

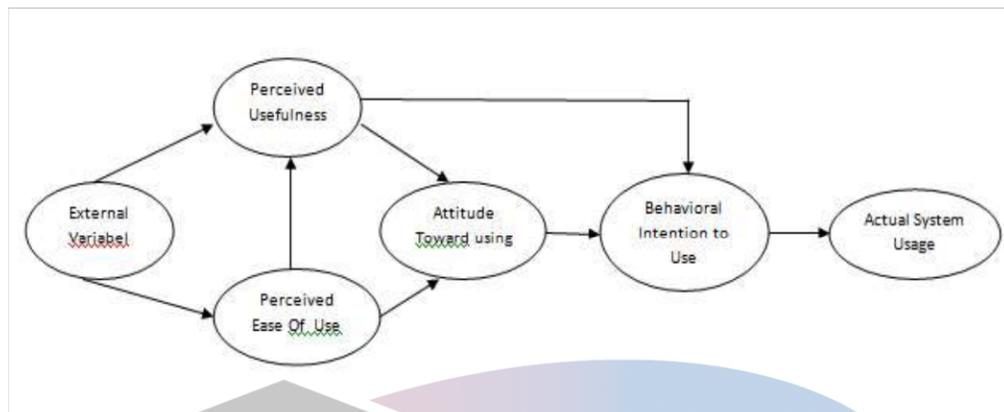
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi adalah *Theory Acceptance Model (TAM)* [11]. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis tahun 1986. TAM adalah teori mengenai sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Menurut Morris dan Dillon (1997), TAM merupakan sebuah model untuk memprediksikan bukan mendeskripsikan, yang digunakan untuk memprediksikan penerimaan dari sistem oleh *user*. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal *usefulness* (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), *ease of use* (di mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa sistem ini mudah dalam penggunaannya) [4]. Menurut Davis *et al.* (1989), dalam model TAM ditentukan oleh 6 konstruksi, yaitu: variabel dari luar (*external variable*), persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi pengguna terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perhatian untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan pemakaian nyata (*actual usage*) [5]. Hubungan konstruk dalam model dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Model Theory Acceptance Model (TAM)

2.1.2 *E-commerce*

Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)* [6]. Menurut Indrajit (2001), karakteristik *e-commerce* terdiri atas terjadinya transaksi antara dua belah pihak; adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan internet sebagai medium utama dalam proses transaksi. Dalam praktiknya, transaksi *e-commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan sesama organisasi bisnis (B2B) dan antara organisasi bisnis dengan konsumen (B2C). *Business to Business (B2B)* secara online merupakan bisnis perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Dengan kata lain, bisnis ini dilakukan dari dan untuk perusahaan. Tidak jarang pelaksanaan bisnis ini melalui perantara yang disebut dengan *business to business service provider*. *Business to Customer (B2C)* adalah *e-commerce* di mana para pelaku bisnis melakukan transaksi jual beli produk maupun jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara, seperti distributor dan agen. B2C merupakan model transaksi *e-commerce*, dimana salah satu pelakunya bertindak sebagai *end-user*. Secara mudah transaksi B2C pada dasarnya sama dengan jual beli, pembeli berkedudukan sebagai *end-user* atas barang yang diperdagangkan [7].

2.1.3 *Behavioral Intention to Use*

Behavioral Intention to Use adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Menurut Davis, tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya

terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain [9].

2.1.4 *Perceived Ease Of Use*

Menurut beberapa penelitian dalam konteks TAM, *PEOU* akan terlihat mempengaruhi perilaku melalui dua jalur, berpengaruh langsung pada perilaku dan berpengaruh secara tidak langsung pada perilaku melalui persepsi kemanfaatan. Berikut ini beberapa indikator konstruk kemudahan penggunaan menurut Davis.F.D (1989), yaitu:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Kemudahan untuk dioperasikan atau digunakan (*easy to use*).
- c. Kemudahan dalam mempelajari (*easy to learn*).
- d. Fleksibel (*flexible*).
- e. Keterampilan menjadi bertambah (*easy to become skillfull*) [5].

2.1.5 *Perceived Usefulness*

Menurut Davis (1989), *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Davis mendefinisikan persepsi mengenai kegunaan (*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu “*capable of being used advantageously*”, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Pengukuran konstruk *perceived usefulness* menurut Davis 1989 terdiri dari :

- a. Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*),
- b. Bermanfaat (*useful*),
- c. Menambah produktivitas (*increase productivity*),
- d. Mempertinggi efektivitas (*enchance effectiveness*), dan
- e. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*) [5].

2.1.6 Attitude Toward Using

Attitude Toward Using adalah fungsi dari keyakinan seseorang tentang objek yang merupakan respon penelitian yang evaluatif terkait dengan keyakinannya [12]. Dalam penelitian ini sikap didefinisikan sebagai tingkat dari perasaan positif kaskuser tentang pembelanjaan *online*. Sehingga sikap menyukai suatu obyek akan meningkatkan minat konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut daftar penelitian terdahulu dengan topik yang relevan dimana dijadikan sebagai acuan untuk penelitian :

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil yang diperoleh
Feronica Mayasari, Elisabeth Penti Kurniawati, Paskah Ika Nugroho (2011)	Anteseden dan Konsekuen Sikap Nasabah dalam menggunakan Internet Banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey pada pengguna KlikBCA)	Variabel Independen : Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>), Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) Variabel Intervening : Sikap (<i>Attitude Toward Using</i>) Variabel Dependen : Intensi Perilaku (<i>Behaviour Intention</i>)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) dan Sikap (<i>Attitude Toward Using</i>). Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) tidak

			<p>berpengaruh signifikan terhadap Sikap (<i>Attitude Toward Using</i>) dan Intensi Perilaku (<i>Behaviour Intention</i>).</p> <p>Sikap (<i>Attitude Toward Using</i>) berpengaruh signifikan pada intensi perilaku (<i>Behaviour Intention</i>).</p> <p>Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) berpengaruh signifikan pada intensi perilaku (<i>Behaviour Intention</i>).</p>
Iwan Sidharta, Rahmawati Sidh (2014)	Pengukuran Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan	Variabel Independen : <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Usefulness</i> tidak berpengaruh signifikan

	terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang <i>online shopping</i> pada <i>e-commerce</i>	<p>Variabel Intervening : <i>Attitude Toward Using</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Behavior Intention to Use</i></p>	<p>terhadap <i>Attitude Toward Using</i></p> <p><i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using</i></p> <p><i>Attitude Toward Using</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i></p>
Mardi Turnip (2012)	Kajian Minat Guru terhadap penggunaan Sistem Informasi Akademik	<p>Variabel Independen : Kemudahan Penggunaan , Manfaat Penggunaan</p> <p>Variabel Intervening : Sikap Penggunaan</p> <p>Variabel Dependen : Minat Penggunaan</p>	<p>Kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi sikap guru untuk penggunaan sistem.</p> <p>Manfaat Penggunaan tidak berkorelasi terhadap sikap guru untuk menggunakan sistem.</p>



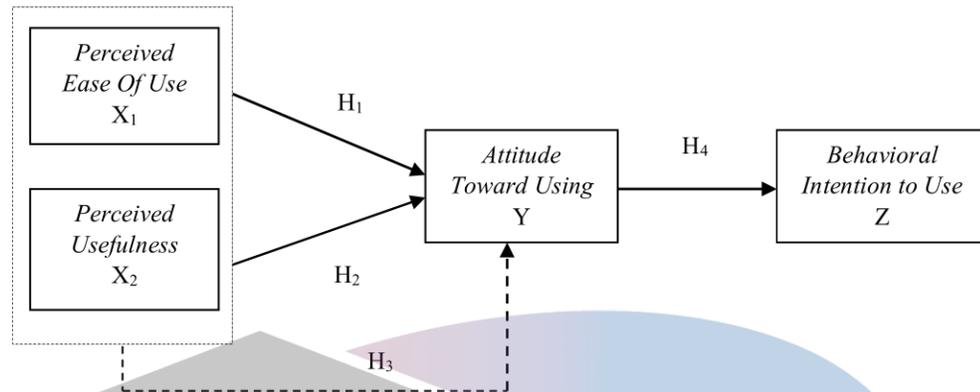
			<p>Kemudahan penggunaan memberikan dampak positif terhadap minat guru untuk menggunakan sistem.</p> <p>Sikap pengguna memberikan pengaruh positif terhadap minat guru untuk menggunakan sistem.</p> <p>Manfaat penggunaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat guru untuk menggunakan sistem.</p>
Agus Andrian, Kertahadi, Heru Susilo (2014)	Analisis Pengaruh Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Penggunaan	Variabel Independen : Persepsi Kemudahan , Persepsi Kegunaan Variabel Intervening :	Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan

	<p>terhadap Minat Perilaku Penggunaan <i>Billing System</i> (Studi pada wajib pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)</p>	<p>Sikap Penggunaan</p> <p>Variabel Dependen : Minat Perilaku</p>	<p>terhadap persepsi kegunaan.</p> <p>Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan.</p> <p>Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan.</p> <p>Terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap penggunaan terhadap minat perilaku.</p> <p>Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan</p>
--	--	---	---

			terhadap minat perilaku.
David Kurniawan, Prof. Dr. Hantane Samuel. S.E., M.si, dan Edwin Japariato, S.E., M.M. (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>	Variabel Independen : <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> Variabel Intervening : <i>Attitude</i> Variabel Dependen : <i>Behavioral Intention to Use</i> .	<i>Perceived Ease Of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Perceived Usefulness</i> . <i>Perceived Usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Attitude Toward Using</i> . <i>Perceived Ease Of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Attitude Toward Using</i> . <i>Attitude Toward Using</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> .

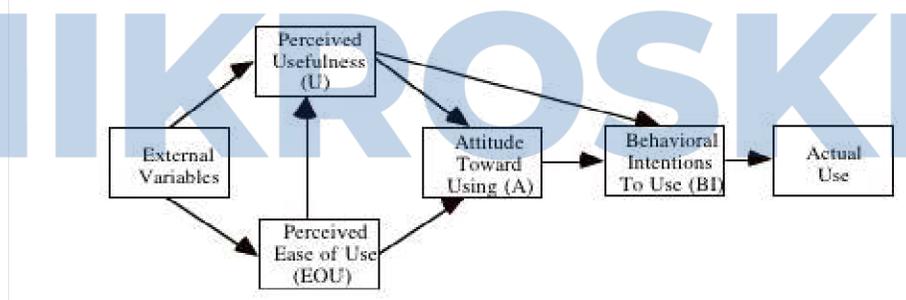
2.3 Kerangka/Model Konseptual

Berikut Kerangka/Model Konseptual yang digunakan :



Gambar 2. 2 Kerangka/Model Konseptual

Kerangka/Model Konseptual yang diangkat pada penelitian ini mengikuti pemikiran dari penelitian yang dilakukan Davis tahun 1989 dimana dalam TAM, Davis mengatakan bahwa penerimaan pengguna berdasarkan pada pengaruh dua faktor : kegunaan dan kemudahan penggunaan. Davis dalam TAM berpendapat bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan menentukan sikap terhadap penggunaan sistem [4]. Selain itu juga dimana niat perilaku untuk menggunakan pada dasarnya menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya. Namun terdapat perbedaan pada Technology Acceptance Model (TAM) yang dicetuskan Davis digambarkan sebagai berikut [4] :



Gambar 2. 3 Model Theory Acceptance Model (TAM) oleh Davis 1989

Dimana penelitian yang dilakukan oleh peneliti memodifikasi dari model TAM yang dicetuskan Davis. Pada model TAM oleh Davis terdapat 6 variabel yaitu : *External Variables*, *Perceived Usefulness (U)*, *Perceived Ease Of Use (EOU)*, *Attitude Toward Using (A)*, *Behavioral Intentions To Use (BI)*, dan *Actual Use*. Sedangkan

model yang diangkat peneliti menggunakan 4 variabel yaitu : *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Attitude Toward Using* (ATT), *Behavioral Intentions To Use* (BITU). Dimana peneliti memotong bagian kiri ujung yaitu *External Variabel* dan kanan ujung yaitu *Actual Use*.

Keterangan Gambar 2.2 :

- = Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen
 - - - - - → = Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara bersamaan
- X₁ = Variabel Independen 1 , *Perceived Ease Of Use*
 X₂ = Variabel Independen 2 , *Perceived Usefulness*
 Y = Variabel Independen 3 , *Attitude Toward Using*
 Z = Variabel Dependen , *Behavioral Intention to Use*
 H₁ = Hubungan antara Variabel Independen 1 dengan Variabel Independen 3
 H₂ = Hubungan antara Variabel Independen 2 dengan Variabel Independen 3
 H₃ = Hubungan antara Variabel Independen 1 dan Independen 2 dengan Variabel Independen 3
 H₄ = Hubungan antara Variabel Independen 3 dengan Variabel Dependen

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berikut beberapa hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *PEOU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus.

Menurut Davis (1989), *Perceived Ease Of Use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya (*free of effort*) [8]. Terciptanya suatu sikap responden untuk tetap menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus tergantung pada kemudahan yang diberikan , sehingga

responden merasa menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus memudahkan mereka dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan.

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *PEOU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.

2. Pengaruh *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus.

Perceived Usefulness merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989) [9]. Meningkatkan kinerja dalam artian bahwa penggunaan dari sistem tersebut akan memudahkan berbagai pekerjaan sehingga pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dari biasanya. *PU* dapat dijadikan sebagai salah satu point untuk mengetahui seberapa jauh situs *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus ini dapat memiliki manfaat berupa pengaruh positif bagi pengguna. Hal ini terlihat dimana jika suatu situs itu dapat berguna bagi dirinya atau menghemat waktu maka customer tersebut cenderung akan selalu mengakses situs tersebut. Namun jika customer merasa situs tersebut tidak berguna bagi dirinya dengan kata lain tidak menghemat waktu maka customer tidak mau mengakses situs tersebut lagi. Semakin besar manfaat yang dirasakan seorang customer maka secara otomatis akan menggiring customer untuk tetap menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus. Sikap Penggunaan yang dilakukan customer dalam menggunakan *e-commerce* adalah suatu bentuk rasa membutuhkan suatu sistem yang lebih personal, sehingga jika suatu sistem sudah memenuhi kebutuhan customer, maka customer secara otomatis akan tetap menggunakan fasilitas tersebut.

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.

3. Pengaruh *PEOU* dan *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus.

Seperti yang dibahas sebelumnya mengenai artian *PEOU* dan *PU*. *PEOU* dan *PU* merupakan dua faktor dalam model TAM yang paling berpengaruh dalam penerimaan teknologi sistem informasi oleh pengguna. Hal ini terlihat dimana semakin mudah dan bermanfaat sebuah sistem dimana dalam kasus ini situs *e-*

commerce pada Forum Jual Beli Kaskus maka hal ini akan meningkatkan sikap seseorang untuk senantiasa mengakses situs tersebut dan melakukan pembelian secara online. Sebaliknya jika sistem tersebut rumit dan tidak berguna (mendatangkan manfaat) maka pengguna memutuskan untuk tidak akan mengakses situs tersebut lagi.

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *PEOU* dan *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.

4. Pengaruh *ATT* terhadap *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus.

Attitude Toward Using (Sikap terhadap penggunaan sesuatu) merupakan sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap penggunaan dalam suatu produk [13]. Sikap merupakan suatu variabel yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang dalam menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Hal ini berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* dimana jika timbul sikap menyukai maka akan timbul sikap kecenderungan untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989).

H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *ATT* terhadap *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL