

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis menggunakan metode TAM 2, berikut ini adalah penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

No	Judul	Comparing	Contrasting	Criticize	Synthesize	Summarize
1	Analisis Penerimaan Penerapan Teknologi Pembayaran Digital Di Sebuah Universitas dengan Metode Technology Acceptance Model 2 (Tam 2) 2020 [2]	Penelitian ini menganalisa penerimaan penggunaan sistem informasi dengan metode TAM 2	Objek penelitian berupa sistem pembayaran <i>online</i> pada suatu universitas dengan analisis SEM	Penelitian ini membagi kuesioner ke 2 target yaitu 97 mahasiswa dan 6 dosen dengan jumlah 103 kuesioner	Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan sistem pembayaran <i>online</i> pada suatu universitas	Penelitian menggunakan metode TAM 2 dan menggunakan SEM untuk analisis penerimaan sistem informasi. Hasil penelitian ini yaitu seluruh variabel diterim
2	Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Sistem ERP Pada Fungsi After Sales Menggunakan Model Technology Acceptance Model 2 (TAM2) (Studi Kasus : PT. Wijaya Toyota Dago) 2019 [6]	Penelitian ini melakukan analisis penerimaan terhadap sistem ERP dengan metode TAM 2	Penelitian ini menggunakan analisis SEM berbasis SmartPLS dan SPSS	Tekhnik pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini bertujuan faktor-faktor penerimaan sistem TDMS diketahui	Hasil analisis menggunakan model TAM 2 dari 12 hipotesis, 6 ditolak dan 6 diterima

No	Judul	Comparing	Contrasting	Criticize	Synthesize	Summarize
3	Analisis Penerimaan Sistem Pendaftaran Online Puskesmas Menggunakan TAM2 Dan UTAUT 2019 [7]	Penelitian melakukan analisis penerimaan pengguna dengan alternatif TAM 2	Penelitian mempergunakan 2 metode, metode UTAUT dan TAM2 Objek penelitian adalah sistem pendaftaran <i>online</i> puskesmas	Penelitian ini menggunakan kuesioner berisis 34 pertanyaan dalam model TAM 2 dan UTAUT ke 2000 pengguna sistem informasi rawat jalan di 4 puskesmas kota Semarang	Penelitian ini menggabungkan teori UTAUT dan TAM 2 untuk mendukung keberhasilan penelitian	Hasil penelitian menunjukkan model UTAUT dan TAM 2 mendapat hasil yang selaras, faktor kuat yang mempengaruhi sistem adalah harapan kinerja sistem
4	Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millenial Pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam 2018 [8]	penelitian ini melakukan analisis penerimaan pengguna <i>e-wallet</i> dengan model TAM 2	penelitian ini hanya menambahkan subjektif norm pada model TAM 2	Penelitian ini merupakan alternatif kuantitatif dengan alat guna regresi analisa linear sederhana, survey dibagikan <i>online</i> dan <i>offline</i> dengan jumlah 210 responden	Penelitian ini menggunakan TAM 2 dengan alat guna regresi analisa linear sederhana	Hasilnya penelitian ini variabel saling berdampak positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>
5	Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended Tam [9]	Penelitian ini menggunakan model <i>extended technology model</i> , <i>extended TAM</i> yang digunakan merupakan TAM 2	Objek penelitian ini adalah layanan <i>mobile banking</i> guna bertransaksi pembayaran pengguna dan alat analisis yang digunakan adalah SEM AMOS	Kuesioner dilakukan pada 2 bank, pada bank BCA mendapat 38 respondeden dan bank Mandiri 66 responden	Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan <i>mobile banking</i> yang digunakan konferens DKI Jakarta	Hasil penelitian ini beberapa hipotesis 3, 5, 6, 7, dan 9 ditolak akrena memiliki nilai probabilitas lebih dari 0,5
6	Penerimaan Aplikasi E-Learning Di Perguruan Tinggi Indonesia Menggunakan Metode Extended Technology Acceptance Model 2022 [10]	Penelitian melakukan analisis pada aplikasi e-learning dengan model TAM 2	Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS, penelitian selanjutnya menggunakan SEM PLS	Kuesioner dibagi 100 mahasiswa di 8 program studi	Penelitian ini bertujuan untuk menkonfirmasi faktor mahasiswa menggunakan e-learning di masa COVID-19	Penelitian ini melakukan analisa faktor penerimaan pengguna dengan model TAM 2 dan alat analisisnya Smart PLS, hasil dari penelitian ini semua hipotesis positif
7	Analysis Of Factors Affecting Edmodo Adoption As Learning Media Using Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) 2019 [11]	Penelitian ini menggunakan alternatif TAM2 guna menganalisis <i>Website e-learning</i>	Penelitian ini menggunakan SEM SPSS sebagai alat analisis	Kuesioner dibag ke 94 mahasiswa dengan beda2 program studi	Penelitian ini menggunakan TAM 2 dan SEM SPSS sebagai alat analisis	Hasil penelitian menunjukkan beberapa hipotesis mendapat nilai negatif

No	Judul	Comparing	Contrasting	Criticize	Synthesize	Summarize
8	Implementation Of Enterprise Resource Planning (ERP) Using Integrated Model Of Extended Technology Acceptance Model (TAM) 2: Case Study Of PT. Toyota Astra Motor 2019 [12]	Penelitian ini menggunakan model TAM 2 dan diperlakukan analisis SEM	Pada penelitian diperlakukan analisis yaitu SEM AMOS	Jumlah responden kurang, untuk penggunaan alat analisis SEM AMOS akan lebih bagus jumlah responden lebih dari 100	Studi kasus dilakukan pada PT. Toyota Astra Motor dan alat analisis yang dipergunakan SEM AMOS	Hasilnya penelitian ini mendapat 8 hipotesis tertolak dari 15 hipotesis
9	How Student Information System Influence Students' Trust And Satisfaction Towards The University?: An Emperical Study In A Multicultural Environment [13]	Penelitian ini bertujuan pada analisis tingkat kepercayaan serta kepuasan mahasiswa Alat analisis yang dipergunakan adalah SEM AMOS	Penelitian ini menggunakan metode TAM 2	Sampel ada 634 mahasiswa system informasi, jumlah yang tinggi untuk penelitian	Studi kasus dilakukan pada mahasiswa system informasi universitas Cyprus Media aplikasi guna analisis yang digunakan adalah SEM AMOS	Hasilnya penelitian bahwa tingkat kepercayaan signifikan terhadap kepuasan
10	Lecturers' Apdotion To Use The Online Learning Management System (LMS): Emperical Evidence From TAM2 Model For Vietnam [14]	Penelitian ini bertujuan menganalisis LMS dengan TAM 2, alat analisis yang digunakan adalah SPSS dan SEM-PLS	Penelitian ini menggunakan SEM-PLS sebagai alat analisis	Jumlah responden pada penelitian ini adalah 980 dengan 968 data valid	Penelitian dilakukan di Vietnam, kuesioner dibagikan secara email kepada 12 universitas	Penelitian ini memiliki banyak responden yang valid dan hasil yang memuaskan karena konstruk TAM 2 berdampak kepada LMS

Penelitian yang dilakukan yaitu analisis *website* menggunakan metode TAM 2. Perbedaan pada penelitian sebelumnya terdapat pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan moderasi sedangkan penelitian ini tidak menggunakan moderasi. Penelitian sebelumnya banyak menggunakan SPSS dan SEM AMOS sedangkan penelitian ini menggunakan analisa SEM-PLS.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Amanah Haramain

Amanah Sukses mubarak atau ASMK merupakan perusahaan yang dalam bidang travel l haji dan umrah dan bekerja sama dengan PT. Arminareka Perdana. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 dan beralamat di jalan Raden Patah Puri Nirwana Estate No. 5 Purwokerto. PT. ASMK didirikan pada tahun 2015. PT. ASMK tidak hanya mengelola travel l haji dan umrah saja, namun juga memiliki 6 divisi yaitu Amanah Haramain, Amanah Mart, Amanah Institute, Amanah Pergi-Pergi, Amanah Printing, dan Amanah Syar'i. Amanah Haramain mengelola kegiatan travel l haji dan umrah, Amanah Mart mengelola toko yang menjual aneka perlengkapan dan oleh-oleh haji umrah, serta Amanah Pergi-Pergi mengelola travel l perjalanan liburan PT. ASMK [1].

PT. ASMK memiliki sebuah *Website* bernama Amanah Haramain untuk melakukan pendataan jamaah, menu-menu yang ada di Amanah Haramain adalah *Home*, Tentang Kami, dan produk kami. Namun, menu-menu yang ada masih banyak yang dalam pengembangan. Pada menu transaksi terdapat submenu pembayaran haji dan umrah, badal haji dan umrah dan travel l. Karena, banyak menu yang masih dalam pengembangan menyebabkan kurangnya informasi *Website*, dengan penelitian ini akan memberikan rekomendasi kepada PT. ASMK untuk mengembangkan Amanah Haramain[1], [15].

Fungsi *Website* Amanah Haramain adalah mendata jamaah yang dilakukan oleh *leader* dan admin, *leader* merupakan jamaah yang aktif bersyiar. *Leader* akan membuat tabungan untuk jamaah yang mendaftar karena jamaah hanya dapat melihat-melihat *Website* saja, untuk mendaftar jadi *leader* mendaftar menjadi jamaah dahulu, setelah dikonfirmasi baru jamaah dapat menjadi *leader*. Berikut tampilan *Website* yang dapat diakses oleh jamaah[1] :




Gambar 2.1 Home [1]

Halaman Home pada Gambar 2.1 dalam *Website Amanah Haramain* memiliki peran sentral sebagai halaman utama yang memberikan ringkasan lengkap tentang isi keseluruhan *Website*. Pada halaman ini, terdapat gambar-gambar yang secara dinamis berganti sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Halaman Home menjadi titik awal yang pertama kali diperlihatkan kepada pengguna saat pengguna mengakses sistem, memberikan kesan pertama yang penting, dengan tampilan yang menarik dan informasi yang disajikan secara ringkas, halaman ini menjadi pintu gerbang yang mengundang pengguna untuk menjelajahi dan memanfaatkan seluruh fitur dan konten yang tersedia dalam *Website Amanah Haramain*[1].

Tentang Kami

AMANAH HARAMAIN



Menupakan salah satu divisi yang ada pada PT. Amanah Sukses Mubarak. Terdapat 6 divisi di PT. Amanah Sukses Mubarak yaitu Amanah Haramain, Amanah Mart, Amanah Institute, Amanah Pergi Pergi, Amanah Syari' dan Amanah Printing.

6 Divisi	2,500 Total Jamaah	15 Cabang Perwakilan	37 Penghargaan
--------------------	------------------------------	--------------------------------	--------------------------

Gambar 2.2 Tentang Kami [1]

VISI:

"Menjadi perusahaan yang unggul, terdipin dan terpercaya, memiliki ikatan yang kuat, saling bergotong royong dalam mengembangkan usaha untuk kemaslahatan umat, yang bertadarkan nilai-nilai keislaman rahmatan ul'atamin.

MISI:

1. Mengembangkan produk dan jasa yang berkualitas dan bernilai tambah bagi para pelanggannya.
2. Mengembangkan jaringan Kerjasama yang sehat dan harmonis serta saling menguntungkan dengan seluruh mitra dalam rangka mengurangi angka pengangguran di Indonesia.
3. Mengembangkan perusahaan secara modern, berinovasi untuk menghadapi perubahan zaman dimasa yang akan datang.

Amanah haramain yang merupakan salah satu divisi dari PT. Amanah Sukses Mubarak mempunyai VISI, yaitu:

"Istiqomah megemban amanah dalam membantu tamu Allah menuju Baitullah",

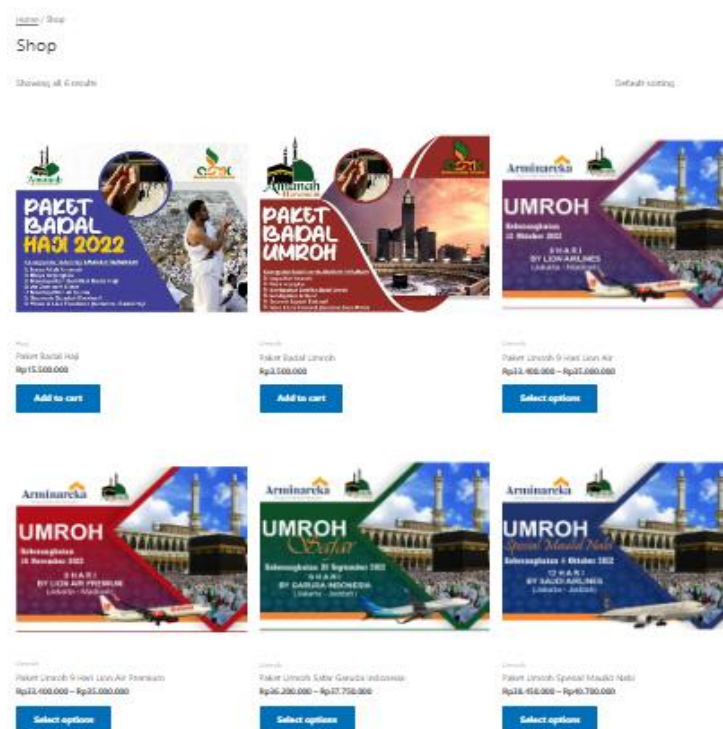
dan Mempunyai MISI yaitu:

1. Menjaga amanah serta kepercayaan terhadap jamaah.
2. Komitmen dalam kualitas dan layanan yang diberikan kepada para jamaah.
3. Memberikan bimbingan dan pengajaran ibadah Umroh dan Haji secara sempurna sesuai Al Quran dan Sunnah.
4. Menjadikan divisi Amanah Haramain sebagai media silaturahmi, berbagi ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi seluruh jamaah, manajemen, lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat umum.

Itulah sekilas tentang perusahaan kami. Semoga perusahaan kami bisa menjadi perusahaan yang baik dan terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman.

Gambar 2.3 Tentang Kami [1]

Halaman "Tentang Kami" pada Gambar 2.2 dan 2.3 merupakan bagian penting dalam *website* Amanah Haramain. Di halaman ini, pengguna dapat menemukan penjelasan yang komprehensif mengenai Amanah Haramain dan juga visi misi yang menjadi landasan perusahaan. Informasi yang disajikan pada halaman ini memberikan gambaran yang jelas tentang identitas dan tujuan Amanah Haramain. Jamaah atau pengguna dapat memanfaatkan halaman ini sebagai referensi untuk memahami lebih lanjut tentang Amanah Haramain, baik dari segi konsep maupun nilai-nilai yang diusung dengan demikian, halaman "Tentang Kami" menjadi wadah yang relevan dan penting bagi jamaah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan tentang Amanah Haramain[1].



Gambar 2.4 Produk Kami [1]

Halaman produk Amanah Haramain seperti Gambar 2.4 berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan berbagai paket yang ditawarkan oleh Amanah Haramain. Jamaah memiliki kebebasan untuk memilih paket yang sesuai dengan keinginan pengguna. Setelah memilih paket, proses pembayaran

dilakukan dengan jamaah membayar kepada pemimpin yang pengguna pilih, dengan demikian, halaman produk menjadi wadah yang memfasilitasi jamaah dalam memilih dan melakukan pembayaran untuk paket yang pengguna inginkan, dengan pemimpin yang dipercayai sebagai pihak yang menerima pembayaran[1].

Berikut tampilan *Website* yang dapat diakses oleh *leader*[1] :

The screenshot shows a user dashboard for 'Ahmad Basalamah' on the Amanah Haramain website. The dashboard includes a user profile card with a 'Basic' membership level and a shareable link: <https://member.amanaharamain.com/register/customer/Ahmada>. Below this are two summary cards: 'Jamaah' (0 Baru, 0 Aktif, 0 Jumlah) and 'Ujroh' (0 Pending, 0 Diterima, 0 Total). Both cards have 'Lihat >>>' buttons for more details.

Jamaah		
Baru	Aktif	Jumlah
0	0	0
Lihat >>>		

Ujroh		
Pending	Diterima	Total
0	0	0
Lihat >>>		

Gambar 2.5 Dashboard [1]

Pada halaman *Dashboard* pada Gambar 2.5 terdapat ringkasan data jumlah jamaah dan ujroh yang sudah didaftarkan oleh *leader*. Data akan berubah sesuai data jamaah yang ada. Terdapat dua kolom data yaitu jamaah dan ujroh[1].

Amanah Haramain / Jaringan / Anggota

Status Aktif

Cari

Name	Email	Handphone	Status
Tidak ada data			

Gambar 2.6 Jaringan/Anggota [1]

Pada halaman Jaringan /Anggota pada Gambar 2.6 terdapat data anggota yang sudah didaftarkan oleh *leader*. Terdapat tabel nama, *email*, *handphone* dan status. Halaman ini merupakan jaringan anggota berbentuk tabel[1].



Amanah Haramain / Jaringan / Struktur Pohon

Ahmad Basalamah	
Status : Aktif	
Aktif	0
Tdk Aktif	0

Gambar 2.7 Jaringan/Struktur Pohon [1]

Pada halaman jaringan / Struktur Pohon pada Gambar 2.7 terdapat data jamaah aktif dan non-aktif yang dijabarkan dengan struktur pohon. Jamaah aktif dan tidak aktif tergantung pada kolom status. Halaman ini merupakan jaringan anggota berbentuk struktur pohon[1].

Amanah Haramain / Jamaah

+ Tambah  Status Verifikasi 

Cari

Name	Cabang	Program	Email	Handphone	Status
Tidak ada data					

Gambar 2.8 Jamaah [1]

Pada halaman Jamaah di *website* Amanah Haramain pada Gambar 2.8, terdapat sejumlah data jamaah yang telah didaftarkan oleh para pemimpin. Data ini ditampilkan dalam bentuk tabel yang mencakup informasi seperti nama jamaah, cabang yang terkait, program yang diikuti, alamat email, nomor handphone, dan status jamaah. Setiap kolom dalam tabel akan terisi dengan data yang sesuai dengan informasi yang diinput pada formulir pendaftaran jamaah, dengan adanya tabel ini, pemimpin dapat dengan mudah melihat dan mengelola data jamaah yang terdaftar dalam sistem, memudahkan proses pengorganisasian dan pemantauan kegiatan jamaah[1].

Amanah Haramain / Jamaah / Form Pendaftaran

Form Pendaftaran

Pilihan Cabang

Propinsi Kota / Kabupaten

-- Pilih Propinsi -- -- Pilih Kota / Kab --

Cabang Perwakilan *

-- Pilih Cabang --

Paket Program *

-- Pilih Paket Program --

Gambar 2.9 Jamaah/Form Pendaftaran [1]

Pada halaman Jamaah / Form Pendaftaran pada Gambar 2.9, terdapat cara mendaftarkan jamaah yang akan dilakukan oleh *leader*. *Leader* akan

mendaftarkan jamaah sesuai data yang ada. Setelah terdaftar data jamaah akan muncul pada tabel jamaah[1].

Amanah Haramain / Ujroh / Agen

Status -- Semua --

Tanggal	Level	Jamaah	Ujroh	Status
Tidak ada data				

Gambar 2.10 Ujroh [1]

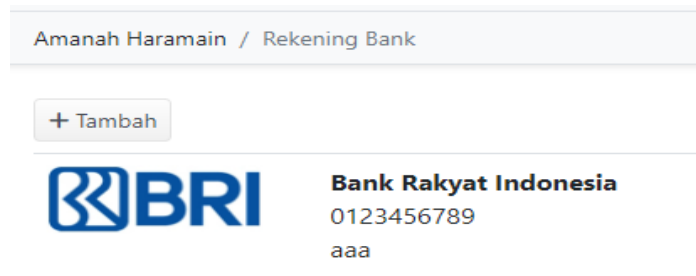
Pada halaman Ujroh, terdapat data Ujroh pada Gambar 2.10, terdapat tabel tanggal, level, jamaah, ujroh dan status. *Leader* bias menginputkan data jamaah ujroh[1].

Amanah Haramain / Profile

No. Identitas : 1
 Nama : Ahmad Basalamah
 Jns. Kelamin : Laki - Laki
 Tgl. Lahir : 30 November 2022
 Alamat : purwokerto
 Desa / Kelurahan : Banyumas
 Kecamatan : Bojong
 Kota / Kabupaten : Kab. Pandeglang
 Propinsi : Banten
 Kode Pos : 11111

Gambar 2.11 Profile [1]

Pada halaman Profile pada Gambar 2.11, terdapat profile *leader* dan dapat diedit. Jika ingin mengedit *leader* hanya perlu mengklik edit lalu ubah data yang diinginkan. Diharapkan *leader* mengisi data sesuai data dirinya[1].



Gambar 2.12 Bank [1]

Pada halaman Bank pada Gambar 2.12 berisi info nomor rekening Bank *leader*. *Leader* dapat menambah dan mengurangi daftar bank. Jika *leader* ingin mengubah data bank, *leader* dapat menghapus terlebih dahulu lalu menambahkan bank lagi[1].

Gambar 2.13 Ganti Password [1]

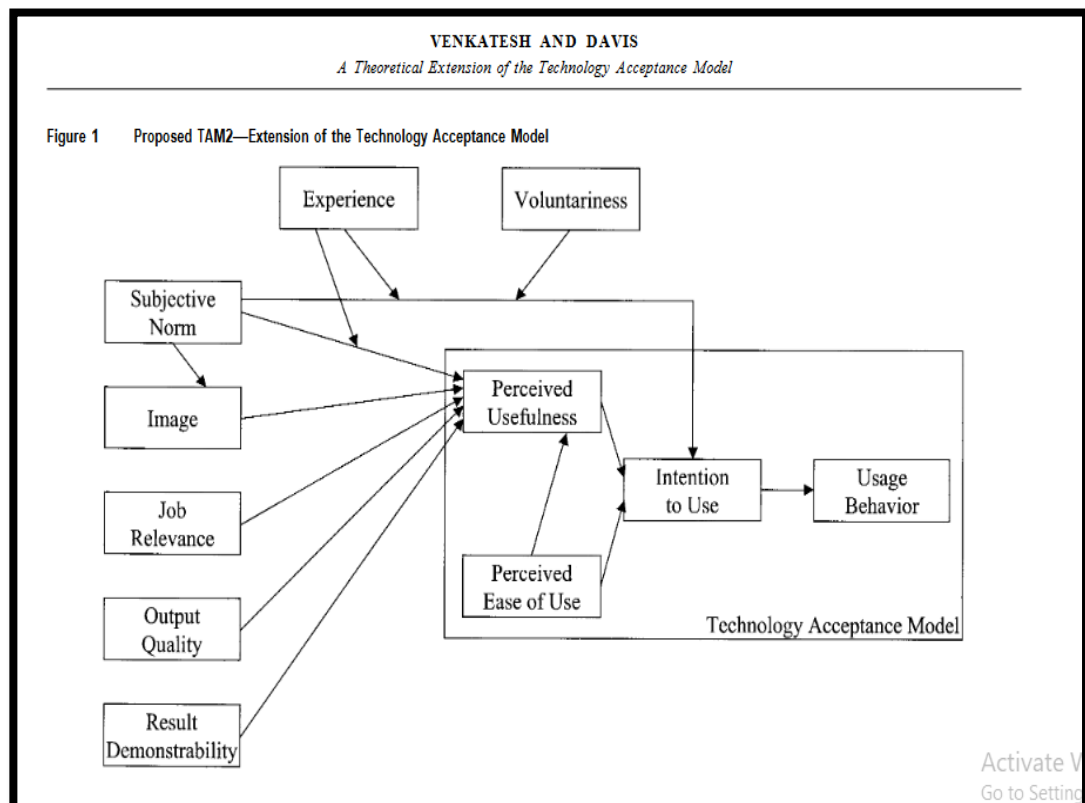
Pada halaman *Ganti Password* pada Gambar 2.13 *leader* dapat mengubah *password* akun yang digunakan. Pada saat melakukan ganti password pertama harus memasukkan *password* lama lalu memasukkan *password* baru yang diinginkan dan terakhir mengkonfirmasi ulang *password* baru. Jika sudah menginputkan semua datanya, lalu klik simpan dan *password* sudah terganti[1].

2.2.2 Website

Istilah *website* mengacu pada kumpulan halaman *website* yang saling berhubungan. *Website* adalah sebuah layanan di internet yang menautkan dokumen-dokumen dalam lingkup global. *Website* memiliki halaman yang disebut *website page* yang isinya dapat terdiri dari berbagai gambar, video, teks dan lainnya. *Web page* dialamatkan dengan URL, dengan URL memungkinkan pengguna dapat langsung mengakses *website page*. *Website* dapat diakses melalui *browser* seperti UC Browser, Mozilla Firefox, dan lainnya [16]. *Website* adalah salah satu dari perkembangan teknologi informasi, *Website* banyak digunakan untuk menyimpan informasi dan data. *Website* banyak digunakan untuk digital marketing dan promosi perusahaan [16].

2.2.3 Technology Acceptance Model 2

Technology Acceptance Model 2 atau disingkat TAM 2 dikembangkan awal kali oleh Venkatesh dan Davis [5]. *TAM 2* diidentifikasi sebagai perkembangan dari model *TAM* yang dikembangkan oleh Venkatesh dengan menambahkan konstruk yang mencakup proses pengaruh sosial melibatkan (*Subjective Norm, Voluntariness, dan Image*) dan proses konitif instrumental melibatkan (*Job Relevance, Output Quality, Result Demonstrability, dan Perceived Ease of Use*). *TAM* adalah teori sistem yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima sistem informasi dan bagaimana pengguna memahami cara menggunakannya. *TAM* menggunakan konstruk pada *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Behaviour (TPB)* *TAM* membentuk kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami penerimaan dan penggunaan sistem informasi [17], untuk melihat tingkat penerimaan responden. Model TAM 2 ditunjukkan pada Gambar 2.14 berikut [5].



Gambar 2.14 Konstruk pada TAM 2 [5]

Berikut penjelasan konstruk pada TAM 2[5]:

1. *Subjective Norm*

Subjective Norm terdapat di model TRA dan TPB. TRA merupakan landasan dari TAM. Defini dari *Subjective Norm* adalah tanggapan seseorang tentang kapan harus mempertimbangkan untuk melakukan suatu tindakan[5]. Pada TRA, *Subjective Norm* adalah pengaruh sosial yang dirasakan individu saat mengambil keputusan, termasuk harapan dan pendapat Individu yang paling dekat seperti anggota keluarga, sahabat, dan kolega di tempat kerja. TPB memperluas konsep ini dengan mempertimbangkan norma subjektif, yaitu persepsi individu tentang dukungan dari orang yang penting bagi pengguna. Pada TAM, *Subjective Norm* digunakan untuk memahami bagaimana pengaruh sosial memengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem informasi, dengan mempertimbangkan faktor ini, TAM memberikan pemahaman yang holistik tentang penerimaan sistem informasi oleh individu [5], [17].

2. *Voluntariness*

Tingkat *Voluntariness* atau sukarela dapat memberi dampak pada *Subjective Norm* dalam memastikan *Intention of Use*. *Voluntariness* merupakan konstruk moderasi untuk membedakan kewajiban penggunaan system dengan kesukarelaan menggunakan sistem [18]. Hal ini memengaruhi hubungan antara *Subjective Norm* dan *Intention of Use*, dengan *voluntariness* sebagai moderasi, TAM 2 memberikan wawasan yang lebih meliputi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi serta penggunaan sistem informasi, termasuk perbedaan antara penggunaan yang dilakukan berdasarkan kewajiban dan kesukarelaan [5], [18].

3. *Image*

Image merupakan tingkatan pengguna dimana sebuah status seseorang dipersepsikan oleh penggunaan teknologi informasi [19]. *Image* mempengaruhi persepsi penggunaan sistem informasi dan *Subjective Norm* dapat mempengaruhi tingkatannya [5]. Hubungan timbal balik antara *Image* dan *Subjective Norm* memainkan peran penting dalam mempengaruhi sejauh mana penggunaan sistem informasi terjadi. *Image* menggambarkan bagaimana pengguna memandang sistem informasi secara mental, sementara *Subjective Norm* mencerminkan harapan dan pengaruh sosial terkait penggunaan sistem tersebut. Kedua faktor ini saling berinteraksi dan saling memengaruhi dalam membentuk persepsi dan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yang digunakan [5].

4. *Experience*

Experience menjadi pertimbangan utama saat *Subjective Norm* menentukan *Perceived Usefulness* atau kegunaan sistem informasi yang dirasakan secara langsung, yang pada gilirannya memengaruhi *Behavioral Intention to Use*. Pengaruh dari *Subjective Norm* dapat berkurang sejalan dengan peningkatan pengalaman pengguna, semakin banyak pengalaman yang

dimiliki pengguna, semakin berpengaruh pengalaman tersebut terhadap persepsi kegunaan sistem informasi [5].

5. *Job Relevance*

Job Relevance menentukan seberapa penting pekerjaan yang dapat didukung oleh sistem. *Job Relevance* merupakan Cognitive Instrumental yang mempengaruhi *Perceived Usefulness*[5]. *Job Relevance* mengukur sejauh mana pekerjaan sesuai dengan sistem dan memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Ini mempengaruhi pandangan individu terhadap kegunaan sistem. Pertimbangan *Job Relevance* penting dalam merancang sistem yang efektif. Evaluasi *Job Relevance* melibatkan analisis pekerjaan, konsultasi dengan pemangku kepentingan, dan penyesuaian sistem sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. *Job Relevance* memainkan peran penting dalam kesuksesan implementasi dan adopsi sistem di tempat kerja[5].

6. *Result Demonstrability*

Result Demonstrability dalam TAM 2 merujuk pada kemampuan teknologi untuk dengan jelas dan nyata menunjukkan hasil positif kepada pengguna. Faktor ini mempengaruhi persepsi pengguna tentang kegunaan teknologi tersebut. Semakin mudah pengguna dapat melihat bukti konkret mengenai manfaat yang ditawarkan oleh teknologi, semakin besar kemungkinan pengguna akan menerima dan mengadopsi teknologi tersebut [5]. Sistem dapat gagal meskipun sistem tersebut efektif, jika pengguna sistem kesulitan mendapatkan keuntungan dalam kinerja pengguna. Hubungan antara *Result Demonstrability* dengan *Perceived Usefulness* dengan model pekerjaan [5], [19].

7. *Output Quality*

Output Quality berpautan dengan tingkat keyakinan individu bahwa sistem yang digunakan akan menghasilkan hasil yang baik. Faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna ini mengacu pada kualitas hasil atau keluaran yang dihasilkan oleh teknologi jika pengguna percaya

bahwa teknologi menghasilkan output berkualitas tinggi, pengguna lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi tersebut. *Output Quality* adalah variabel yang mempengaruhi penilaian pengguna terhadap fungsionalitas dan tingkat kemudahan penggunaan sebuah teknologi. dalam TAM2.Terdapat hubungan *Output Quality* dengan *Perceived Usefulness* [5], [20].

8. *Intention of Use*

Intention of Use merupakan keinginan perilaku untuk menggunakan sistem informasi secara tetap. Tingkat pengaplikasian sebuah sistem dapat diprediksi dari sikap pengguna[5]. model yang menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi. Model ini melibatkan empat konstruk utama: penilaian kegunaan, lalu penilaian kemudahan penggunaan, lalu sikap terhadap penggunaan, dan norma subjektif. TAM2 dapat digunakan untuk memprediksi adopsi teknologi oleh individu atau kelompok pengguna[5].

9. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness didefinisikan selama kapan pengguna sistem berkeyakinan bahwa sistem yang digunakan dapat memudahkan dan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sistem yang memiliki *Perceived Usefulness* tinggi memiliki hubungan positif dengan kinerja pekerjaan [21]. *Perceived Usefulness* mengacu pada persepsi individu terhadap sejauh mana suatu teknologi dianggap bermanfaat dalam meningkatkan kinerja atau produktivitas pengguna. *Perceived Usefulness* adalah salah satu variabel yang penting dalam model ini, yang mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi dan niat pengguna untuk menerimanya. Ini melibatkan penilaian individu terhadap sejauh mana penggunaan teknologi akan membantu pengguna mencapai tujuan pengguna atau meningkatkan efektivitas kerja. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, persepsi tentang kebergunaan teknologi, serta karakteristik individu dan konteks penggunaan juga dapat memengaruhi *Perceived Usefulness* [5], [21].

10. *Perceived Ease of Use*

Konstruk *Perceived Ease of Use* digunakan juga pada model TAM. Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan penerimaan pengguna, mencerminkan persepsi individu terkait sejauh mana suatu sistem atau teknologi dianggap lancar diimplementasikan. *Perceived Ease of Use* berfokus pada penilaian subjektif pengguna terhadap tingkat kemudahan dalam mempelajari, berinteraksi, dan beradaptasi dengan teknologi baru. Konstruk ini memainkan peran penting dalam mempengaruhi *Perceived Usefulness*, lalu *Intention to Use*, dan *Actual System Use* oleh pengguna [5], [21].

11. *Usage Behavior*

Usage Behavior dapat diartikan sebagai perilaku penggunaan teknologi informasi sebenarnya oleh manusia[5]. Perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem. Hal ini melibatkan sejauh mana pengguna benar-benar menggunakan sistem, seberapa sering pengguna menggunakannya, dan sejauh mana pengguna memanfaatkannya dengan efektif. *Perceived Usefulness* serta *Perceived Ease of Use* penggunaan sistem memengaruhi motivasi dan *Intention of Use* untuk mengadopsi sistem tersebut. Melalui pengukuran *Usage Behaviour*, dapat dievaluasi tingkat adopsi dan penerimaan pengguna terhadap sistem serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan yang efektif [5], [21].

2.2.4 *Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares*

Ada dua pendekatan yang umum digunakan dalam analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu pendekatan berbasis kovarians dan pendekatan berbasis varians. Pada pendekatan berbasis kovarians, data diolah menggunakan perangkat lunak seperti Lisrel atau AMOS, sedangkan pendekatan berbasis varians menggunakan perangkat lunak seperti SmartPLS atau Visual PLS[22]. Pendekatan berbasis varians juga dikenal sebagai *Partial Least Squares* (PLS), yang memberikan fleksibilitas dan kemampuan yang unik dalam mengatasi data yang kompleks dan mengidentifikasi hubungan

kausal yang signifikan[22], dengan menggunakan kedua metode ini, para peneliti dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan menguji model konseptual yang ada dalam rangka memperkuat pemahaman pengguna terhadap fenomena yang sedang dipelajari[22].

Structural Equation Modeling merupakan teknik statistik guna memvalidasi dan evaluasi keterhubungan sebab akibat dengan mengintegrasikan analisis jalur dan faktor. Proses SEM terdiri dari validasi model pengukuran serta uji struktural[23]. *Partial Least Square* merupakan SEM yang dapat melakukan uji model evaluasi serta uji model struktural sekaligus secara simultan. Model struktural untuk uji kausalitas, sedangkan model evaluasi untuk uji validitas dan uji reliabilitas[23].

Alasan mengaplikasikan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) karena fleksibilitasnya dalam menghadapi ukuran sampel yang relatif kecil, tidak membutuhkan normalisasi data, mampu menangani model yang kompleks dengan banyak variabel tergantung dan pengaruh, serta sesuai untuk tujuan analisis data yang bersifat prediksi dan model pengukuran yang reflektif dan formatif. Kelebihan-kelebihan ini membuat SEM-PLS menjadi pilihan yang sangat efisien dan handal dalam analisis data, terutama ketika keterbatasan data atau kompleksitas model menjadi faktor yang perlu diatasi[22].

Alur pengerjaan SEM-PLS :

2.2.4.1 Tahap pengujian *Outer Model* :

Uji *Outer Model* mewakili keterhubungan antar variabel laten dengan indikator dalam analisis SEM pengujian harus dilakukan hingga valid, jika uji pertama menunjukkan hasil yang tidak valid, maka diambil langkah eliminasi indikator yang memiliki nilai dibawah limit, lalu melakukan uji kedua dan seterusnya hingga hasil yang didapat valid. Indikator yang tersisa masing-masing minimal harus tiga [24].

a. Uji Validitas

Validitas merupakan kriteria utama dalam melakukan penelitian. Konsep validitas mengacu kepada kelayakan yang didapat berdasarkan hasil pengukuran. Validitas merupakan akurasi suatu skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Validitas yang tinggi didapat apabila pengukuran membentuk data yang memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur secara valid. validitas rendah didapat jika data yang didapat tidak relevan [25].

1. *Outer Loading*

Outer Loading adalah ukuran yang digunakan dalam analisis untuk mengukur kekuatan hubungan antara indikator dengan konstruk yang sesuai. Nilai *Outer Loading* berkisar antara -1 hingga 1, dengan nilai positif menunjukkan hubungan positif antara indikator dan konstruk, sementara nilai negatif menunjukkan hubungan negatif. Tingkat kekuatan hubungan antara indikator dan konstruk ditentukan oleh nilai *Outer Loading*, dengan nilai yang lebih tinggi maka menunjukkan hubungan yang lebih kuat. Penelitian *SEM-PLS* memperhatikan nilai *Outer Loading* yang tinggi $\geq 0,7$ sebagai indikator yang efektif dalam merefleksikan konstruk, sedangkan nilai yang rendah di bawah 0,5 mengindikasikan perlunya peninjauan ulang terhadap indikator tersebut. Oleh karena itu, *Outer Loading* adalah parameter penting dalam analisis *SEM-PLS* untuk mengevaluasi validitas indikator dan meningkatkan akurasi pengukuran konstruk[26].

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* digunakan untuk mengevaluasi tingkat konvergensi konstruk. Skala nilai *AVE* berkisar pada rentang 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan

nilai yang lebih baik. Nilai $AVE \geq 0,5$ dianggap tinggi, mengindikasikan bahwa indikator-indikator secara konsisten mampu menjelaskan variasi dari konstruk yang diukur. Sebaliknya, nilai AVE di bawah 0,5 dapat dianggap rendah, menandakan adanya perbedaan atau kelemahan dalam pengukuran konstruk tersebut. Oleh karena itu, AVE memiliki peran penting dalam penelitian ini karena membantu dalam menilai validitas dari konstruk yang diamati dan memberikan landasan yang kuat untuk menginterpretasi hasil penelitian yang dilakukan[26].

3. *Cross Loading*

Cross Loading merupakan fenomena yang terjadi dalam analisis *SEM-PLS* ketika sebuah indikator memiliki koefisien faktor *loading* yang tinggi pada lebih dari satu konstruk yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak secara eksklusif mencerminkan satu konstruk, melainkan juga mempengaruhi konstruk lainnya. Keberadaan *Cross Loading* dapat mengindikasikan adanya ketidakjelasan atau ambiguitas dalam pengukuran konstruk yang diamati. Saat mengatasi masalah ini, perlu melakukan pemeriksaan dan evaluasi lebih lanjut terhadap indikator yang mengalami *Cross Loading*, seperti memeriksa validitas konstruk yang terlibat atau mempertimbangkan penghapusan atau perubahan pada indikator tersebut. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa indikator dapat dengan tepat mencerminkan konstruk yang diukur tanpa memberikan pengaruh yang signifikan pada konstruk lainnya, sehingga dapat menjamin keakuratan dan keandalan hasil analisis *SEM-PLS* yang dilakukan[26], [27].

4. *Fornell Lacker*

Metode Fornell-Larcker ditemukan oleh A.C. Fornell dan D.F. Larcker, *Fornell Lacker* merupakan sebuah teknik yang digunakan

dalam *analisis faktor konfirmatori* (CFA) untuk menguji validitas antara variabel dalam suatu model pengukuran. Metode ini melibatkan perbandingan antara nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing variabel[22]. Jika nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan AVE lebih kecil daripada AVE itu sendiri, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Penggunaan metode ini dapat memastikan bahwa konstruk-konstruk yang diukur dalam model pengukuran benar-benar merepresentasikan konsep-konsep yang berbeda secara empiris, bukan hanya memiliki korelasi yang tinggi antara satu sama lain[22].

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengukuran yang menghasilkan data yang mempunyai reliabilitas tinggi. Inti dari konsep reliabilitas adalah bahwa keandalan pengukuran dapat dipastikan. Pada hal ini, keandalan pengukuran dapat diukur melalui konsistensi hasil yang diperoleh saat subjek yang sama diukur secara berulang-ulang, sepanjang aspeknya tidak berubah. Apabila terdapat perbedaan yang mencolok, maka kesahihan pengukuran menjadi meragukan dan tidak dapat dipercaya sepenuhnya, pengukuran dikatakan tidak akurat jika hasil pengukuran tidak reliabel karena inkonsisten [25].

1. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha merupakan suatu metode yang sering diterapkan dalam konteks penelitian dan pengujian psikometrik guna mengukur reliabilitas atau konsistensi internal suatu instrumen pengukuran. Rentang nilai alpha berada dalam rentang nilai dari 0 hingga 1, dan semakin tinggi nilai alpha, akan semakin tinggi reliabilitas instrumen yang digunakan. Pada pengertian umum, apabila nilai alpha terletak dalam rentang 0 hingga 0,5 maka reliabilitasnya dapat dianggap rendah. Jika nilai alpha berada pada rentang nilai 0,5 hingga 0,7,

reliabilitasnya dianggap sedang. Sementara jika nilai alpha berada pada rentang nilai 0,7 hingga 0,9 maka reliabilitasnya dapat dianggap tinggi. Ketika nilai alpha mendekati 1, reliabilitasnya dapat dikategorikan sebagai sangat tinggi[27].

2. Composite Reliability

Composite reliability adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas sebenarnya dari suatu konstruk. Aturan praktis dalam analisis *Partial Least Squares* (PLS), nilai *Composite reliability* dianggap dapat diterima jika melebihi 0,7[22]. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Composite reliability*, semakin andal atau konsisten konstruk tersebut dalam mengukur variabel yang sama. Pada praktiknya, *Composite reliability* digunakan untuk memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan dalam penelitian memiliki tingkat keandalan yang memadai, dengan demikian nilai *Composite reliability* yang lebih besar dari 0,7 menandakan bahwa konstruk tersebut dapat dianggap cukup dapat diandalkan dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan[22].

2.2.4.2 Tahap pengujian *Inner Model* :

Uji *Inner Model* merupakan tahap menguji satu variable laten dengan variable laten lainnya. uji *Inner Model* dilakukan untuk mengetahui jumlah pengaruh hubungan variable bebas yang memberikan pengaruh terhadap variable tidak bebas. Kondisi model yang terbentuk dapat dijelaskan berdasarkan Koefisien angka *R-Square* dan *T-statistic* yang ada[24].

a. *R-Square*

R-Square meliputi ukuran statistik yang diterapkan guna mengevaluasi seberapa positif model yang dikembangkan dapat menjelaskan variasi dalam konstruk yang diukur. *R-Square*, juga dikenal sebagai koefisien determinan, mengindikasikan persentase varian dalam konstruk yang dapat dijelaskan oleh model. Nilai *R-*

Square berada dalam rentang antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variasi yang lebih besar dalam konstruk yang diukur. *R-Square* dihitung dengan membagi jumlah variasi yang dijelaskan oleh model dengan total variasi yang ada[27].

b. *Blindfolding*

Blindfolding merupakan metode yang dapat digunakan guna evaluasi tingkat relevansi prediksi dari model konstruk. Proses *Blindfolding* menggunakan nilai *Q-Square* guna indikator tingkat prediksi relevan, *Blindfolding* dianggap relevan jika *Q-Square* memiliki nilai $>0,05$. *Blindfolding* cocok digunakan guna memperkuat analisis SEM-PLS[22].

c. T-Statistic

T-Statistic adalah ukuran statistik yang diaplikasikan guna menguji signifikansi statistik pada parameter model, seperti *path coefficients*. *T-Statistic* mengindikasikan sejauh mana parameter tersebut berbeda secara signifikan dari nol. Nilai *T-Statistic* dihitung dengan membagi estimasi parameter dengan standar *error* yang sesuai, nilai kevalidan *T-Statistic* dapat dilihat pada *T-Table*. Jika nilai *T-Statistic* melebihi ambang batas kritis yang ditentukan signifikansi yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa parameter tersebut signifikan secara statistik. *T-Statistic* dapat melakukan uji hipotesis terkait hubungan antarvariabel dalam model SEM-PLS dan mengevaluasi kekuatan dan signifikansi dari setiap parameter yang diestimasi [26], [28].

2.2.5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi fokus penelitian. Populasi ini biasanya digunakan dalam penelitian yang membutuhkan sumber daya yang besar, seperti biaya yang tinggi, tenaga yang banyak, dan cakupan

yang luas. Subjek penelitian dapat berupa individu-individu atau entitas yang memberikan data yang diperlukan untuk penelitian. Bagian dari populasi yang dianggap mewakili keseluruhan populasi disebut sampel penelitian. Sampel penelitian ini diambil menggunakan teknik khusus yang disebut teknik sampling[29].

Sampel penelitian digunakan jika populasi yang didapat terlalu besar dan tidak mungkin meninjau totalitas populasi. Sampel penelitian dilakukan sebab dependensi waktu, biaya, dan tenaga peneliti. Pengambilan sampel perlu pertimbangan untuk menentukan tujuan penelitian dan meninjau populasi yang terlalu besar. Hasil penelitian bukan dinilai dari jumlah populasi, akan tetapi dari bagaimana peneliti mendeskripsikan sasaran penelitiaanya [29].

2.2.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dikelompokkan jadi dalam dua kategori, yaitu sampel non probabilitas dan sampel probabilitas [29].

1. Sampel non probabilitas

Teknik non probabilitas tidak mempromosikan kesetaraan kesempatan untuk dipilih jadi sampel penelitian, jenis-jenis teknik sampel non probabilitas adalah [29] :

- a. *Snowball sampling*, pengambilan sampel yang dipakai saat kondisi penelitian kurang dari target, karena kurangnya sampel maka dilakukan pengambilan sampel lagi untuk memenuhi target
- b. *Purposive sampling*, teknik ini mengambil berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik ini sering digunakan dengan jumlah sampel populasi yang kecil
- c. *Quota sampling*, teknik ini membagi jumlah sampel dahulu tanpa kerangka sampel. Teknik ini sering digunakan untuk survei opini publik.

2. Sampel probabilitas

Teknik ini memberi peluang yang sama untuk populasi yang dipilih jadi sampel penelitian, jenis-jenis sampel probabilitas [29] :

- a. *Systematic sampling*, teknik ini mengambil sampel berdasarkan interval pada sampel didapat dari jumlah populasi yang ada dibagi jumlah sampel
- b. *Cluster sampling*, sampel diambil secara acak pada suatu populasi. Pengambilan ditentukan berdasarkan menentukan populasi berdasarkan kelompok, setelah menentukan populasi dilanjutkan dengan menentukan jumlah sampel yang diambil.

Lantaran jumlah populasi yang dipakai kecil maka digunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik *Purposive Sampling* sering digunakan karena populasi yang kecil, untuk menghitung jumlah sampel akan diaplikasikan rumus Slovin[30].

Rumus dalam menghitung jumlah sampel [30]:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (2.1)$$

Keterangan :

n = skala sampel keseluruhan

N = skala populasi

e = batas toleransi kesalahan

2.2.7 Skala likert

Skala likert ada sejak tahun 1932 oleh Rensis Likert. Skala likert diaplikasikan untuk pengukuran skala ordinal. Skala Likert dapat diaplikasikan dalam survei guna mengukur sikap seseorang terhadap suatu aktifitas. Responden memberikan respons berdasarkan perasaan pengguna terhadap pernyataan yang diberikan. Skala ini memungkinkan variasi respons dari sangat setuju yang dinomorkan 5 hingga sangat tidak setuju yang dinomorkan 1, data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif untuk mengidentifikasi pola atau perbedaan dalam persepsi atau sikap responden, skala likert dibagi menjadi 5 skala dan diberi skor, skor 1; sangat tidak setuju, skor 2; tidak setuju, skor 3; kurang setuju, skor 4; setuju, dan skor 5; sangat setuju [31].

2.2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan pendahuluan yang didukung oleh data. Hipotesis ini berfungsi sebagai turunan dari teori yang menjadi dasar konseptual dari penelitian tersebut [29]. Hipotesis dibuat dengan mempertimbangkan hubungan antar variabel yang ada dalam model konseptual. Selain itu, hipotesis juga merupakan pernyataan yang menghubungkan variabel-variabel tersebut berdasarkan keterkaitan yang relevan dan dapat diuji [29]. Hipotesis berperan sebagai jawaban awal terhadap pertanyaan penelitian dan dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Pembentukan hipotesis didasarkan pada teori yang relevan dan diuji melalui pengumpulan data [29]. Hipotesis penelitian dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu uji satu arah (*one-tailed*) dan dua arah (*two-tailed*). Signifikansi dalam uji satu arah dan dua arah digunakan sebagai acuan untuk menerima atau menolak hipotesis. Uji satu arah digunakan untuk menguji hipotesis yang memiliki arah atau prediksi tertentu, dan uji dua arah digunakan untuk menguji hipotesis yang tidak memiliki arah atau prediksi khusus [32].

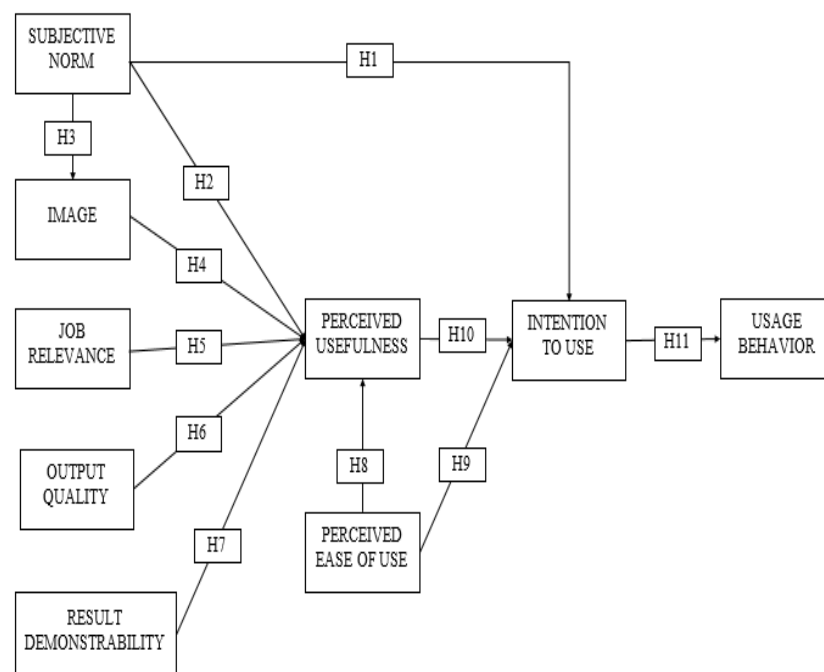
Hipotesis *one-tail* adalah bentuk pernyataan hipotesis dalam penelitian yang mengindikasikan adanya hubungan atau perbedaan antara variabel-variabel yang diuji hanya dalam satu arah atau arah tertentu. Pada hipotesis ini, peneliti memiliki prediksi spesifik bahwa efek yang diharapkan terjadi adalah positif atau negatif, namun tidak keduanya. Pengujian hipotesis *one-tail* biasanya dilakukan untuk menguji adanya perbedaan yang signifikan hanya dalam satu arah, sehingga lebih fokus pada satu kemungkinan hasil. Hasil uji statistik yang menghasilkan nilai signifikansi yang kecil menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dalam arah yang telah diprediksi sebelumnya [32].

Hipotesis *two-tailed* adalah bentuk pernyataan hipotesis dalam penelitian yang tidak mengindikasikan arah spesifik dari hubungan atau perbedaan antara variabel-variabel yang diuji. Pada hipotesis ini, peneliti tidak memiliki prediksi khusus mengenai efek positif atau negatif dari hubungan tersebut. Pengujian hipotesis *two-tailed* digunakan untuk menguji adanya perbedaan yang signifikan dalam kedua arah, sehingga mencakup semua kemungkinan hasil.

Hasil uji statistik yang menghasilkan nilai signifikansi yang kecil menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji, tanpa memandang arahnya[32].

2.2.9 Kerangka Hipotesis

Kerangka hipotesis penelitian ini menggunakan kerangka metode TAM 2 dengan menghilangkan variabel moderasi yaitu *voluntariness* dan *experience*, TAM 2 tanpa variabel moderasi sudah pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya dari jurnal “Analisis Penerimaan Aplikasi Website dengan Menggunakan *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2* (TAM 2) Pada Raja Duren”[33] dan “*TAM2-based study of website user behavior-using website 2.0 websites as an example*”[34]. Variabel *voluntariness* dan *experience* dapat tidak digunakan karena pengguna tidak menggunakan sistem secara sukarela dan tidak dibutuhkan pengalaman yang lama untuk menggunakan sistem[34]. Kerangka hipotesis penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.15.



Gambar 2.15 Kerangka Hipotesis Penelitian[33]

Pada Gambar 2.15, hipotesis dapat dijabarkan[33]:

- H1 : *Subjective Norm* (SNM) berdampak positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (IOU)
- H2 : *Subjective Norm* (SNM) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H3 : *Subjective Norm* (SNM) berdampak positif dan signifikan terhadap *Image* (IMG)
- H4 : *Image* (IMG) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H5 : *Job Relevance* (JRV) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H6 : *Output Quality* (OQY) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H7 : *Result Demonstrability* (RDD) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H8 : *Perceived Ease of Use* (PEOU) berdampak positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PUU)
- H9 : *Perceived Ease of Use* (PEOU) berdampak positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (IOU)
- H10 : *Perceived Usefulness* (PUU) berdampak positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (IOU)
- H11 : *Intention to Use* (IOU) berdampak positif dan signifikan terhadap *Usage Behaviour* (UBV)

2.2.10 Penyusunan Kuesioner

Kuesioner penelitian ini disusun berdasarkan model TAM 2 pada Gambar 2.15. pengukuran jawaban menggunakan skala likert 5 skor. Tabel 2.1 Menunjukkan pertanyaan penelitian ini[33].

Tabel 2.2 Kuesioner TAM 2[33]

Variabel	Kode	Indikator
<i>Usage Behavior</i>	Y1	Seberapa sering mengakses <i>Website</i> Raja Duren
	Y2	Seberapa lama mengakses <i>Website</i> Raja Duren
<i>Intention of Use</i>	Z31	Saya berniat mengakses <i>Website</i> Raja Duren
	Z32	Saya berniat mengajak orang lain menggunakan <i>Website</i> Raja Duren
<i>Perceived Usefulness</i>	Z11	<i>Website</i> Raja Duren membantu saya dalam membeli duren dengan cepat
	Z12	<i>Website</i> Raja Duren menghemat waktu saya dalam menggunakan <i>website</i> Raja Duren
	Z13	<i>Website</i> Raja Duren membantu saya dalam menggunakan <i>website</i> Raja Duren
	Z14	<i>Website</i> Raja Duren berguna bagi saya
<i>Perceived Ease of Use</i>	Z21	<i>Website</i> Amanah Haramain mudah dipelajari
	Z22	<i>Website</i> Amanah Haramain mudah dalam mendata jamaah
	Z23	<i>Website</i> Raja Duren mudah dipahami
	Z24	Saya merasa menguasai penggunaan fitur-fitur di <i>Website</i> Raja Duren
<i>Subjective Norm</i>	X31	Teman menganjurkan saya menggunakan <i>Website</i> Raja Duren
	X32	<i>Website</i> Raja Duren mempermudah dalam membeli duren
<i>Image</i>	X21	Keluarga saya berpikir saya sering mengakses <i>Website</i> Raja Duren
	X22	Teman saya berpikir saya sering <i>Website</i> Raja Duren
	X23	Mengakses <i>Website</i> Raja Duren baik bagi saya

Variabel	Kode	Indikator
<i>Job Relevance</i>	X11	<i>Website</i> Raja Duren menyajikan informasi yang membantu pekerjaan saya dalam mendata jamaah
	X12	<i>Website</i> Raja Duren relevan
<i>Output Quality</i>	X41	Kualitas informasi <i>Website</i> Raja Duren akurat
	X42	Kualitas informasi <i>Website</i> Raja Duren up to date
<i>Result Demonstrability</i>	X51	Saya tidak merasa kesulitan untuk mengajari orang lain cara mengakses <i>Website</i> Raja Duren
	X52	Saya percaya komunikasi yang disampaikan pengelola Raja Duren melalui <i>Website</i> dapat berjalan dengan baik
	X53	Saya tidak merasa kesulitan dalam menjelaskan manfaat <i>Website</i> Raja Duren

Sumber : F. R. Hardjito, 2017.