



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:

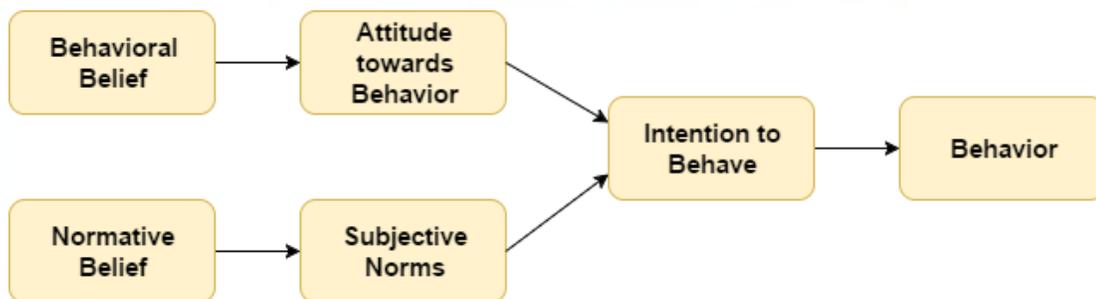
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Theory of reasoned action atau teori tindakan beralasan pertama kali dicetuskan oleh Icek Ajzen pada tahun 1980 (Hartono, 2007). Teori dibuat dengan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia (Hartono, 2007). Niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut (Ramdhani, 2009). Lebih lanjut, Ajzen mengemukakan bahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan *attitude towards behaviour* dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu *subjective norms*.



Gambar 2.1 *Theory of reasoned action*

Sumber : Ramdhani, 2009

Attitude towards behaviour adalah hasil penangkapan atau hal yang dimengerti suatu subjek terhadap suatu sikap atau kebiasaan (Ramdhani, 2009). Misalnya, makan buah-buahan karena kita percaya dengan memakan buah-buahan kita akan memiliki tubuh yang sehat. Hal ini didasari oleh sebuah kepercayaan (*belief*) yang pernah diterima sebelumnya oleh diri sendiri. *Subjective norms* adalah hal-hal yang diterima oleh individu namun berasal dari orang lain (Ramdhani, 2009). Misalnya, anda memakan buah-buahan karena mengikuti teman-teman anda yang suka memakan buah. Hal ini didasari oleh norma-norma yang dipercayai orang lain yang akhirnya sampai pada diri kita.

Pada akhirnya kedua hal tersebut akan saling bertemu dan akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang dibuat oleh individu (internal dan eksternal), yang kemudian akan menjadi sebuah pemikiran yang disebut dengan *intention to behave*, lalu *intention to behave* tersebut nantinya akan berubah menjadi sebuah eksekusi yang bernama kebiasaan atau perilaku (*behaviour*) (Ramdhani, 2009).

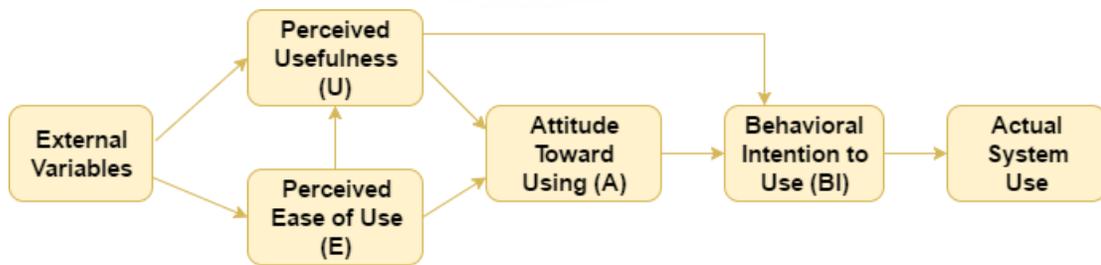
2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology acceptance model merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986 (Hair, 2014). TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of*

Reasoned Action (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980.

Menurut (Ramdhani, 2009), awalnya dalam penggunaan suatu produk atau teknologi didorong oleh sebuah persepsi manfaat dari sang pengguna (*usefulness*) dan persepsi mengenai pemikiran pengguna mengenai kemudahan dalam penggunaan produk atau teknologi tersebut (*ease of use*). Dua hal ini adalah bentuk pengembangan dari *belief* pada teori TRA. Definisi dalam *ease of use* bukanlah kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut secara harafiah. Namun, *ease of use* yang diartikan oleh Ramdhani adalah kemudahan yang didapat penggunaan dengan menggunakan produk atau teknologi terkait.

Hubungan dari kedua faktor tersebut, akan mempengaruhi sikap (*attitude*) individu yang menggunakannya, selanjutnya hal ini yang nantinya akan mempengaruhi niat atau tujuan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (*intention*). Nilai ini nantinya akan menjadi sebuah keputusan apakah orang ini akan terus menggunakan produk atau teknologi tersebut (*behaviour*). Analisis Davis pada riset TAM ini menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap kemudahan dalam penggunaan produk atau teknologi berkorelasi dengan penggunaan produk atau teknologi saat ini dan dimasa yang akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi keseharian individu tersebut.



Gambar 2.2 *Technology acceptance model*

Sumber: Ramdhani, 2009

Model TAM seperti yang dikembangkan oleh Davis digambarkan pada Gambar 2.2 *Technology acceptance model*. Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat penerimaan pengguna teknologi informasi (*Information Technology Acceptance*) ditentukan oleh lima konstruk utama, yaitu Persepsi Pengguna terhadap Kemudahan dalam Menggunakan Teknologi (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Pengguna terhadap Kemanfaatan/Kegunaan Teknologi (*Perceived Usefulness*), Sikap Pengguna terhadap Penggunaan Teknologi (*Attitude Toward Using*), Kecenderungan Perilaku (*Behavioral Intention*), dan Pemakaian Aktual (*Actual Usage*).

2.2.1 *External Variable*

External Variable (variabel eksternal) secara langsung akan mempengaruhi persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dari pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh variabel eksternal yang secara langsung bersentuhan dengan karakteristik sistem yang meningkatkan penggunaan dari teknologi.

(Othman, 2013) mengatakan bahwa variabel eksternal tidak mempengaruhi sikap dan tingkah laku penggunaan teknologi secara langsung. TAM menekankan pada aturan yang menjembatani kepercayaan dan sikap antara variabel eksternal. Ini terjadi karena perbedaan tiap individu, misalnya kepribadian atau karakteristik.

2.2.2 Perceived Ease of Use

Perceived Ease of Use (Persepsi kemudahan penggunaan) dapat didefinisikan sebagai tingkatan di mana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Othman, 2013). Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor.

Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme *support* yang handal. Mekanisme *support* yang terpercaya akan membuat pengguna merasa yakin bahwa terdapat mekanisme *support* yang handal jika kesulitan menggunakan teknologi maka akan mendorong persepsi pengguna kearah yang lebih positif.

2.2.3 Perceived Usefulness

Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan) didefinisikan sebagai tingkatan di mana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja (Othman, 2013). Yang dimaksud dengan persepsi kemanfaatan di sini adalah persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi yang digunakan.

2.2.4 Attitude Toward Using

Attitude Toward Using (Sikap terhadap Penggunaan) di dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan teknologi/sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakannya di dalam pekerjaannya (Othman, 2013). Beberapa peneliti menyatakan bahwa faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).

2.2.5 Behavioral Intention

Behavioral Intention (Kecenderungan Perilaku) adalah Kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. 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 (Othman, 2013). Kecenderungan perilaku ini dipengaruhi oleh Persepsi Kemanfaatan dan Sikap Terhadap Penggunaan.

2.2.6 Actual System Usage

Actual System Usage (Pemakaian Aktual Sistem) adalah kondisi nyata penggunaan teknologi. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Othman, 2013).

Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

2.3 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural equation modeling (SEM) adalah persamaan struktural hasil perpaduan dari prosedur-prosedur yang dikembangkan dalam ekonometri, sosiometri, dan psikometri (Wijanto, 2008). SEM merupakan teknik analisis statistika multivariat generasi kedua yang kini banyak digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan berbagai relasi kompleks antar sejumlah variabel, kemampuannya dalam melakukan analisis

dengan sekali uji menunjukkan bahwa teknik ini merupakan teknik analisis yang efisien (Singgih, 2011).

Structural equation modeling adalah salah satu teknik analisis multivariat yang digunakan untuk menguji teori mengenai sekumpulan relasi antar sejumlah variabel secara simultan. Sekumpulan relasi antar variabel yang dimaksud adalah relasi antara satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen. Dalam relasi yang kompleks, beberapa variabel dependen menjadi variabel independen dalam relasi lanjutannya. Masing-masing variabel independen maupun dependen tersebut dapat juga berupa variabel *observed* dan dapat juga berupa variabel laten (konstruk atau *unobserved*) yang dibangun oleh beberapa variabel *indicator*.

Perbedaan utama antara SEM dengan teknik analisis multivariat lain adalah SEM memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (*research question*) yang saling terkait dalam sebuah analisis tunggal, sistematis, dan komprehensif, yaitu melalui permodelan relasi antar sejumlah konstruk independen dan dependen secara simultan.

2.3.1 Pengertian SEM

Banyak pengertian tentang SEM yang dikemukakan oleh sejumlah ahli dan pakar. Keragaman definisi yang ada disebabkan karena tinjauan SEM yang cukup luas dan penelitiannya meliputi berbagai kajian. SEM juga bukan merupakan materi

tunggal yang berdiri sendiri, melainkan kombinasi dan pengembangan dari materi-materi statistika standar yang sudah ada. Selain itu, SEM juga dapat dipelajari dengan dimulai dari berbagai sudut pandang, yaitu melalui pendekatan matematis dan statistika yang mendasari pengembangan SEM, melalui pendalaman prosedur dan konsep dasar yang berhubungan dengan SEM termasuk melalui pengembangan diagram skematis sebagaimana analisis jalur, hingga melalui pendalaman *software* untuk analisis SEM.

SEM dapat didefinisikan sebagai sebuah pendekatan yang meliputi pengembangan model pengukuran dalam rangka mendefinisikan variabel-variabel laten, dan kemudian membuat relasi-relasi atau persamaan-persamaan struktural antar variabel-variabel laten tersebut (Wijanto, 2008). Oleh karenanya, SEM juga dikatakan sebagai analisis variabel laten (*Latent Variable Analysis*) atau relasi struktural linear (*Linear Structural Relationship*).

SEM adalah persamaan struktural hasil perpaduan dari prosedur-prosedur yang dikembangkan dalam ekonometri, sosiometri, dan psikometri. SEM memainkan berbagai peran seperti persamaan simultan, analisis kausal linier, analisis lintasan (*path diagram*) dan *analysis of covariance structure* (Wijanto, 2008).

SEM terdiri dari dua bagian yaitu model variabel laten dan model pengukuran. Biasanya suatu persamaan struktural hanya mengamati hubungan kausal (sebab akibat) dari variabel teramati (*observed variables*), sedangkan pada SEM ini

terjadi hubungan kausal antara variabel-variabel tidak teramati (*unobserved variables*). Hubungan-hubungan ini nantinya dapat digambarkan menjadi sebuah diagram bernama *path model*.

2.3.2 Istilah Dasar Dalam SEM

Beberapa istilah dasar dalam SEM adalah sebagai berikut (Wijanto, 2008):

- a) Variabel independen merupakan variabel yang nilainya tidak dipengaruhi atau tidak bergantung pada variabel lain. Disimbolkan dengan huruf X.
- b) Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi atau bergantung pada variabel lain. Disimbolkan dengan huruf Y
- c) Variabel *observed* merupakan variabel yang bisa diukur secara langsung untuk memperoleh data tanpa harus melalui indikator. Contoh variabel *observed* adalah jenis kelamin seseorang.
- d) Variabel *unobserved* merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, untuk melakukan pengukuran diperlukan sejumlah indikator. Contoh variabel *unobserved* adalah kualitas layanan *driver* Go-Jek, dimana kita membutuhkan beberapa indikator untuk dapat melakukan pengukuran seperti : keramahan, kecepatan dan keamanan.
- e) Variabel laten (*Latent Variable*) merupakan variabel yang tidak secara langsung diamati, tetapi disimpulkan dengan menggunakan model matematik dari variabel-variabel lain yang sedang diobservasi dan yang diukur secara

langsung. Variabel laten dikenal juga dengan variabel tersembunyi dan konstruk hipotetikal.

- f) Variabel *exogenous*, dalam konteks *path diagram* tidak dikenal adanya istilah variabel bebas dan variabel bergantung. Sebagai gantinya variabel tersebut menjadi variabel *exogenous*. Variabel ini diberi tanda khusus, yaitu anak panah satu arah yang berasal dari variabel tersebut menuju ke variabel lainnya, namun tidak ada anak panah yang menuju ke arahnya.
- g) Variabel *endogenous*, merupakan variabel yang mempunyai setidaknya satu anak panah dengan arah menuju ke variabelnya sendiri.

2.3.3 Model dalam SEM

SEM mempunyai 2 bentuk model dalam proses pengerjaannya, berikut adalah kedua model tersebut:

A. Model Struktural

Model struktural menggambarkan tentang hubungan-hubungan yang ada di antara variabel-variabel laten. Hubungan-hubungan ini umumnya linier, meskipun perluasan SEM memungkinkan untuk mengikutsertakan hubungan non-linier (Wijanto, 2008).

Model struktural sebelum dapat dipakai harus lolos uji *goodness of fit*. Kriteria untuk lolos (*Good Fit*) dalam uji ini menurut Wijanto (2008), berikut adalah kriterianya.

Tabel 2.1 Kriteria kelolosan uji goodness of fit (GOF)

Ukuran Goodness Of Fit	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
Absolute Fit Measure		
Statistic Chi-Square (X^2)	Nilai yang kecil, $p > 0.05$	Good Fit
Non-Centrally Parameter (NCP)	Nilai yang paling mendekati interval terkecil	Good Fit
Goodness-of-Fit-Index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$GFI \leq 0.80$	Poor Fit
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	$SRMR \leq 0.05$	Good Fit
	$SRMR \geq 0.05$	Poor Fit
Root Mean Square Error of Apporximation (RMSEA)	$RMSEA \leq 0.08$	Good Fit
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	Marginal Fit
	$RMSEA \geq 0.10$	Poor Fit
Expected Cross-Validation Index (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI Saturated	Good Fit
Incremental Fit Measure		
Tucker-Lewis Index atau Non-Normsed Fit Index (TLI / NNFI)	$NNFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$NNFI \leq 0.80$	Poor Fit
Normsed Fit Index (NFI)	$NFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$NFI \leq 0.80$	Poor Fit
Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)	$AGFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$AGFI \leq 0.80$	Poor Fit
Relative Fit Index (RFI)	$RFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$RFI \leq 0.80$	Poor Fit
Incremental Fit Index (IFI)	$IFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$IFI \leq 0.80$	Poor Fit

Ukuran Goodness Of Fit	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
Comperative Fit Index (CFI)	$CFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$CFI \leq 0.80$	Poor Fit
Parsimonius Fit Measure		
Parsimonius Goodness of Fit Index (PGFI)	$PGFI \geq 0.50$	Good Fit
Akaike Information Criterion (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC saturated	Good Fit
Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC saturated	Good Fit

Sumber : Ghozali, 2011

Pada tabel 2.1, *absolute fit measure* menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model structural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Ukuran ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *overall fit*.

- a. *Statistic Chi-Square* adalah perbandingan antara frekuensi observasi dengan frekuensi harapan yang didasarkan oleh hipotesis tertentu pada setiap kasus atau data yang diambil untuk diamati.
- b. *Non-Centrally Parameter* adalah parameter tetap yang berhubungan dengan DF(*degree of freedom*) yang berfungsi untuk mengukur perbedaan antara matriks kovarian populasi dengan matriks kovarian observasi.
- c. *Goodness-of-Fit-Index* mengukur jumlah relative varian dan kovarian yang besarnya berkisar dari 0 sampai dengan 1.

- d. *Standardized Root Mean Square Residual* adalah nilai rata-rata semua residual yang di standarisasi.
- e. *Root Mean Square Error of Apporximation* berfungsi sebagai kriteria untuk permodelan struktur kovarian dengan mempertimbangkan kesalahan yang mendekati populasi.
- f. *Expected Cross-Validation Index* mengukur perbedaan antara matriks kovarian yang dicocokkan dalam sampel yang dianalisis dengan matriks kovarian yang diharapkan yang akan diperoleh dari sampel lain dengan ukuran yang sama.

Incremental fit measure membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut sebagai *null model* atau *independence model*. Maksud dari *null model* adalah kondisi dimana semua variabel dalam model penelitian bebas satu sama lain.

- a. *Tucker-Lewis Index* dengan ketentuan sebagai penerimaan sebuah model sebesar sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Jika nilai mendekati 1 maka model tersebut menunjukkan kecocokan yang sangat tinggi.
- b. *Normsed Fit Index* Nilai NFI mulai dari 0 sampai dengan 1 diturunkan dari perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan suatu model independen tertentu. Model mempunyai kecocokan tinggi jika nilai mendekati 1.

- c. *Adjusted Goodness-of-Fit Index* fungsi sama dengan GFI perbedaanya terletak pada penyesuaian nilai DF(*degree of freedom*) terhadap model yang dispesifikasi.
- d. *Relative Fit Index* merupakan turunan dari NFI dengan nilai berkisar antara 0 sampai dengan 1.
- e. *Incremental Fit Index* digunakan untuk mengatasi masalah parsimony dan ukuran sampel.
- f. *Comperative Fit Index* dengan nilai yang berkisar dari 0 sampai dengan 1 dan memiliki ketentuan jika nilai mendekati angka 1 maka model yang dibuat mempunyai kecocokan sangat tinggi sedangkan jika nilai mendekati 0, maka model tidak mempunyai kecocokan yang baik.

Parsimonius fit measure mengaitkan *goodness of fit* model dengan jumlah parameter yang diestimasi, yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Parsemoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit* setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*. Semakin tinggi parsemoni semakin baik (Wijanto, 2008).

- a. *Parsimonius Goodness of Fit Index* adalah parsimony model yang berfungsi untuk mempertimbangkan kekompleksitasan model yang dihipotesiskan dalam kaitannya dengan kecocokan model secara menyeluruh.
- b. *Akaike Information Criterion* adalah ukuran relative kebaikan fit dari model statistik, kegunaannya untuk menggambarkan tradeoff antara bias dan varians

dalam konstruksi model, atau singkatnya berbicara antara akurasi dan kompleksitas model.

c. *Consistent Akaike Information Criterion* adalah indeks yang menggambarkan kecocokan perbandingan antar model.

B. Model Pengukuran

Model pengukuran adalah cara penggambaran ukuran atau indikator dari setiap variabel laten pada SEM. Biasanya dengan menggunakan *factor analysis* yang banyak diterapkan di psikometri dan sosiometri (Wijanto, 2008)

2.3.4 Path Model

Bentuk umum dari SEM yang dikenal juga dengan *full* atau *hybrid model*, mengandung variabel-variabel laten maupun variabel-variabel teramati. Bentuk yang dihasilkan dari *path model* ini akan mengikuti model struktural yang digunakan pada penelitian.

2.4 Cronbach Alpha

Cronbach Alpha dikembangkan oleh Cronbach pada tahun 1951 sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi-item. *Cronbach Alpha* memiliki nilai yang berkisar dari nol sampai dengan 1, suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* atau dapat diterima jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>0,70$ (Ghozali, 2006). Ghozali juga mengatakan bahwa untuk melakukan *preliminary research*

direkomendasikan sebesar 0.70, untuk *basic research* 0.80 dan *applied research* sebesar 0.90 -0.95.

Pada *Cronbach Alpha* jika nilai alpha $>0,70$ maka artinya reabilitasnya cukup (*sufficient reliability*) (Ghozali, 2006) sementara jika nilai alpha $>0,80$ berarti seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten dan secara internal memiliki reliabilitas yang kuat (Ghozali, 2006). Untuk keterangan nilai alpha yang lebih detailnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
Nilai alpha $< 0,50$	Reliabilitas Rendah
Nilai alpha diantara 0,50 – 0,70	Reliabilitas Sedang
Nilai alpha diantara 0,70 – 0,90	Reliabilitas Tinggi
Nilai alpha $> 0,90$	Reliabilitas Sempurna

2.5 Korelasi Pearson

Korelasi Pearson atau sering disebut Korelasi Product Moment (KPM) merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio. KPM dikembangkan oleh Karl Pearson (Ghozali, 2006). KPM merupakan salah satu bentuk statistik parametris karena menguji data pada skala interval atau rasio.

Fungsi KPM sebagai salah satu statistik inferensia adalah untuk menguji kemampuan generalisasi (signifikasi) hasil penelitian. Adapun syarat untuk bisa menggunakan KPM selain syarat menggunakan statistik parameteris, juga ada persyaratan lain, yaitu variabel independen (X) dan variabel (Y) harus berada pada skala interval atau rasio. Skalanya adalah dari 0 sampai dengan 1.

Korelasi *product moment* dari pearson ini dilakukan dengan cara menghitung nilai r, kemudian setelah nilai r hitung ditemukan, nilai r hitung tersebut nantinya akan dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui variabel yang valid dan tidak valid. Dengan pedoman bila r hitung \geq r tabel pada asumsi tingkat signifikan 5% maka variabel tersebut dianggap valid, sedangkan bila r hitung $<$ r tabel maka variabel itu dianggap tidak valid. (Ghozali, 2006).

UMMN

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA	METODE	HASIL	SIMPULAN
1	Ella Trisnawati (2012)	<i>Technology Acceptance Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>. 2. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>online repurchase intention</i>. 3. <i>Confirmation</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>. 4. <i>Confirmation</i> berpengaruh positif terhadap <i>satisfaction</i>. 5. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>satisfaction</i>. 6. <i>Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>online repurchase intention</i>. 7. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>trust</i>. 8. <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>. 9. <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>online repurchase intention</i> 10. <i>Perceived enjoyment</i> berpengaruh positif terhadap <i>online repurchase intention</i>. 11. <i>Privacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>online repurchase intention</i>. 	<p>Terdukungnya semua hipotesis yang diajukan, menunjukkan bahwa berbagai variabel tersebut dapat menjadi faktor kunci niatan pembelian kembali secara online di Fesh Shop.</p>

NO.	NAMA	METODE	HASIL	SIMPULAN
2	Rini Handayani (2005)	<i>Technology Acceptance Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan SI. 2. Ekspektasi usaha mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan SI. 3. Faktor Sosial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan SI. 4. Kondisi-kondisi yang memfasilitasi pemakai mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan system informasi. 	<p>Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Faktor social, dan Kondisi-kondisi yang memfasilitasi pemakai mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan SI di perusahaan manufaktur di bursa efek Jakarta, namun minat pemanfaatan SI tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan SI oleh karyawan di perusahaan tersebut.</p>

NO.	NAMA	METODE	HASIL	SIMPULAN
3	Paul Juinn Bing Tan (2012)	<i>Technology Acceptance Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>. 2. <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>attitude toward use</i>. 3. <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>attitude toward use</i>. 4. <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to use</i>. 5. <i>Attitude toward use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to use</i>. 6. <i>Behavioral intention to use</i> berpengaruh positif terhadap <i>actual system usage</i>. 	Seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini memiliki pengaruh yang positif terhadap minat orang di daerah <i>Pescadores</i> untuk menggunakan online banking

Penelitian yang dilakukan oleh Ella Trisnawati berfokus untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi konsumen *Fesh shop* untuk kembali menggunakan *Fesh shop* tersebut, disini Ella menggunakan konstruk eksternal berupa *confirmation, trust, satisfaction, dan perceived enjoyment*, yang kemudian peneliti gunakan juga dalam penelitian ini yaitu konstruk *trust*, selain itu

peneliti juga menggunakan beberapa indikator dalam penelitian Ella ini untuk digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian dari Rini Handayani sendiri berfokus pada pencarian faktor yang mempengaruhi minat para karyawan di perusahaan manufaktur di bursa efek Jakarta untuk menggunakan Sistem Informasi disana. Peneliti menggunakan hasil penelitian dari Rini ini sendiri untuk mengetahui cara kerja dari TAM.

Penelitian dari Paul Juinn Bing Tan ini berfokus pada faktor-faktor TAM apa saja yang mempengaruhi penduduk di *Pescadores* untuk mau menggunakan online banking, disini Tan sendiri hanya menggunakan konstruk dasar dari *technology acceptance model* tanpa menambahkan konstruk eksternal sama sekali, karena ia hanya ingin mengetahui faktor TAM apa saja yang memungkinkan untuk membuat orang-orang kembali menggunakan online banking. Beberapa indikator konstruk dari penelitian Tan ini sendiri peneliti gunakan di dalam penelitian kali ini.

Penelitian ini sendiri menggunakan objek yang berbeda dari penelitian sebelumnya di atas, yaitu menggunakan aplikasi Go-Jek sebagai objeknya. Selain itu peneliti menggunakan indikator-indikator dari penelitian di atas dan menggabungkannya di dalam penelitian kali ini.