

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Sebelumnya Tentang Penerimaan dan Penggunaan Teknologi dan Analisis UTAUT

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi literatur sebagai sarana untuk kelengkapan data dan memperdalam masalah yang sedang dikaji di dalam penelitian yang diangkat. Penelitian ini dipilih berdasarkan topik dan tema yang menyerupai atau sesuai dengan penelitian yang diangkat, dapat dilihat seperti Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
1	Penerapan Metode Utaut (<i>Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology</i>) Dalam Memahami Penerimaan Dan Penggunaan	Penelitian ini menggunakan sebuah model sebagai kerangka pemikiran teoritis yaitu UTAUT dengan skala	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa dapat menunjukkan semua hipotesis diterima pada hasil pengujian	Penelitian sebelumnya menggunakan niat perilaku untuk menjadi faktor penentu sedangkan pada penelitian ini

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
	Website Kkn Lppm Unisi[4]	pengukuran <i>likert</i> , dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.	<i>website</i> KKN LPPM UNISI	menggunakan dua kesinambungan antar niat perilaku dan persepsi pengunjung dalam menerima teknologi pada <i>website</i> kapanlagi.com.
2	Penerapan Model Untuk Memahami Niat Menggunakan Search Engine Advertising Pada Pelaku Umkm Provinsi Bali[10]	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengadopsian teori <i>unified of acceptance and use of technology as the underpinning theory</i>	Dalam pemasaran internet, <i>search engine advertising</i> adalah metode penempatan iklan di halaman web yang menunjukkan hasil dari peminatan mesin pencari. <i>Seach engine</i>	Penelitian sebelumnya menggunakan kinerja peminatan hasil mesin pencari dengan membandingkan opsi pembelian dalam keputusan pembelian dengan penargetan daya tarik iklan pencarian.

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
			<p><i>advertising</i> ditargetkan untuk mencocokkan istilah pencarian kunci (<i>keywords</i>) yang dimasukan pada mesin pencari. Hasil yang didapatkan yaitu pengolahan data diketahui ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap niat menggunakan <i>Search engine advertising</i>.</p>	<p>Sedangkan penelitian ini menggunakan <i>website</i> untuk daya tarik pengunjung.</p>

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
3	<i>Analysis Of Online Purchase Intention Factors On Sosial Media Instagram (Case Study On Fashion Product)[6]</i>	Penelitian kuantitatif-kualitatif, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli secara <i>online</i> dan pendekatan kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data primer.	Hasil dari pengujian penelitian ini memiliki empat faktor yang berkontribusi kepada minat beli sebuah produk fashion secara <i>online</i> melalui Instagram yaitu <i>sales promotion, customer service, visual merchandising</i> dan <i>payment</i> .	Perbedaan penelitian sebelumnya yaitu perbedaan dari minat beli segi perilaku terhadap pengguna yang ditampilkan pada penelitian ini hanya untuk pengajuan judul. Sedangkan pada penelitian ini mencari perilaku dan persepsi pengunjung terhadap <i>website</i> .
4	Penerapan Model Utaut (<i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of</i>	Penerapan Model UTAUT (<i>unified theory of acceptance</i>	Hasil dari pengujian ini memperoleh hasil perhitungan dengan	Penelitian sebelumnya menggunakan metode model UTAUT yang

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
	<i>Technology</i>) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go- Pay Di Kota Padang[8]	<i>and use of technology</i>) yang berfokus dengan jenis penelitian kausatif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian kausatif yang bertujuan dengan mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.	data sampel harapan kerja, harapan usaha, pengaruh sosial, memfasilitasi kondisi, dan niat menggunakan. Melalui lima hipotesis perhitungan dengan hasil penelitian yang dapat diterima.	berfungsi dengan variabel- variabel yang dilakukan. Sedangkan penelitian ini menggunakan UTAUT untuk merekomendasikan sebuah teknologi <i>website</i> bagi para pengunjung.
5	Analisis Penggunaan Sistem Informasi KAI <i>ACCESS</i> Dengan Model UTAUT Pada	Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan pendekatan	Hasil pada pengujian ini dalam memperkuat model UTAUT bahwa setiap individu	Penelitian sebelumnya menggunakan metode model UTAUT yang berfungsi dengan

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
	PT.Kereta Api Indonesia (persero) Daop VI Yogyakarta [11]	kuatitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan.	mempunyai minat yang tinggi terhadap fasilitas pendukung yang digunakan. Sistem informasi yang dipengaruhi kuat dari tiap individu karena pengguna didasari dengan minat yang kuat pada sistem.	variabel- variabel yang dilakukan. Sedangkan penelitian ini menggunakan UTAUT untuk mengukur tingkat faktor penerimaan serta penggunaan pengunjung dalam <i>website</i> kapanlagi.com dengan membawa pengaruh antar variabel serta variabel moderasinya.
6	<i>Factors Determining The Behavior Intention To Use Mobile Learning: An</i>	Penelitian ini mengembangkan dan menguji secara empiris model untuk	Hasil dari pengujian ini memperoleh hasil dari hipotesis sehingga dapat	Perbedaan penelitian sebelumnya di media yang dipakai yaitu menggunakan aplikasi

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
	<i>Application And Extension Of The UTAUT Model</i> [9]	memprediksi factor-faktor dari analisis UTAUT. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala <i>likert</i> .	memotivasi penggunaan teknologi baru yang dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan meningkatkan teknologi tersebut bagi Lembaga Pendidikan.	<i>M-learning</i> untuk aplikasinya. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>website</i> untuk aplikasinya.
7	<i>Investigating The Impact Of Social Media Advertising Features On Customer Purchase Intention</i> [12]	Dengan menggunakan kontruksi utama model UTAUT 2 yaitu harapan kinerja, motivasi hedonis dan kebiasaan- kebiasaan diukur dengan	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa data memperluas pemahaman saat ini tentang aspek-aspek utama yang terkait	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yang membedakan hanya berfokus terhadap minat beli media sosial dengan mengukur tingkat enam faktor

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
		menggunakan item	dengan media sosial dan dampaknya terhadap niat beli pelanggan. Tinjauan lebih dekat dari literatur terkait mengarah pada identifikasi enam faktor utama (harapan kinerja, motivasi hedonis, kebiasaan, interaktivitas, keinformatifan, dan relevansi yang dirasakan) sebagai prediktor utama niat	utama pada model UTAUT2 yaitu harapan kinerja, motivasi hedonis, kebiasaan, interaktivitas, keinformatifan, dan relevansi yang dirasakan sedangkan yang membedakan dengan penelitian peneliti adalah penggunaan terhadap minat niat perilaku serta penggunaan perilaku pengunjung <i>website</i> dengan menggunakan

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
			Data dari penelitian ini dikumpulkan dari Jordan menggunakan survei kuesioner.	model UTAUT.
8	<i>The Interactive Mobile Social Media Advertising: An Imminent Approach To Advertise Tourism Product And Services?</i> [13]	Penerapan dengan mengadaptasi model penerimaan teknologi seluler yang terdiri dari kegunaannya seperti melengkapi kekurangan dari model teknologi informasi/sistem informasi (TI/IS) yang populer. Perpaduan	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa memiliki kerangka kerja yang terintegrasi dengan menggabungkan interaktivitas, faktor pribadi (yaitu efikasi diri seluler dan efikasi diri teknologi dan model penerimaan	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yang membedakan hanya metode yaitu perpaduan antara model TAM dan model UTAUT sedangkan yang dipakai dalam penelitian ini hanya menggunakan model UTAUT dalam

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
		dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi seperti TAM dan teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi seperti UTAUT.	teknologi seluler untuk mempelajari adopsi media sosial seluler dalam pengaturan pariwisata.	penelitian.
9	<i>Exploring Consumer Behavior To Purchase Travel Online In Fiji And Solomon Islands? An Etension Pf The Utaut Framework</i> [14]	Penggunaan model <i>unified theory of acceptance and use of technology</i> (UTAUT) dengan niat pembelian perjalanan di Fiji dan Kepulauan Solomon. Model UTAUT	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa efektivitas dan efisien model struktural estimasi untuk kedua sub-sampel. Meskipun demikian adanya	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yang membedakan hanya dari segi perilaku pengguna dalam minat beli perjalanan serta kepercayaan dan sikap dari pengguna dengan

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
		diperpanjang dengan memasukkan rasa kepercayaan dan sikap yang memungkinkan hubungan baru antar keduanya.	perbedaan yang signifikan terungkap dengan perbandingan koefisien dalam jalur yang berada di dalam dua sub- sampel.	tujuan untuk meningkatkan instrument penelitian dengan model UTAUT. Sedangkan dalam penelitian ini adalah menggunakan model UTAUT untuk mengetahui dari segi perilaku dan persepsi pengunjung.
10	<i>Exploring The Effect Of Culture On Acceptance Of Online Banking: A Comparative Study Of Pakistan And Turkey</i>	Penggunaan teknologi terpadu (UTAUT 2) yang terintegrasi dengan kredibilitas yang dirasakan untuk	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja (PE), motivasi hedonis, kebiasaan	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yang membedakan hanya dalam memprediksi niat

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
	<i>By Using The Extended Utaut Model</i> [15]	memprediksi niat perilaku pelanggan (BI) dan penggunaan perbankan <i>online</i> mereka	(HT) dan kredibilitas yang dirasakan (PC) adalah penentu penerimaan OB di Pakistan, sedangkan (PE) pengaruh sosial, nilai harga, HT, PC adalah faktor yang mempengaruhi niat nasabah bank Turki. Temuan yang memberikan wawasan baru untuk mengembangkan perbankan <i>online</i> di kedua negara.	perilaku pengguna terhadap penggunaan model UTAUT dan yang ditunjukkan lebih ke dalam tingkat penerimaan teknologi. Sedangkan yang dipakai dalam penelitian ini adalah adanya tingkat teknologi yang dilakukan dan kesinambungan antara perilaku dan persepsi pengunjung dalam teknologi yang disediakan.

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
11	<i>Factors Affecting Smes Owners To Use Social Media For Online Advertisement</i> [16]	Model <i>unified theory of acceptance and use of technology</i> (UTAUT), dapat memeriksa tingkat penerimaan aplikasi media sosial sebagai platform dan analisis korelasi yang dapat menetapkan setiap faktor mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan media sosial untuk .	Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel independen, harapan kinerja, kondisi fasilitasi, pengaruh sosial dan nilai hedonis yang berpengaruh positif terhadap niat perilaku yang menggunakan media sosial.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yang membedakan hanya perangkat media sosial yang digunakan yang digunakan dalam niat perilaku terhadap pengguna dengan secara keseluruhan dipakai. Sedangkan yang dipakai dalam penelitian ini dapat menspesifikan penggunaan perangkat media sosial yaitu <i>website</i> dalam penggunaannya dengan

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
				melihat perilaku dan persepsi pengunjung.
12	<i>Fashion Brands On Retail Websites: Customer Performance Expectancy And E-Word-Of-Mouth</i> [16]	Model <i>unified theory of acceptance and use of technology</i> (UTAUT), mendorong sebuah espektasi kinerja untuk situs web <i>brand fashion</i> yang akan memperkirakan dua model alternatif untuk menjelaskan pendorong dari pengguna satu ke yang lainnya. Pengambilan	Hasil dari pengujian ini memperoleh sebuah proses yang menghasilkan kualitas informasi dan teknologi situs <i>mode</i> dengan pengalaman dari masa lalu pengguna yang dapat mempengaruhi minat beli dari pengguna lewat harapan kinerja. Pada gilirannya pengguna	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu dengan menggunakan model UTAUT untuk melihat espektasi kinerja dari situs web dengan menguji hubungan antara kepuasan pelanggan dan <i>word-of-mouth</i> . Sedangkan yang dipakai dalam penelitian ini tidak hanya kepercayaan pelanggan

NO	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
		sampel menggunakan <i>convenience intercept sampling</i> .	berkontribusi pada mereka yang merekomendasikan suatu <i>mode</i> dengan <i>brand</i> dan situs web melalui pos dan ulasan <i>online</i> .	akan tetapi perilaku dan persepsi pengunjung di tinjau dalam penelitian ini.

2.1 Dasar Teori

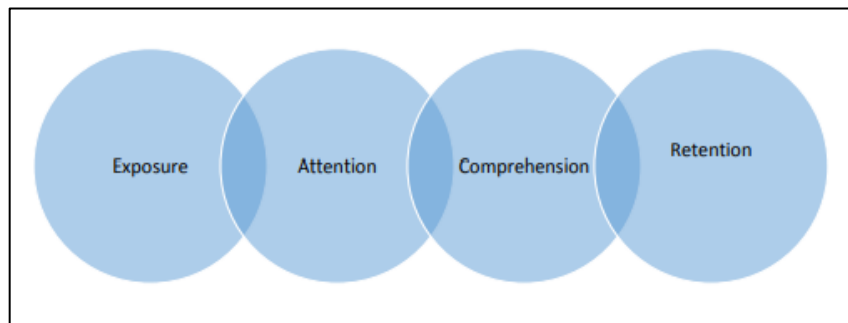
2.2.1 Perilaku

Perilaku adalah suatu proses seseorang dalam membuat keputusan. Perilaku seseorang dalam membuat keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki (waktu, ruang dan usaha) untuk proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan mengabdikan sumber daya tersebut [17].

Perilaku yang merupakan sebuah sumber informasi termasuk pencarian dan penggunaan informasi baik secara aktif maupun pasif. Perilaku dalam memenuhi kebutuhan informasi sangat cukup beragam, dikarenakan masing-masing individu memiliki pengalaman, serta motivasi yang tidak sama. Perilaku dapat disimpulkan sebagai cara pengamatan terhadap segala hal tindakan yang berkaitan dengan kegiatan serta pengalaman yang dilakukan setiap individu dalam sumber informasi baik pencarian maupun penggunaan informasi secara aktif ataupun pasif [11].

2.2.1 Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang dapat memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi yang menjadi suatu arti tersendiri untuk menciptakan sebuah gambaran secara keseluruhan. Tindakan dalam persepsi sesungguhnya dapat dipengaruhi oleh situasi saat itu yang dirasakan. Namun dalam persepsi tiap-tiap orang tidak lah sama walaupun berada di dalam situasi yang sama. Persepsi dengan proses yang dilakukan perindividu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulasi ke dalam bentuk gambar yang berarti masuk akal dalam mengenai proses tersebut. Persepsi melalui empat tahap dalam pembentukannya seperti Gambar 2.1 sebagai berikut[3]:



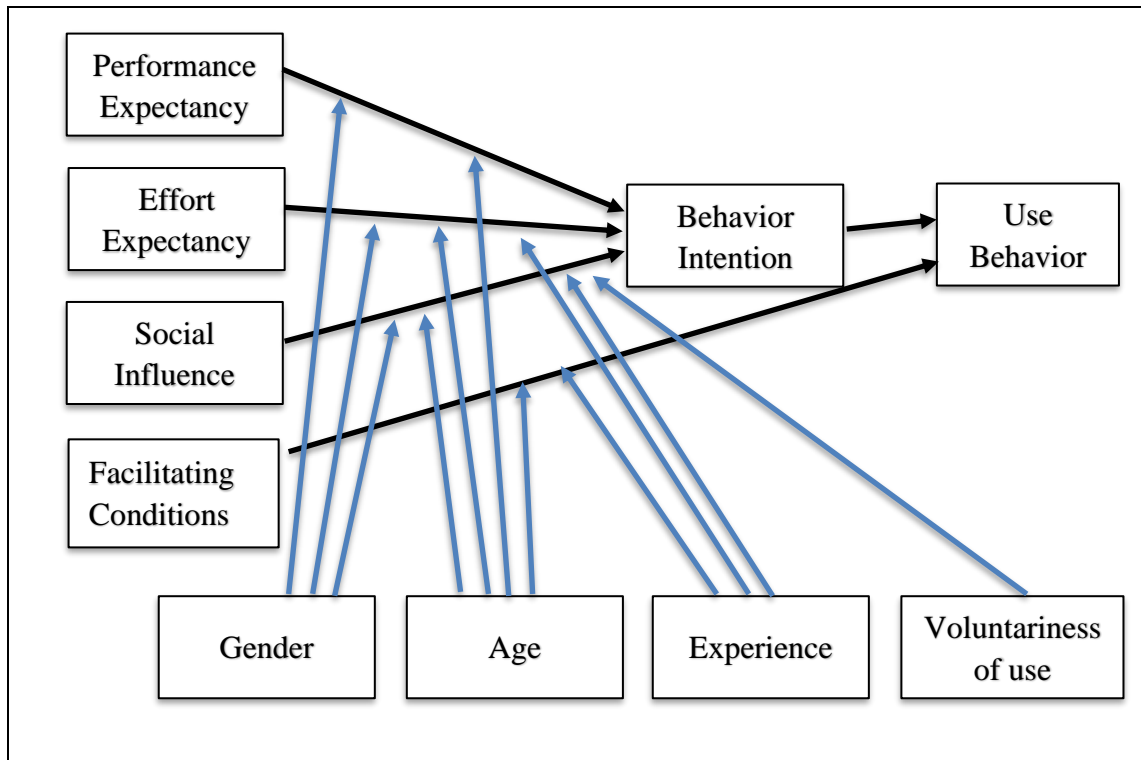
Gambar 2. 1 Empat tahap dalam pembentukan persepsi[3]

- a. Tahap *exposure*: tahapan pada seseorang yang mulai menerima informasi melalui panca indera yang dimiliki. *Exposure* terjadi ketika adanya stimuli datang dari berbagai macam *sensory receptors*. Pengguna yang berkonsentrasi pada beberapa stimulus atau tidak sadar akan berstimuli dengan yang lain dan bahkan tidak dapat memperdulikan beberapa pesan.
- b. Tahap *attention*: tahapan pada seseorang yang mulai menempatkan sebuah informasi yang akan diterima ke dalam stimulus. *Attention* mengacu pada tingkat yang diaman dala pemrosesan informasi ditekankan atas stimulus yang khusus. Pengguna dapat menerima informasi yang terlalu banyak (*overload information*) dan tidak sebanding dengan jumlah informasi yang masuk dan sanggup untuk di proses. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan kapasitas otak manusia untuk informasi yang di cerna.
- c. Tahap *comprehension*: tahapan pada seseorang yang mulai menginterpretasikan informasi yang masuk tersebut menjadi sebuah arti yang sangat spesifik.
- d. Tahap *retention*: tahapan pada seseorang yang mulai tidak dapat mengingat lagi atas keseluruhan yang mereka baca, lihat, atau yang mereka sudah tertarik dan sudah dapat menginterpretasikan informasi. Keempat tahapan tersebut mendorong sebuah persepsi masing-masing individu yang berbeda-beda, tergantung bagaimana masing-masing individu tersebut dapat menginterpretasikan suatu informasi yang

masuk ke dalam stimuli masing-masing individu[3].

2.2.2 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Merupakan sebuah teori yang menyempurnakan dari teori penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya. UTAUT dikembangkan untuk menjelaskan bahwa bagaimana sikap dari perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang tersedia, yaitu *theory of reasoned action* (TRA), *the Technology Acceptance Model* (TAM), *motivational models* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB* (C-TAMTPB), *the model of the PC utilization* (MPCU), *innovation diffusion theory* (IDT) dan *social cognitive theory* (SCT). UTAUT menunjukkan adanya niat perilaku (*behavior intention*) dan perilaku aktual pengguna pada suatu sistem (*effort expectancy*). Tujuan utama dalam penelitian menggunakan UTAUT adalah untuk membantu sebuah organisasi dalam memahami bagaimana bereaksi terhadap pengenalan teknologi baru, pada awalnya model UTAUT dikembangkan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) pada tahun 2003 dengan empat konstruk utama yang dapat mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi sebagai determinan langsung dari behavioral intention dan use behavior yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*. UTAUT sudah dikembangkan kembali dari konteks organisasi menjadi sebuah konteks konsumen individu yang diberi nama model UTAUT2 dimana model ini memiliki tiga konstruk baru yaitu: *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value*[4], maka dari itu untuk model UTAUT sendiri memiliki empat konstruksi utama dalam pelaksanaannya seperti Gambar 2.2 sebagai berikut[4]:



Gambar 2. 2 Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)[4]

1. *Performance expectancy*: Mengukur seberapa tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang sehingga dapat menggunakan sebuah teknologi yang membantu dalam meningkatkan kinerjanya.
2. *Effort expectancy*: Mengukur tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna yang telah dihubungkan oleh suatu teknologi tersebut.
3. *Social influence*: Mengukur sejauh mana seseorang dapat merasakan seberapa pentingnya bahwa orang lain dapat percaya akan menggunakan suatu teknologi.
4. *Facilitating conditions*: Mengukur seberapa penting tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang dalam infrastruktur atau fasilitas yang tersedia dapat mendukung adanya suatu teknologi.
5. *Behavioral intention*: Mengukur bagaimana cara seseorang dapat menggunakan suatu teknologi

6. *Use behavior*: Mengukur perilaku seseorang pada saat menggunakan suatu teknologi.
7. Moderasi *gender*: Peubah moderasi bersifat kategoris dengan membagi antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan sebagai peubah yang akan membagi subsampel berdasarkan kategorinya, sehingga dapat berpengaruh antara variabel eksogen terhadap endogen maupun sebaliknya.
8. Moderasi *age*: Peubah moderasi bersifat kontinu terbagi berdasarkan subsampel kelompok umur, sehingga dapat berpengaruh antara variabel eksogen terhadap endogen maupun sebaliknya.
9. Moderasi *experience*: Peubah moderasi berdasarkan pengalaman dari subsampel yang telah di kategorikan melalui pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen maupun sebaliknya.
10. Moderasi *voluntariness of use*: peubah moderasi berdasarkan kesukarelaan pengguna terhadap akan menggunakan teknologi lagi dikemudian hari melalui pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen maupun sebaliknya [4].

2.2.3 Kapanlagi.com

Kapanlagi.com adalah situs *website* di Indonesia yang berfokus terhadap berita selebritas. Situs ini merupakan sebuah situs yang cukup terkenal dan banyak dikunjungi oleh pengguna internet, lebih khususnya yang suka membaca berita *online*. Setiap situs berita yang ada memiliki keunikan ataupun ciri khas masing-masing dalam penyajian berita kepada para pembacanya, termasuk Kapanlagi.com ini yang dengan demikian merupakan satu diantaranya portal situs berita *online* yang menyajikan informasi-informasi atau berita selebritas. Situs ini termasuk kedalam situs yang menyajikan berita yang dapat dipercaya atau berita yang faktual serta aktual [5].

2.2.4 Sampel

Sampel menurut Sugiyono adalah bagian dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila terjadi populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi yang sudah ada, misalkan terjadi karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan sumber daya dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk itu populasi harus betul-betul diambil secara *representative* (mewakili)[18].

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi tersebut menurut Siregar. Berdasarkan dari siregar sampel pada bagian ini dari jumlah populasi yang akan diteliti dan disimpulkan untuk populasi yang ada[19].

Sampel yang diambil dari penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi pengunjung. Pencarian sampel ini ditentukan berdasarkan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya, maka menggunakan persamaan (2.1)[20].

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2 \quad (2.1)$$

$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]$$

$$n = 96 \text{ Responden}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$: Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95% daripada tingkatan keyakinan yang diinginkan sebesar 95% maka Z adalah 1,96.

E = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya *error* maksimum secara 20%

Dari rumus diatas, maka peneliti memperoleh jumlah populasinya yang tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal adalah 96 responden [20].

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan data sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan yang akan digunakan dalam

penelitian ini yaitu menggunakan *probability sampling* dengan teknik *Cluster sampling*. Teknik *Cluster sampling* diambil untuk menentukan objek dengan sumber data yang luas, misalnya penduduk, dari suatu negara, provinsi atau kabupaten. Sampel diambil berdasarkan *cluster* gender yang ditentukan untuk pengunjung *website*, karakteristik semacam ini diperhatikan dalam strata populasi yang ditetapkan[20].

2.2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang diperkirakan didukung oleh data empiris dalam suatu penelitian. Hipotesis yang diperoleh berdasarkan teori pembentukan model konseptual penelitian. Oleh karena itu hipotesis hendaknya dibuat dengan melihat sebuah model konseptual yang menunjukkan hubungan secara logis antara dua atau lebih variabel tersebut, hipotesis yang dibuat harus diekspresikan berupa pertanyaan-pertanyaan hubungan antar variabel yang dapat diuji[21]. Hipotesis dapat dinyatakan diterima jika nilai dari *p-values* pada variabel hipotesis $<0,05$ dan nilai dari *t-statistic* $>1,96$ maupun sebaliknya jika hipotesis dinyatakan ditolak jika nilai dari *p-values* pada variabel hipotesis $>0,05$ dan nilai dari *t-statistic* $<1,96$ [22].

2.2.6 Skala Likert

Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian yang terjadi, dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi sebuah indikator variabelnya. Kemudian indikator tersebut dapat dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang terdapat pada instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan menurut Sugiyono. Skala *likert* memiliki dua bentuk pernyataan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Penggunaan skala *likert*, dilakukan dengan mengukur variabel yang dapat dijabarkan dari variabel dimensi, dimensi yang dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dapat dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Pada akhirnya sub-indikator dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk membuat suatu

pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Skala yang sering digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala *likert*, yaitu skala yang berisi tentang lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan pada Tabel 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Ukuran Skala Likert[4]

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Skala *likert* dikatakan ordinal karena pernyataan sangat setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari setuju “lebih tinggi” dari “Cukup Setuju”. Jarak skala sama besar atau nilainya konstan, maka skala *likert* menjadi skala interval[4].

2.2.7 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling merupakan salah satu teknik yang multivarian untuk menggabungkan beberapa aspek regresi yang berganda yaitu dengan menguji hubungan saling bergantung dan analisis faktor (menggambarkan konsep yang tidak dapat diukur dengan variabel ganda) untuk mengestimasi hubungan yang saling bergantung secara bersamaan. SEM terdapat dua model yang berbeda, yaitu berbasis kovarian dan varian. Kovarian dihitung berdasarkan AMOS atau LISREL, sedangkan SEM dengan model yang berbasis varian dihitung berdasarkan *SmartPLS* dan *PLS Graph*. SEM memiliki tahapan pokok untuk melakukan penelitian seperti[22]:

a. Membuat model SEM (*Model Specification*):

Teori yang sudah ada, dalam bentuk *equation* (persamaan matematis) atau dalam bentuk diagram (gambar).

b. Menyiapkan desain penelitian dan pengumpulan data:

Pengujian ini berdasarkan asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam SEM.

c. Identifikasi Model (*Model Identification*):

Setelah model dan desain telah berbentuk, selanjutnya identifikasi model untuk mengetahui model tersebut dapat dianalisis.

d. Pengujian model (*Model Testing* dan *Model Estimation*):

Pengujian ini melakukan uji *measurement model* dan selanjutnya dilakukan *structural model*[22].

e. Macam-macam variabel yang digunakan seperti variabel independen dan dependen.

1. Variabel independen: Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas karena mempengaruhi atau menjadi sebab akan berubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Proses pemodelan SEM ini adalah persamaan struktural atau dapat disebut sebagai variabel eksogen
2. Variabel dependen: Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat karena mempengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independent (bebas). Pemodelan SEM ini adalah persamaan struktural atau dapat disebut sebagai variabel endogen [23].

f. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrument. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan tiap instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur dalam konstruk-konstruk tersebut. Validitas instrumen yang dipakai yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan yang dapat dibuktikan berdasarkan beberapa bukti. Bukti-bukti secara konten atau disebut sebagai validitas isi, secara kosntruk, atau dikenal dengan validitas konstruk dan secara kriteria atau dapat dikenal sebagai validitas kriteria, untuk mengukur pengujian validitas ini harus berdasarkan ukuran indikator yang mampu

merefleksikan konstruk-konstruk yang ada[4].

1. Validitas konvergen adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana sebuah indikator dapat berkorelasi dengan indikator lain pada konstruk yang sama dan dapat dilihat dari *outer loading* dengan tujuan untuk menginterpretasikan peran penting matrik faktor semakin tinggi semakin baik nilai variabel *loading* dengan indikator yang harus bernilai $>0,7$ dan *average variance extracted* dengan nilai harus $>0,5$. Jika nilai dari *average variance extracted* $<0,5$ karena memiliki tujuan untuk mengetahui nilai rerata akar dari nilai *outer loading* dengan hasil variabel laten dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen dan dapat dilihat dari *rule of thumb* menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*[24].
2. Validitas diskriminan adalah ukuran yang berasal dari sebuah konstruk yang berbeda dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan pada tiap indikator disebut dengan *cross loading* tiap indikator ke konstruk lain. Nilai *cross loading* indikator suatu konstruk harus lebih besar dari nilai *cross loading* ke konstruk lainnya. Tingkat konstruk validitas diskriminan diukur untuk membandingkan nilai *average variance extracted* yang harus lebih besar dari sebuah konstruk yang berkorelasi terhadap kosntruk lainnya. dan didasarkan pada kriteria *fornell lacker*[24].

Tidak hanya uji validitas, namun terdapat uji reliabilitas digunakan dalam mengukur konsistensi responden dalam menjawab isi dari kuesioner penelitian. Uji reliabilitas dinilai berdasarkan *cronbach's alpha* bertujuan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. *Composite reliability* bertujuan untuk mengukur nilai sesungguhnya suatu konstruk. *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dengan nilai harus $>0,7$ berdasarkan *rule of thumb* dengan

menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM)[24].

- g. Model struktural menggunakan koefisien determinasi atau biasa disebut R^2 untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Parameter R^2 mengukur kelayakan model yang memprediksi rentang nilai 0-1, sebaiknya R^2 memiliki nilai $> 0,10$. Tidak hanya R^2 , nilai dari koefisien jalur *path* atau *t-value* untuk menguji nilai signifikan antar konstruk. R^2 digunakan sebagai alat mengukur tingkat variasi peubah variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai dari *path coefisient* ditunjukan oleh nilai *t-statistic* harus $>1,96$. Nilai *t-statistic* dilakukan untuk menguji nilai yang berpengaruh dari tiap variabel. Nilai *t-statistic* $>1,96$ maka variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen dan apabila nilai pada *t-statistic* $<1,96$ maka variabel eksogen yang berpengaruh terhadap endogen terlihat tidak signifikan. Tidak hanya R^2 , koefisien jalur, *t-statistic* saja model struktural menggunakan nilai *predictive relevance* atau biasa disebut Q^2 untuk mengukur seberapa baik nilai model jalur yang memprediksi nilai teramati yang asli. Nilai Q^2 jika >0 maka konstruk endogen mempunyai relevansi prediktif, sedangkan jika nilai $Q^2 <0$ maka tidak adanya relevansi prediktif[24].
- h. Variabel moderasi digunakan untuk mengetahui semua interaksi antara variabel moderator, variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Moderasi pada model UTAUT dipakai mencakup *gender*, *age*, *experience* dan *voluntariness of use*. Variabel moderasi harus diuji dengan model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) untuk melihat bahwa setiap peubah berinteraksi dengan baik. Pada peubah moderasi di dalam model pengukuran bertujuan untuk menggabungkan karakteristik interaksi peubah eksogen dengan peubah moderatornya, sedangkan pada peubah moderasi di dalam model

struktural berfokus kepada untuk melihat ada tidaknya perubahan ikurang yang berpengaruh ketika setiap variabel berinteraksi pada model jalurnya dibandingkan yang tanpa suku interaksi. Pada analisis model jalur menggunakan variabel moderasi adalah untuk mengetahui bahwa nilai signifikan dari interaksi yang dilakukan pada model jalur, nilai signifikan dari pengaruh moderasi diketahui dalam menghitung nilai *t-statistic* $<1,96$ dan *p-values* $>0,5$ sebaliknya jika nilai tidak signifikan diketahui nilai dari *t-statistic* $>1,96$ dan *p-values* $<0,5$ [22].