

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model*

TAM adalah salah satu model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya sebuah teknologi informasi. Terdapat 5 faktor utama yang digunakan dalam memprediksi TAM sebagai alasan diterimanya sebuah teknologi informasi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, sikap, niat perilaku, dan *actual system usage*. *Actual system usage* didefinisikan bahwa individu telah menggunakan teknologi informasi yang didasarkan atas kemudahan dan manfaat yang diterima yang terlihat pada frekuensi dan durasi waktu yang digunakan (Ali, 2022).

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki beberapa kelebihan yaitu TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya. TAM dibangun dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik. TAM merupakan model yang parsimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid (Granic dan Maragunic, 2019).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Technology Acceptance Teori TAM menunjukkan bahwa keinginan perilaku individu untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu :

- 1) Kegunaan yang dirasakan, yang didefinisikan dimana seseorang merasa yakin bahwa dengan menggunakan *system* tersebut akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pengukuran manfaat tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi informasi tersebut dan

- 2) Persepsi kemudahan penggunaan, yang didefinisikan dimana seseorang merasa yakin dengan menggunakan sistem tersebut tidak memerlukan upaya apapun (*free of effort*).

TAM telah diuji dengan pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna memiliki pengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi (Kemp et al, 2019).

2. Kegunaan Yang Dirasakan

Kegunaan yang dirasakan menurut Juliet Bugembe (2010) mendefinisikan persepsi secara subjektif sebagai kemampuan suatu sistem untuk meningkatkan minat beli dalam pekerjaan saat menyelesaikan tugas yang diterima, serta mempengaruhi anggapan kegunaan berdampak tidak langsung pada penerimaan penggunaan sistem tersebut.

Kegunaan yang dirasakan juga merupakan faktor paling penting bagi pengguna dalam penerimaan suatu sistem. Kegunaan yang dirasakan dari sistem terkait dengan produktivitas dan efektivitas sistem dan manfaat keseluruhannya untuk meningkatkan kinerja pengguna. Manfaat inti dalam TAM adalah bahwa individu penggunaan teknologi dimediasi oleh penerimaan mereka terhadap hal itu (teknologi), yang pada gilirannya ditentukan oleh dua kognitif faktor, manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan (Jones & Kauppi, 2018). Dengan kata lain, seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan berhasil meningkatkan kinerja pekerjaannya. Oleh karena itu, semakin banyak manfaat suatu teknologi, semakin tinggi keinginan pengguna untuk menggunakannya.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Selain persepsi kegunaan, variabel lain yang juga penting untuk dipertimbangkan seseorang dalam memilih suatu teknologi atau aplikasi adalah persepsi kemudahan penggunaan. Meskipun masyarakat meyakini bahwa teknologi dapat memberikan manfaat (kegunaan), namun belum tentu masyarakat meyakini bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan adalah seberapa besar keyakinan masyarakat bahwa dengan menggunakan teknologi, mereka tidak perlu mengeluarkan tenaga ekstra. Teknologi dapat memenuhi syarat kemudahan penggunaan apabila penerapannya mudah dipelajari, mudah memperoleh apa yang diinginkan, jelas dan mudah dipahami dalam berinteraksi (dengan pengguna), fleksibel dalam pengoperasiannya, mudah menjadi terampil, dan secara keseluruhan mudah digunakan. Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Selain minat penggunaan, persepsi orang tersebut mengenai kebermanfaatan teknologi juga akan menjadi semakin baik. (Hussain, Mkpojiogu, & Yusof, 2016).

4. Sikap

Sikap terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku yang bersangkutan. Sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku. Keyakinan tersebut berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya. Pemahaman tersebut dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila individu melakukan atau tidak melakukannya (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2019). Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku individu apabila berdasarkan evaluasi, individu memperoleh data bahwa perilaku tersebut dapat memberikan keuntungan baginya. Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh fungsi dari keyakinan individu terhadap

perilaku yang akan dilakukan besar peranan sumberdaya tersebut maka semakin kuat persepsi kontrol perilaku individu terhadap perilaku tersebut.

5. Niat Perilaku

Niat perilaku sebagai keinginan pelanggan dalam bertindak dengan cara tertentu, yang bertujuan untuk kepemilikan, pembuangan, dan penggunaan produk atau jasa. Niat perilaku merupakan model untuk menjelaskan minat perilaku konsumen, yang menunjukkan bahwa minat perilaku dapat ditangkap oleh minat pembelian kembali, *word of mouth*, loyalitas, perilaku dalam memberikan komplain, dan sensitivitas harga. Menurutnya, semakin besar pengalaman pelanggan yang lebih positif, maka semakin besar kemungkinan dia bersedia untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Niat berperilaku adalah frekuensi pembelian atau proporsi pembelian total dari pembeli yang setia terhadap merek tertentu (Muangmee et al, 2021).

Adapun faktor-faktor yang membentuk niat untuk melakukan sesuatu menurut adalah:

- a) Faktor pendorong dari dalam (*The factor inner urge*), merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan niat.
- b) Faktor motif sosial (*The factor of social motive*) adalah niat seseorang terhadap objek/suatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial,
- c) Faktor emosi (*Emotional factor*) adalah faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek.

Niat berperilaku juga mengacu pada keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku tertentu di masa depan (Venkatesh & Davis, 2000). Jika seseorang mendapatkan pengaruh positif terhadap pemakaian teknologi maka diharapkan dapat menimbulkan niat yang kuat pada pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut (Lee et al, 2020). Di dalam penelitian saat ini, niat perilaku mengacu pada niat konsumen dalam menggunakan GrabFood.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Judul dan Penulis dari Jurnal Artikel	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi Hadi dan Assegaf (2022).	Persepsi kemudahan penggunaan terhadap kegunaan yang dirasakan	SPSS23	Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap kegunaan yang dirasakan
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Cloud Computing Di Rumah Sakit Muhammadiyah Setyawan (2015)	Persepsi kemudahan penggunaan terhadap kegunaan yang dirasakan	SPSS23	Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan
The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money With Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City Rahmiyati, et al., (2019).	Persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap	SPSS23	Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap

Judul dan Penulis dari Jurnal Artikel	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
The Influence of Perceived Ease of Use and Usefulness of The Academic Registration System On The Attitude of Using Online Study Plan Card (KRS) Rahmat, T., (2019)	Persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap	SPSS23	Persepsi kemudahan penggunaan ditemukan berpengaruh positif terhadap sikap
Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek Gunawan, F., et al. (2019)	Persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap	SPSS23	Persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap
Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia Indarsin dan Ali. (2017)	Kegunaan yang dirasakan terhadap sikap	SPSS23	Kegunaan yang dirasakan di penelitian ini memiliki pengaruh terhadap sikap
Balance and Sequence in Online Reviews: How Perceived Usefulness Affects Attitudes and Intentions Purnawirawan, et al. (2012)	Kegunaan yang dirasakan terhadap sikap	SPSS23	Kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap sikap
The influence of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude on purchase intention Rahmiati, et al. (2019)	Kegunaan yang dirasakan terhadap sikap	SPSS23	Kegunaan yang dirasakan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap
Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening Setyawati (2020).	Sikap terhadap niat perilaku	SPSS23	Sikap berpengaruh terhadap niat perilaku

Judul dan Penulis dari Jurnal Artikel	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Attitude Towards Using</i> terhadap <i>Behavioral Intention To Use</i> pada aplikasi OVO Aprilia, A. R. (2020).	Sikap terhadap niat perilaku	SPSS23	Sikap berpengaruh terhadap niat perilaku

2.3 Pengembangan Hipotesis

Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* juga merupakan ironi bagi toko fisik. Gangguan ini tidak hanya terjadi di Indonesia saja, tapi juga di seluruh dunia. Hal ini terlihat dari banyaknya toko fisik yang tutup karena masyarakat beralih ke belanja *online* atau *e-commerce*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, et al., (2019) terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap.

Menurut Rahmiyati, et al. (2019), para pelaku bisnis terus melakukan inovasi-inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kemudahan dalam menggunakan. Salah satu upaya para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memunculkan ide dan ide untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan TAM. Dalam TAM (*Technology Acceptance Model*) terdapat beberapa poin seperti kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan sikap pengguna. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap.

Menurut Rahmat (2019), disebutkan bahwa TAM menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang menjadi keyakinan adanya teknologi baru yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi baru tersebut yang mempengaruhi sikap pengguna. Dalam menerima sistem baru berbasis teknologi informasi, beberapa orang mungkin tidak dapat memahami dan menerimanya. Oleh karena itu perlu dilakukan mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman pengguna dengan mengukur perilaku pengguna. Dalam hasil penelitian tersebut terdapat hasil positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap.

H1. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap

Perkembangan teknologi yang pesat membantu masyarakat di hampir segala bidang, termasuk dengan kemudahan untuk terhubung lebih cepat ke seluruh penjuru dunia. Dalam perkembangan teknologi ini membuat manusia harus beradaptasi dengan teknologi. Salah satu pengaruh agar manusia menerima dan menggunakan teknologi yaitu manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Dalam penelitian ini, terdapat pengaruh positif kegunaan yang dirasakan terhadap sikap (Indarsin dan Ali, 2017).

Menurut Purnawirawan, et al. (2012), kegunaan yang dirasakan memainkan peran penting dalam menentukan hubungan antar informasi ingatan dan sikap serta niat berperilaku. Secara tidak langsung mempengaruhi sikap dan niat melalui informasi, tetapi hanya ketika orang mempersepsikan informasi tersebut menjadi berguna. Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat pengaruh positif kegunaan yang dirasakan terhadap sikap.

Di era globalisasi, kebutuhan akan informasi menjadi hal yang penting. Seiring dengan berkembangnya teknologi, sistem informasi berbasis internet banyak digunakan saat ini. Internet membantu dan memudahkan masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari membaca berita hingga berbelanja. Berbelanja melalui internet atau dikenal dengan belanja online merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan internet. Namun berlawanan dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmiati, et al. (2019), tidak terdapat pengaruh kegunaan yang dirasakan terhadap sikap.

H2. Kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap sikap

Internet mempengaruhi perkembangan teknologi dari berbagai sektor termasuk jasa layanan. Perkembangan pesat yang dialami oleh dunia mempengaruhi banyak pengusaha untuk mengembangkan teknologi yang dapat meningkatkan pelayanan mereka terhadap konsumen. Menurut Hadi dan Assegaf (2022), kemudahan penggunaan teknologi didefinisikan sebagai ukuran di mana

seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Disaat seseorang merasa mudah menggunakan suatu aplikasi, mereka sangat menerima manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh Hadi dan Assegaf (2022), terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap kegunaan yang dirasakan.

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model yang paling sering digunakan pada penelitian adopsi di bidang sistem informasi. Penelitian-penelitian yang ada memvalidasi kebenaran TAM dalam menguji berbagai macam penggunaan teknologi informasi pada berbagai jenis instansi dan perusahaan dan diakui oleh para peneliti di dunia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Setyawan (2015), persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan.

H3. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan

Sikap dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang yang berbentuk penerimaan atau penolakan terhadap penggunaan suatu sistem teknologi guna untuk pemenuhan berbagai kegiatan dalam pekerjaannya. Niat perilaku merupakan suatu niat, keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu, seseorang akan melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu jika seseorang tersebut memiliki keinginan dan minat untuk melakukannya. Selain itu minat juga dapat diindikasikan bahwa akan dilakukannya suatu perilaku atau tindakan tertentu dimasa depan atau di waktu yang akan datang dan mengulangnya dikemudian hari. Dalam penelitian ini, terdapat pengaruh positif sikap terhadap niat perilaku Setyawati (2020).

Saat ini perkembangan teknologi semakin maju di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Meningkatnya kebutuhan akan penggunaan teknologi di masyarakat menyebabkan semakin meningkatnya kebutuhan akan proses transaksi pembelian, penjualan, dan pembayaran yang mudah dan cepat. Oleh karena itu, perusahaan di penjuru dunia termasuk Indonesia membangun berbagai fasilitas berbasis online untuk memfasilitasi transaksi pembayaran dengan menggunakan teknologi yang

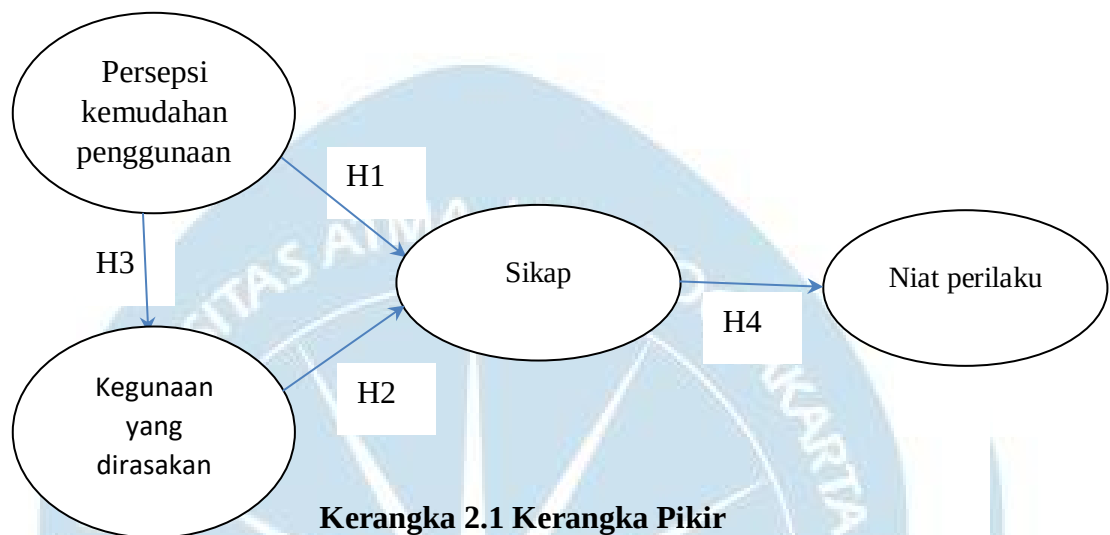
ada. Menurut Aprilia, A. R. (2020), sikap seseorang yang menerima perubahan teknologi ini mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam penelitian tersebut ditemukan adanya pengaruh positif sikap terhadap niat perilaku.

H4. Sikap memiliki pengaruh terhadap niat perilaku



2.4 Kerangka Pikir

Dari pengembangan hipotesis diatas maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Kerangka 2.1 Kerangka Pikir

Diadaptasi dari: (Ja Young Choe, et al., 2021)