



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

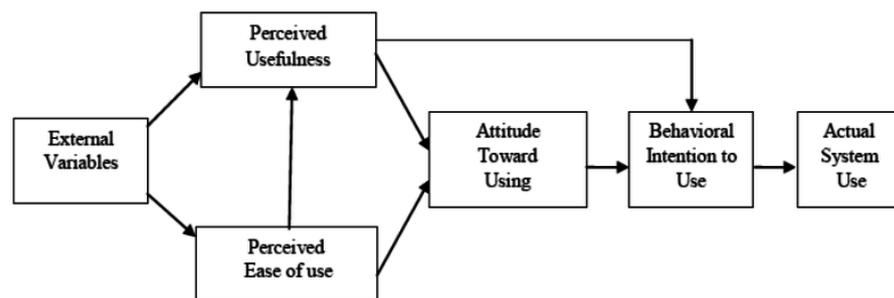
## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 *Technology Acceptance Model*

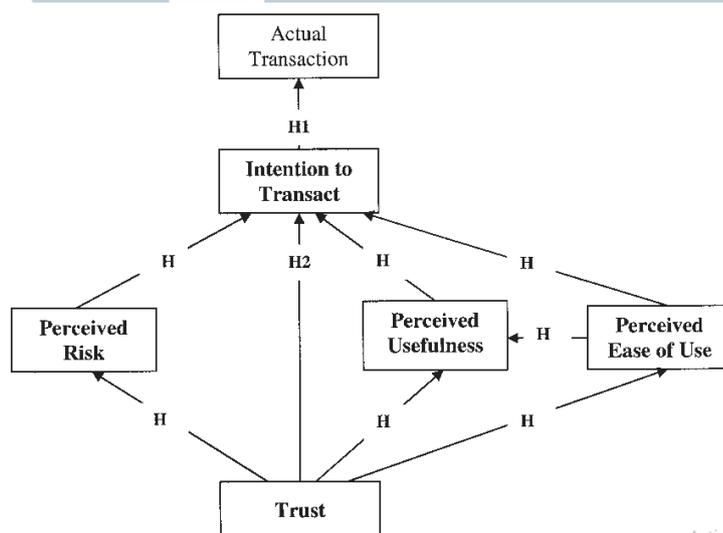
Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model* guna menelaah faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada niat pengguna di Tokopedia.

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, menurut Davis tujuan Utama TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna terhadap penggunaan sistem dan teknologi informasi. TAM menganggap bahwa dua keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*, PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*, PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer (Sadiyoko, et.al., 2009).



Gambar 2.1 Model dasar TAM oleh Davis, (Chandra G. C., 2015)

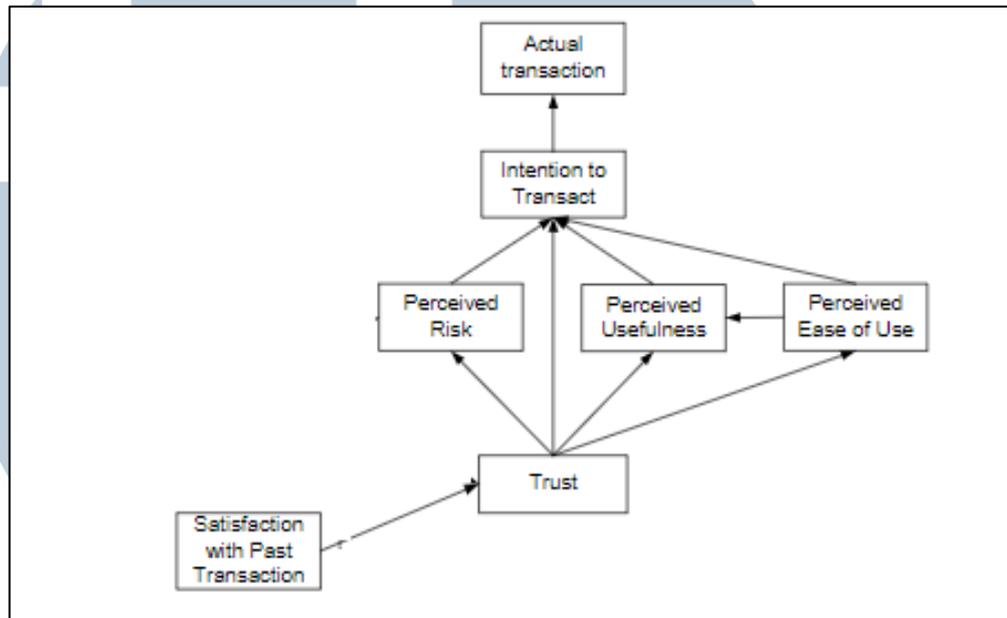
Model dasar dari Davis ini telah mengalami berbagai modifikasi, sesuai dengan objek yang diteliti lebih lanjut. Salah satu contoh modifikasi dari model ini adalah model TAM yang dikembangkan oleh Pavlou. Model TAM Pavlou ini merupakan model dari penelitian terdahulu yang ditujukan untuk menelaah pengaruh faktor-faktor tertentu yang akan mempengaruhi kesediaan seseorang untuk melakukan transaksi jual-beli di dunia maya. Pavlou menambahkan variabel Trust pada model dasar TAM (Sadiyoko, et.al., 2009).



**Gambar 2.2 Modifikasi model TAM penelitian terdahulu oleh Pavlou ,  
(Sadiyoko, et.al., 2009)**

Penambahan variable *Trust* dilakukan karena masalah yang terdapat pada *e-commerce* adalah kepercayaan konsumen, maka model inilah yang dipilih untuk penelitian dengan objek *e-commerce*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sadiyoko, et.al., 2009), modifikasi model dengan melakukan penambahan variabel dilakukan untuk meneliti penerimaan teknologi pada para pengguna layanan *e-*

commerce. Berikut adalah model variabel TAM yang diteliti oleh (Pavlou, 2012) yang terdapat pada Gambar 2.3.



**Gambar 2.3 Model TAM Penelitian terdahulu oleh Pavlou yang telah di modifikasi, (Pavlou, 2012)**

Berdasarkan Gambar 2.3 diketahui bahwa terdapat variabel-variabel utama di dalam metode TAM. Berikut adalah penjabaran dari setiap variabel:

1. *Perceived Usefulness*

Menurut (Cholil, 2017) persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi ini dapat menentukan perilaku pengguna dalam menentukan niat dan tingkah laku dalam menggunakan suatu teknologi. Dikutip dari (Syarif, 2018) bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur PEU yaitu mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan.

## 2. *Perceived ease of use*

Menurut (Chandra G. C., 2015), Persepsi kemudahan (*ease of use*) adalah kemudahan yang dirasakan oleh pengguna ketika ingin menggunakan suatu teknologi. Menurut (Handayani & Harsono, 2014) persepsi kemudahan penggunaan teknologi yang tinggi akan membentuk sikap positif dalam penggunaannya karena sikap merupakan prediksi untuk menggunakan sebuah teknologi.

## 3. *Intention to transact*

Menurut (Wibowo, 2006) yang dikutip oleh (Syarif, 2018) *Intention to transact* adalah kecenderungan Perilaku untuk tetap menggunakan teknologi informasi. Menurut (Mulyati & Keristin, 2014) minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang sehingga dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan

menambah peralatan (*peripheral*) pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

#### 4. *Actual Transact*

Menurut (Wibowo, 2006) yang dikutip oleh (Mulyati & Keristin, 2014). Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku dikonsepsikan dalam penggunaan sesungguhnya (*actual use*) diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaannya. Individu akan puas menggunakan sistem jika meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan dapat meningkatkan produktifitasnya, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

#### 5. *Perceived of Risk*

Menurut (Loanata & Tileng, 2016) yang dikutip dari (Kim, 2008), *Perceived Risk* (PR) diartikan sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi *online*. Di masa lalu, *Perceived Risk* (PR) utamanya dianggap sebagai penipuan dan kualitas produk. Sekarang *Perceived Risk* (PR) mengacu pada tipe tertentu dari keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik dan risiko waktu ketika konsumen melakukan transaksi online. (Loanata & Tileng, 2016).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 6. *Trust*

Kepercayaan adalah aspek sentral dalam banyak transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial, yaitu, untuk mengidentifikasi apa, kapan, mengapa, dan bagaimana orang lain berperilaku (Loanata & Tileng, 2016) yang dikutip dari (Gefen, 2003). Dalam analisa TAM, Trust juga dapat diartikan sebagai kepercayaan yang dirasakan oleh suatu pengguna terhadap penerimaan teknologi *online* (Chandra G. C., 2015).

## 7. *Satisfaction with past transact*

Menurut (Chandra G. C., 2015) *Satisfaction with past transact* ada karena berdasarkan beberapa pengalaman yang di miliki pengguna, ketika saat transaksi terakhir pengguna merasa puas akan barang yang di dapat maka pengguna akan melakukan transaksi kembali, tetapi ada juga saat transaksi terakhir barang yang di pesan terlambat ataupun tidak sesuai yang di harapkan, maka pengguna tidak melakukan transaksi lagi .

## 2.2 *E-commerce*

*E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet. (Herdiyanto & Hidayatullah, 2018)

Keberadaan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun (Aco & Endang, 2017)

Menurut (Irmawati, 2011), *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *e-commerce* ini.

### **2.3 Partial Least Square**

Partial Least Square atau disingkat PLS adalah model persamaan Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model dan model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut outer model. Model struktural atau inner model menunjukkan kekuatan estimasi antar konstruk, sedangkan model pengukuran atau

outer model menunjukkan bagaimana indikator merepresentasikan variabel laten untuk diukur (Irwan & Adam, 2015).

#### **2.4 Structural Equation Modeling**

*Structural Equation Modeling* (SEM) teknik statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antara indikator dengan konstraknya, ataupun hubungan antar konstruk (Ginting, 2009)

Menurut (Vaulla, Diana, & Effendi, 2014) Analisis SEM merupakan analisis multivariat yang bersifat kompleks, karena melibatkan sejumlah variabel independen dan dependen yang saling berhubungan membentuk model. Pada SEM tidak dapat dikatakan ada variabel dependen dan independen karena sebuah variabel independen dapat menjadi dependen pada hubungan yang lain.

Menurut kline dan klamer (2001) yang dikutip oleh (Wijanto, 2008) terdapat 5 alasan menggunakan SEM ketimbang regresi berganda yaitu,:

1. SEM memeriksa hubungan di antara variabel-variabel sebagai unit, tidak seperti pada regresi berganda yang pendekatannya sedikit demi sedikit (*piecemeal*).
2. Asumsi pengukuran yang andal dan sempurna pada regresi berganda tidak dapat dipertahankan, dan pengukuran dengan kesalahan dapat ditangani dengan mudah oleh SEM.

3. *Modification Index* yang dihasilkan oleh SEM menyediakan lebih banyak isyarat tentang arah penelitian dan permodelan yang perlu ditindaklanjuti dibandingkan pada regresi.

4. Interaksi juga dapat ditangani dalam SEM.

5. Kemampuan SEM dalam menangani *non recursive paths*.

## 2.5 Tahapan dalam prosedur SEM

Menurut (Setara & Nusantara, 2013) prosedur SEM memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut :

### 2.5.1 Spesifikasi Model / *Data preparation*

Penggabungan seluruh komponen SEM menjadi suatu model lengkap dari model pengukuran dan model struktural, biasa disebut *Full* dan *Hybrid Mode*. Jika data sudah dimasukkan ke dalam model maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kecocokan model.

### 2.5.2 Uji Kecocokan Model (*Goodness Of Fit*)

Uji *Goodness Of Fit* memiliki 3 bagian, bagian tersebut akan dijabarkan pada Tabel 2.1

**Tabel 2.1 Indeks Kelolosan *Goodness of Fit***

Ukuran Goodness Of Fit	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<b>ABSOLUTE FIT INDICES</b>		
Chi-Square ( $x^2$ )	$p > 0.05$	Good Profit
GFI	$GFI > 0.90$	
RMSEA	$RMSEA < 0.08$ with $CFI > 0.92$	
Normed Chi-Square ( $x^2/DF$ )	$(x^2 / DF) < 3$ is very good, $2 \leq (x^2 / DF) \leq 5$ is acceptable	
Ukuran Goodness Of Fit	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<b>INCREMENTAL FIT INDICES</b>		

NFI	$0 \leq \text{NFI} \leq 1$ , model with perfect fit would produce an NFI of 1	Good Profit
TLI	$\text{TLI} > 0.92$	
CFI	$\text{CFI} > 0.92$	
RNI	$\text{RNI} > 0.92$	
<b><i>PARSIMONY FIT INDICES</i></b>		
AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit	Good Profit
PNFI	$0 \leq \text{NFI} \leq 1$ , relatively high values represent relatively better fit	

Model penelitian *Technology Acceptance Model* akan dilihat sebagai “*good fit*” yang akan menjadi sebuah standarisasi. Syarat untuk lolos tahapan ini adalah nilai “*good fit*” harus lebih banyak dari “*poor fit*”, pengujian goodness of fit (GOF) dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak salah satunya adalah Lisrel. Menurut (Hair, et.al., 2014), dalam membuktikan kesesuaian model tidak perlu menunjukkan masing-masing nilai dari keseluruhan indeks, karena indeks dari GOF sering kali *redundant*. Oleh karena itu pada penelitian ini hanya akan membuktikan satu pada setiap indeksnya.

### 2.5.3 Pengujian Model (*Measurement model fit*)

Menurut (Sarwono, 2010) Pengujian model meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Pengujian model SEM secara keseluruhan, yakni menguji apakah model SEM secara keseluruhan cocok terhadap data sampel.
2. Pengujian model pengukuran dengan menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA). Selanjutnya dilakukan analisis hubungan antar variabel laten dengan variabel indikatornya. Dalam proses ini, termasuk menguji

apakah tiap variabel indikator benar-benar mampu mengukur variabel latennya.

3. Pengujian model struktural, yakni menguji hubungan antar variabel laten.

Pengujian model dapat dilakukan pada *software* LISREL, berikut beberapa rumus yang ada pada LISREL.

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum e_j}$$

### Rumus 2.1 Construct Reliability

*Standardized loading* dapat diperoleh secara langsung dari keluaran program LISREL dan  $\sum e$  adalah *measurement error* untuk setiap indikator. *Construct reliability* akan mempunyai nilai reliabilitas yang baik jika nilai  $CR \geq 0.70$ . (Hair et.al., 2014).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std.loading}^2}{\sum \text{std.loading}^2 + \sum e_j}$$

### Rumus 2.2 Variance Extracted

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai  $t$  muatan faktornya (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (atau  $\geq 1,96$ ) dan muatan faktor

standarnya (standardized loading factor)  $\geq 0,70$ . Dan dikatakan reliabel jika  $CR \geq 0,70$  dan  $VE \geq 0,50$  (Setara & Nusantara, 2013) yang dikutip dari (Wijanto, 2008).

Untuk menguji hipotesis penelitian, dibutuhkan *t-value* untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak.

#### **2.5.4 Structural Model**

Pada tahap ini bertujuan untuk melihat hasil akhir dari analisa SEM. Hipotesis yang telah dibuat akan dibuktikan apakah lulus uji atau tidak. Dengan melihat *t-values* dari setiap variabel yang terhubung Syarat untuk hipotesis bisa diterima adalah memiliki nilai *t-value*  $\geq 1.96$  dan jika nilai *t-value*  $< 1.96$  artinya hipotesis ditolak.

### **2.6 Variabel – variabel Pada SEM**

Dikutip dari (Ginting, 2009) terdapat dua variabel pada SEM, yaitu :

#### 1. Variabel laten

Variabel laten disebut pula dengan istilah *unboserved variabel*, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifest. Variable laten digambar dengan ikon lingkaran atau oval atau elips (Ginting, 2009).

Variabel laten dibedakan menjadi dua bagian, yaitu :

- a. Variabel laten Eksogen (variabel independen), variabel yang mempengaruhi nilai dari variabel lain dalam model

- b. Variabel laten Endogen (variabel dependen) , variabel yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh variabel eksogen

## 2. Variabel Manifest / Teramati

Variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur sebuah variabel laten. Variabel manifest sering juga disebut dengan istilah *observed variabel* yang digambarkan dengan ikon persegi atau persegi panjang. Variabel manifest adalah variabel yang datanya harus dicari melalui penelitian lapangan, contohnya survey (Ginting, 2009).

## 2.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Aditya, 2013) Dalam proses pengumpulan Data Statistik, terdapat beberapa Prinsip yang harus diperhatikan dalam Pengumpulan Data Statistik, antara lain :

- a. Mengumpulkan Data selengkap-lengkapya. (tidak sebanyak-banyaknya).
- b. Mempertimbangkan Ketepatan Data, meliputi : Jenis data, Waktu pengumpulan data, Kegunaan data, Relevansi data.
- c. Kebenaran Data (data yang dapat dipercaya kebenarannya baik sumbernya maupun data itu sendiri) .

Dalam melakukan pengumpulan data terdapat metode dan instrumen yang terdapat pada Gambar 2.4.

**Tabel 2.2 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data**

**Sumber: (Aditya, 2013)**

NO	JENIS METODE	JENIS INSTRUMEN
1	ANGKET (KUESIONER)	1. Angket (Kuesioner) 2. Daftar Cocok ( <i>Checklist</i> ) 3. Skala
2	WAWANCARA (INTERVIEW)	1. Pedoman Wawancara ( <i>Interview Guide</i> ) 2. Daftar Cocok ( <i>Checklist</i> )
3	PENGAMATAN/OBSERVASI (OBSERVATION)	1. Lembar Pengamatan 2. Panduan pengamatan 3. Panduan Observasi 4. Daftar Cocok ( <i>Checklist</i> )
4	DOKUMENTASI	1. Daftar Cocok ( <i>Checklist</i> ) 2. Tabel

Menurut (Aryani & Rosinta, 2010) data yang dikumpulkan bisa terbagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang masih mentah dan belum diolah. Data tersebut didapatkan dengan alat pengumpulan data yaitu Kuesioner, Observasi, dan Wawancara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data-data yang dikumpulkan dan telah diolah sehingga menjadi suatu informasi yang memiliki nilai guna. Metode pengumpulan data pada data sekunder adalah berupa studi pustaka.

## **2.8 Teknik Pengambilan Sampel**

Pada dasarnya ada dua macam metode pengambilan sampel, yaitu (1) pengambilan sampel secara acak (random sampling) atau probability sampling, dan (2) pengambilan sampel yang bersifat tidak acak (non-probability sampling), dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu

### **2.8.1 Sampling Acak Sederhana**

Sampel acak sederhana (simple random sampling) ialah suatu sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian dari suatu populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam prakteknya, sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan (a) undian, atau (b) bilangan acak.

### **2.8.2 Sampling Sistematis**

Apabila banyaknya satuan elementer yang akan dipilih cukup besar, maka pemilihan sampel acak sederhana akan berat mengerjakannya. Dalam keadaan seperti ini ahli statistik cenderung memakai metode lain. Pengambilan sampel acak sistematis (systematic random sampling) ialah suatu metode pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama saja dari sampel dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut pola tertentu. Sampel sistematis seringkali menghasilkan kesalahan sampling (sampling error) yang lebih kecil, disebabkan anggota sampel menyebar secara merata di seluruh propinsi. (Triyono, 2018)

## 2.9 Teknik Perhitungan Sampel

Menurut (Dewi & Nuzuli, 2017) Ukuran sampel yang representatif untuk menggunakan analisis Struktural Equation Modeling (SEM) sebanyak minimal lima kali jumlah parameternya. Rumusnya sebagai berikut.

Keterangan:

$n \times 5$

$n$  = Variabel indikator / teramati

### Rumus 2.3 Perhitungan Responden

Perhitungan pada Rumus 2.3 adalah cara untuk menentukan jumlah sampel apabila sampel dari objek yang akan di teliti tidak diketahui jumlah pastinya.

## 2.10 Lisrel

Menurut (Ramadiani, 2010) Lisrel sebagai salah satu software yang digunakan untuk mengukur hubungan struktural linier antara variabel laten dan variabel teramati dalam model matematika, dimana data yang diukur dapat bersifat skala kontinu atau ordinal. Adapun langkah dalam prosedur model SEM dalam Lisrel secara umum adalah bersifat:

a. Spesifikasi model

b. Identifikasi

c. Estimasi

d. Uji kecocokan

e. Respesifikasi

## 2.11 AMOS

Amos merupakan kependekan dari *Analysis of Moment Structures* yang digunakan sebagai pendekatan umum analisis data dalam Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model*) atau yang dikenal dengan SEM.. SEM dikenal juga sebagai *Analysis of Covariance Structures* atau disebut juga model sebab akibat (*causal modeling*). Amos dapat mendeteksi serta memberitahu jika kisaran masalah-masalah identifikasi. Masalah yang diidentifikasi dapat diatasi dengan menggunakan pengendalian-pengendalian tertentu (Sarwono, 2010).

## 2.12 SmartPLS

SmartPLS adalah aplikasi perangkat lunak untuk Partial Least Structural Squares Equation Modeling (PLS-SEM). Ini dikembangkan oleh Ringle, Wende & Will (2005). Perangkat lunak itu populer sejak diluncurkan pada tahun 2005 bukan hanya karena tersedia secara bebas untuk akademisi dan peneliti, tetapi juga karena memiliki antarmuka pengguna yang ramah dan fitur pelaporan canggih (Kwong & Kwong, 2013).

## 2.13 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu**

1	<b>Nama</b>	Ali Sadiyoko, Ceicalia Tesavrita , Ricky Kurniawan
	<b>Tahun</b>	2009
	<b>Judul</b>	<i>Increasing the Acceptance and On-Line Transaction of an E-Commerce Site Using TAM</i>
	<b>Metode</b>	<i>Technology Acceptance Model dan Structural Equation Modelling</i>
	<b>Nama Jurnal</b>	Proceedings of National Seminar on Applied Technology, Science, and Arts

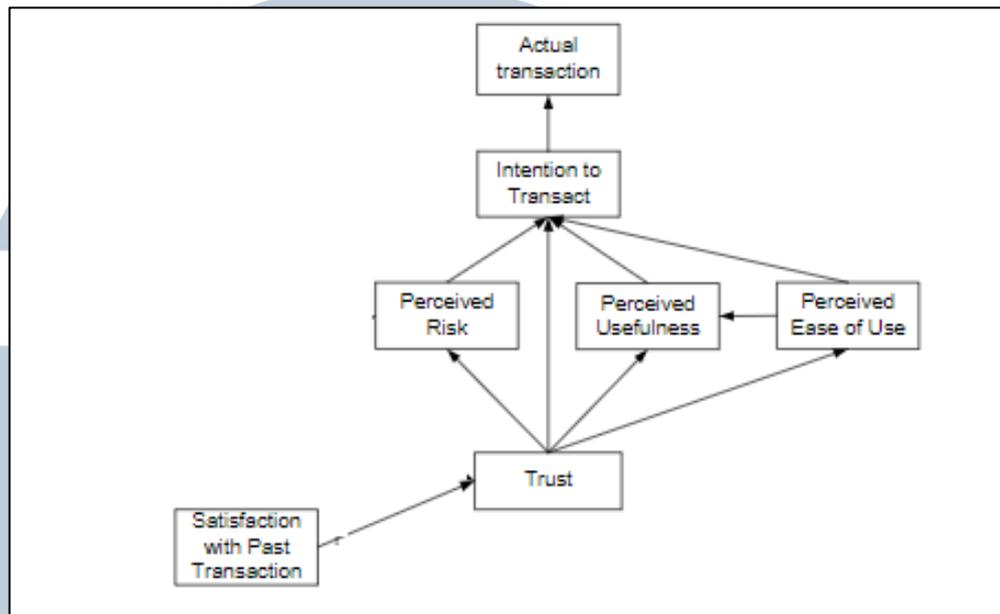
	<b>Objek Penelitian</b>	Forum jual beli di Kaskus
	<b>Hasil</b>	Berdasarkan dari model penelitian yang telah dibangun, seluruh variabel lulus pada hasil uji hipotesis.
	<b>Kesimpulan</b>	Kesimpulan penelitian menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada Forum Jua Beli di Kaskus adalah <i>perceived usefulness, perceived risk, trust, website reputation, satisfaction with past transact, dan intention to transact, Perceived ease of use</i> . Seluruh faktor tersebut saling berhubungan positif dan lulus pada hasil uji hipotesis.
2	<b>Nama</b>	Giovani Chyntia Chandra
	<b>Tahun</b>	2015
	<b>Judul</b>	Analisis Penerimaan Pengguna Pada Website Lazada Dengan Menggunakan TAM
	<b>Nama Jurnal</b>	Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)
	<b>Metode</b>	<i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Structural Modelling Equation</i>
	<b>Objek Penelitian</b>	Lazada
	<b>Hasil</b>	Berdasarkan dari model penelitian yang telah dibangun, ada 4 variabel yang lulus pada hasil uji hipotesis
<b>Kesimpulan</b>	Kesimpulan analisis menunjukkan bahwa factor - faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada Lazada, yaitu faktor kepercayaan ( <i>trust</i> ), faktor kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ), faktor niat untuk melakukan transaksi ( <i>intention to transact</i> ) dan faktor pengalaman yang didapat saat melakukan transaksi ( <i>satisfaction with past transaction</i> ).	
3	<b>Nama</b>	Paul. A, Pavlou
	<b>Tahun</b>	2012
	<b>Judul</b>	<i>Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model</i>
	<b>Nama Jurnal</b>	International Journal of Electronic Commerce, Vol. 7, No. 3
	<b>Metode</b>	<i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Structural Equation Modelling</i>
	<b>Objek Penelitian</b>	Pengguna <i>online banking</i> di Pescadores
<b>Hasil</b>	8 dari 9 Hipotesis menunjukkan hubungan yang signifikan secara positif antar variabel.	

	<b>Kesimpulan</b>	Hasil penelitian menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada suatu website <i>e-commerce</i> adalah <i>perceived usefulness, perceived risk, trust, website reputation, satisfaction with past transact, dan intention to transact.</i>
4	<b>Nama</b>	Steven Sontrust Lee, Wella
	<b>Tahun</b>	2018
	<b>Judul</b>	Analisis Technology Acceptance Model Penggunaan E-Learning pada Mahasiswa
	<b>Nama Jurnal</b>	Ultima Infosys : Jurnal Sistem Informasi, Vol.IX No.2 Tahun 2018
	<b>Metode</b>	<i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Structural Equation Modelling</i>
	<b>Objek Penelitian</b>	<i>E-learning</i> Universitas Multimedia Nusantara
	<b>Hasil</b>	11 dari 17 Hubungan antar faktor dapat diterima.
	<b>Kesimpulan</b>	Tingkat penerimaan dan penggunaan <i>E-learning</i> UMN pada mahasiswa dengan menggunakan faktor internal dan External TAM tinggi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berada pada Tabel 2.2 dijelaskan bahwa tiap penelitian menggunakan model yang sama yaitu *Technology Acceptance Model* yang telah di modifikasi dan *Structural Equation Modeling*. Oleh karena itu penelitian ini akan mengadopsi metode TAM dan SEM dan juga objek penelitian dengan ruang lingkup yang sama yaitu *e-commerce*, karena berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa model TAM yang telah dimodifikasi tersebut dipakai untuk meneliti analisa penerimaan pengguna pada *e-commerce*.

Modifikasi model TAM yang digunakan pada penelitian ini akan berbentuk sebagai berikut pada Gambar 2.4

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Gambar 2.4 Model TAM Penelitian Terdahulu**

Sumber : (Pavlou, 2012)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA