

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

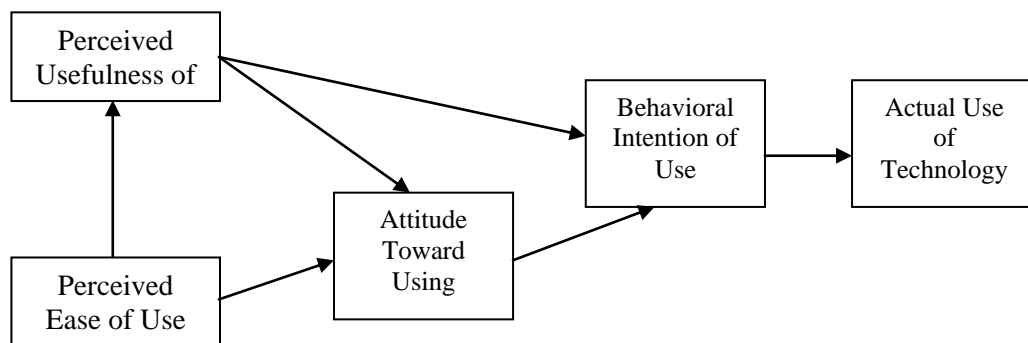
Penelitian tentang analisis penerimaan pengguna terhadap teknologi baru cukup banyak dilakukan, namun demikian akan dapat selalu dilakukan karena pada kenyataannya perlu untuk diketahui dari sisi perilaku pengguna, seberapa jauh teknologi dapat diterima oleh penggunanya.

#### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Titik awal yang paling baik untuk mempelajari faktor-faktor penentu penentu perilaku individu pada umumnya adalah dari *Theory of Reasoned Action / TRA* (Ajzen dan Fishbein, 1980), selanjutnya model yang disusun oleh Davis (1986) yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. TAM ini mendasarkan pada TRA, yang mengidentifikasi dua factor kunci pendahulu, yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use / PEOU*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness / PU*) bagi pengguna dalam menerima dan menerapkan teknologi. TAM menghipotesiskan bahwa sikap pengguna terhadap teknologi ditentukan oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dari teknologi tersebut yang akan mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut (*Intention to Use*). Secara empiris prediksi dari Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada

penerimaan teknologi individu telah terbukti dan dikonfirmasi oleh berbagai penelitian (Lee et al., 2003).

Selain itu, TAM juga menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) karena sesuatu yang dipersepsikan lebih mudah digunakan akan lebih bermanfaat. Niat untuk menggunakan teknologi itu dapat dipengaruhi oleh banyak variable eksternal. Persepsi mengenai kemudahan dan kegunaan teknologi menjadi perantara terhadap pengaruh variabel eksternal pada sikap dan niat untuk menggunakan teknologi. Tujuan model TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Gambar 2.1 menunjukkan model penerimaan teknologi tersebut.



Gambar 2.1. *Technology Acceptance Model / TAM* (Davis, 1986)

Sekundera (2006) melakukan penelitian tentang penerimaan pengguna akhir yang bertujuan untuk menguji penerimaan (*acceptance*) pengguna sistem *core banking* di Bank ABC dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*

(TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Dalam lingkungan teknologi informasi yang bersifat *mandatory use* tentunya penerimaan (*acceptance*) akan berbeda jika lingkungan teknologi tersebut bersifat *voluntary use*. Dalam lingkungan teknologi informasi yang bersifat *voluntary use* maka pemakai sistem informasi mempunyai kebebasan (*freedom*) untuk memutuskan memakai atau tidak memakai sistem informasi tersebut. Dalam lingkungan yang bersifat *mandatory use*, kepuasan pengguna menjadi ukuran penerimaan penggunaan sistem informasi.

Mulyani ( ) dalam penelitiannya di AMIK Garut ingin memperoleh bukti empiris terkait penerimaan teknologi *Student Information Terminal* (S-IT) dari penggunaan kerangka model TAM dengan variabel eksternal desain portal, organisasi e-resources, dan user abilities dan skill. Dengan menggunakan program AMOS versi 18 dan metode analisis statistik Structural Equation Modelling (SEM), hasil pengujiannya menunjukkan ada dan tidaknya pengaruh antar variabel yang ditelitinya.

Soenhadji dkk (2008), melakukan penelitian untuk memprediksi keyakinan mahasiswa akan manfaat fasilitas *Studentsite* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model*. Penelitiannya bertujuan untuk memprediksi keyakinan mahasiswa dan menganalisis pemanfaatan fasilitas *studentsite* dengan pendekatan model Technology Acceptance (TAM). Hasil *independen sample test* mengarah pada penetapan variabel PEOU (sig.0,003) Dengan demikian variabel tersebut dapat menentukan keyakinan mahasiswa. Pengujian analisis diskriminan menghasilkan *group covariance matrices* (sig 0,985). Hasil *predicted group*

*membership* secara umum menjelaskan keyakinan mahasiswa akan manfaat fasilitas *studentsite* sebesar 54 persen.

Sur Yanti (2012) meneliti tentang pertumbuhan internet yang cukup baik di Indonesia perlahan berperan dalam meningkatkan budaya belanja melalui internet (online shopping) di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor penerimaan teknologi terhadap niat konsumen untuk berbelanja kembali melalui internet serta menganalisa pengaruh variabel moderasi yaitu sikap konsumen terhadap internet dalam menimbulkan niat konsumen untuk berbelanja kembali melalui internet. Pengolahan data dilakukan menggunakan teknik analisis data dengan software Partial Least Square (PLS) versi 2.0.

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Jumlah Responden	Hasil yang diperoleh
1.	Charlesto Sekundera (2006)	150 responden	penerimaan teknologi informasi dengan variabel Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan terbukti dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya sistem core banking oleh karyawan di Bank ABC
2.	Mulyani ( - )	200 responden	Penelitian menemukan 6 hipotesis yang memiliki pengaruh antar konstraknya terhadap penggunaan nyata S-IT
3.	Iman Murtono Soenhadji dkk (2008)	139 responden	Hasil <i>predicted group membership</i> secara umum menjelaskan keyakinan mahasiswa akan manfaat fasilitas <i>studentsite</i> sebesar 54 persen
4.	Sur Yanti (2012)	100 responden	Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan penggunaan teknologi dalam pembelian melalui internet dengan kegunaan pembelian melalui internet, serta antara variabel tingkat kegunaan dari belanja melalui internet terhadap kepercayaan belanja melalui internet