i>. 2. <i>Perceived usefulness of e-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using of e-commerce</i>. 3. <i>Perceived ease of use of e-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage of e-commerce</i>. 4. <i>Perceived usefulness of e-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage of e-commerce</i>. 5. <i>Attitude toward using of e-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

<p>Kurniawati, Winarno, dan Arif (2017)</p>	<p>Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Yang Telah Dimodifikasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor pengalaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan dan memiliki arah hubungan positif. 2. Faktor kompleksitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan yang memiliki arah hubungan negatif 3. Faktor gender terhadap pengaruh persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan yang bermakna faktor gender tidak mempengaruhi <i>perceived usefulness</i>. 4. Faktor gender terhadap persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan yang bermakna bahwa faktor gender tidak mempengaruhi <i>perceived easy of use</i>. 5. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. 6. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan. 7. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan.
<p>Handayani dan Harsono (2016)</p>	<p>Aplikasi <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Pada Komputerisasi Kegiatan Pertahanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computer self efficacy berpengaruh terhadap persepsi manfaat karyawan. 2. Computer self efficacy berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan. 3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan. 4. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap pada penggunaan. 5. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap pada penggunaan. 6. Sikap pada penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi.
<p>Teuku Noerman (2014)</p>	<p><i>The Effects of Experience, Complexity, and Computer Self Efficacy Factors toward The Use of Human Resources Information System Application</i></p>	<p>Penggunaan dari aplikasi PT. Kimia Farma akan meningkat dengan meningkatnya juga pengalaman yang tinggi, kemudahan dalam kompleksitas atau rendahnya kerumitan, serta tingginya efikasi diri pada penggunaan komputer yang dilalui dengan persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan perilaku intensi pada penggunaan apabila suatu aplikasi dianggap mudah dan berguna.</p>

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Rose et al. (2012)	<i>Online Customer Experience in e-Retailing: An Empirical Model of Antecedents and Outcome</i>	Penelitian tersebut memberikan dukungan secara empiris untuk model <i>Online Customer Experience</i> , serta membantu mendukung pihak retail <i>online</i> untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat perbedaan nyata pada pengalaman belanja secara <i>online</i> .
--------------------	---	---

Kerangka Pemikiran

Sebuah *e-commerce* berkembang dengan adanya aplikasi yang dapat diakses pada setiap kalangan masyarakat yang dimana dengan penggunaan aplikasi tersebut akan dibutuhkan sebuah adaptasi yang dapat membuat penggunanya dapat melakukan serta mengoperasikan aplikasi tersebut.

Technology acceptance model dikembangkan dengan tujuan meningkatkan tingkat pemahaman mengenai proses penerimaan pengguna, memberikan wawasan secara teoritis kedalam desain serta implementasi yang sukses dari sistem informasi (Davis, 1985). Pada penelitian ini memiliki tujuh faktor, yang empat di antaranya merupakan faktor persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy to use*), sikap pada penggunaan (*attitude toward using*), dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual system use*). Dan kemudian tiga faktor eksternal yaitu kerumitan (*complexity*), efikasi diri (*self efficacy*), dan akses pada koneksi internet, Seperti yang ditampilkan pada Gambar 2.2

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

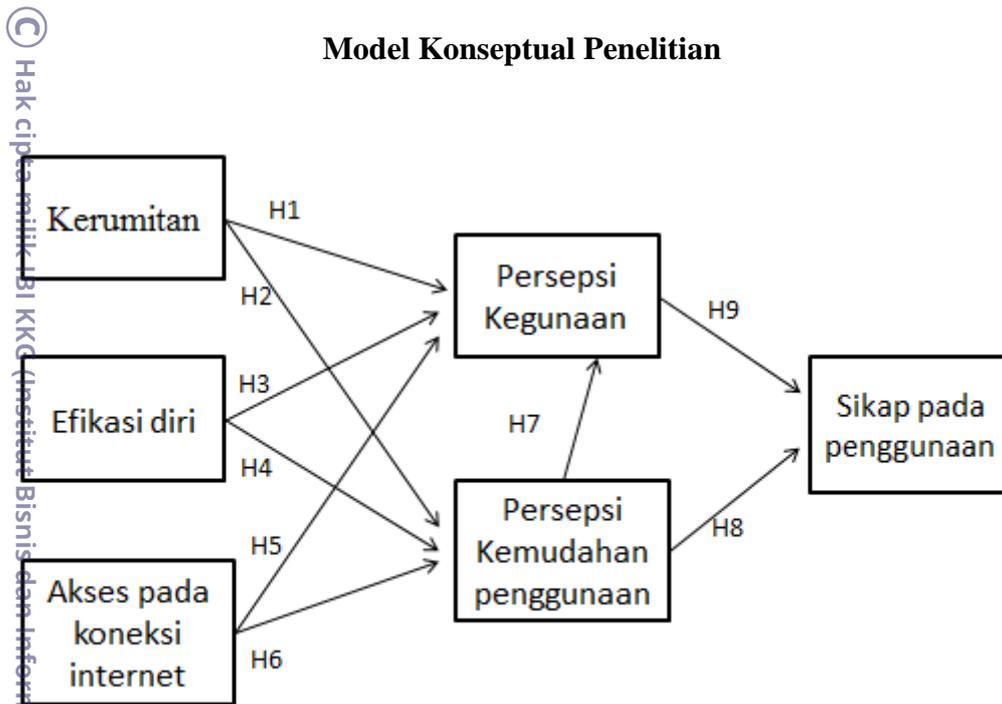
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 2.2

Model Konseptual Penelitian



Sumber: Replikasi Konstruktif dari *Technology Acceptance Model* Davis 1985

1. Pengaruh kerumitan terhadap persepsi kegunaan.

Berdasarkan penelitian oleh Kurniawati, Winarno, dan Arif (2017), pengaruh kerumitan atau kompleksitas terhadap persepsi kegunaan memiliki arah hubungan negatif yang dimana dengan dengan semakin tingginya kerumitan maka akan semakin tinggi juga kegunaan yang didapat.

2. Pengaruh kerumitan terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Rogers (1983: 15) menyatakan bahwa sebuah inovasi baru yang lebih mudah dimengerti maka akan lebih mudah untuk diterapkan daripada inovasi yang memiliki kerumitan, oleh karena itu pengaruh kerumitan terhadap persepsi kemudahan penggunaan memiliki arah hubungan negatif yang dimana dengan meningkatnya kerumitan maka akan menurunkan persepsi kemudahan penggunaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kegunaan.

Ⓒ Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Handayani dan Harsono (2016), pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kegunaan memiliki arah hubungan positif yang dimana dengan meningkatnya efikasi diri maka meningkatnya juga persepsi penggunaan pada suatu aplikasi.

4. Pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Handayani dan Harsono (2016), pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kemudahan penggunaan memiliki arah hubungan positif yang dengan meningkatnya efikasi diri pada seseorang maka akan meningkat juga persepsi seseorang pada kemudahan penggunaan.

5. Pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kegunaan.

Laundon (2018: 59) menyatakan bahwa dengan adanya akses internet membuat banyak bisnis dapat melakukan pembelian, penjualan, melakukan iklan, mendengar umpan balik dari kustomer sehingga dapat berguna untuk bisnis supaya dapat lebih kompetitif dan efisien dalam melakukan bisnis. Oleh karena itu, pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kegunaan memiliki arah hubungan positif yang dimana semakin tinggi akses pada koneksi internet maka semakin tinggi juga persepsi kegunaan.

6. Pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Laundon (2011: 8) menyatakan bahwa hari kerja atau berbisnis tanpa perangkat seluler atau akses internet merupakan hal yang tidak terpikirkan dengan bagaimana meningkatkan kegunaan penggunaan pada pekerjaan dengan meningkatkan akurasi, kecepatan, dan memperkaya pengambilan keputusan. Oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



karena itu, pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kemudahan penggunaan memiliki arah positif yang dimana dengan meningkatnya akses pada koneksi internet maka akan meningkat juga persepsi kemudahan pada penggunaan.

7. Pengaruh persepsi kemudahaan penggunaan terhadap persepsi kegunaan.

Berdasarkan pada penelitian Kurniawati, Winarno, dan Arif (2017), pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan memiliki arah hubungan yang positif, jika persepsi seseorang mengenai kemudahan dalam penggunaan maka akan meningkat juga persepsi mengenai kegunaan dalam menggunakan aplikasi.

8. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pada penggunaan.

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pada penggunaan memiliki arah positif berdasarkan pada penelitian dari Santika dan Yadnya (2017), apabila meningkatnya persepsi kemudahaan dalam penggunaan maka semakin tinggi juga sikap pada penggunaan.

9. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap pada penggunaan.

Didasarkan pada penelitian dari Santika dan Yadnya (2017), terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap pada penggunaan terdapat arah yang positif dimana semakin meningkatnya persepsi konsumsi maka tinggi pula sikap terhadap konsumsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Hipotesis

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H1: Kerumitan memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi kegunaan.

H2: Kerumitan memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

H3: Efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

H4: Efikasi diri memiliki pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan.

H5: Akses pada koneksi internet memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

H6: Akses pada koneksi internet memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

H7: Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

H8: Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada penggunaan.

H9: Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada penggunaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.