

## BAB V

### PENUTUP

Pada penelitian ini, peneliti membuat kesimpulan dan saran berdasarkan dengan temuan pada penelitian yang dibuat tanpa menambah atau mengurangi hasil. Peneliti juga menjelaskan implikasi mengenai temuan dari penelitian ini. Tidak hanya itu, peneliti juga akan menerangkan keterbatasan dan saran yang dibutuhkan untuk penelitian di masa yang akan datang.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Hal ini disebabkan karena apabila suatu *e-commerce* digunakan selama kurang lebih 5 tahun maka dapat dikatakan bahwa pengguna sudah sangat mengenal dan mengetahui manfaat dari *e-commerce* tersebut. Kemudahan suatu teknologi bisa diukur dengan jangka waktu implementasi teknologi tersebut. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward behavior*. Hal ini disebabkan karena jika suatu *e-commerce* mudah untuk dipahami atau digunakan maka akan memicu timbulnya niat untuk menggunakan *e-commerce* tersebut. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward behavior*. Hal ini disebabkan karena saat seseorang memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai, dan tujuan tersebut diyakini bisa dicapai menggunakan suatu teknologi yakni *e-*

*commerce*. Keyakinan tersebut merupakan bentuk penilaian dari seseorang terhadap suatu teknologi.

*Perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini disebabkan karena kebutuhan pengguna yakni mencapai suatu tujuan dengan menggunakan suatu teknologi *e-commerce* dapat memicu timbulnya niat menggunakan. Terlepas teknologi tersebut mudah atau sulit digunakan. Selama teknologi tersebut mampu membantu untuk mencapai tujuan pengguna. *Attitude toward behavior* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini terjadi karena saat suatu teknologi *e-commerce* diyakini dapat membantu pengguna untuk mencapai tujuannya, maka disaat itulah pengguna sudah berniat menggunakan teknologi *e-commerce* tersebut. *Intention to use* memiliki pengaruh positif terhadap *actual usage*. Hal ini terjadi karena suatu keinginan atau niat dapat mendorong atau memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Seperti halnya keinginan untuk melakukan bisnis lebih efektif dan efisien. Maka keinginan tersebut akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu teknologi *e-commerce* yang diyakini dapat memenuhi keinginan tersebut.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini menandakan jika masyarakat Labuan Bajo sudah mengetahui baik manfaat, kegunaan, ataupun penggunaan dari *e-commerce*. Bisa dikatakan jika masyarakat Labuan Bajo sudah siap dan mau menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnis mereka. Oleh karena itu identifikasi faktor penentu niat untuk menerapkan *e-commerce* bagi pelaku usaha memiliki manfaat bagi pemerintah,

khususnya Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi dalam penentuan kebijakan untuk mengembangkan dan menjaga *sustanaibility* pelaku usaha di Labuan Bajo. Dengan mengetahui kesiapan masyarakat Labuan Bajo, pemerintah diharapkan untuk bisa memberikan sarana dan juga stimulus kepada pelaku usaha berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi para pelaku usaha di Labuan Bajo untuk menerapkan *e-commerce* yang telah teridentifikasi dalam penelitian ini.

### **5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian**

Objek amatan yang difokuskan dalam penelitian ini adalah *e-commerce*. Objek amatan yang dipakai pada penelitian difokuskan ke *e-commerce* sehingga akan berpengaruh pada generalisasi penelitian yang bersifat terbatas. Untuk menggunakan penelitian ini pada konteks yang berbeda, dibutuhkan kehati-hatian saat mengamati karakteristik produk yang terdapat pada objek penelitian. Hal ini dibutuhkan sehingga tidak terjadi pembiasan temuan- temuan pengujian yang bisa berpengaruh pada kekeliruan saat pembuatan kebijakan yang digunakan.

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk membatasi *e-commerce* yang digunakan atau meneliti salah satu *e-commerce* yang lebih spesifik agar dapat

mengetahui *e-commerce* mana yang benar-benar dapat membantu UMKM masyarakat Labuan Bajo

2. Diharapkan pada penelitian berikutnya bisa mengambil data jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini sehingga hasil penelitian jauh lebih valid.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdali, A. S & Widayantie, T.D. (2023). The Influence of E-Commerce on The Competitiveness of UMKM Using The Technology Acceptance Model (TAM) Method in Pamulang Sub-District South Tangerang City. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*. Vol. 3, No. 1
- Abdurrahman, L., Mulyana, R., Telekomunikasi, J., Buah, T., Bandung, B., & Barat, J. (2022). Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). *JUPI: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika*. Vol. 7, No. 2
- Adriana, A. A. A.P., Kurniadi, C. J., Kenang, I.H., & Sutrisno, T. F. (2022). The Role of Technology Acceptance Model Factors on Purchase Intention in E-commerce. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*. Vol. 4, Iss. 2
- Ali, H., Hamdan, H., & Mahaputra, M. R. (2022). Faktor Eksternal Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness pada Aplikasi Belanja Online: Adopsi Technology Accepted Model. *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*. Vol. 1, No. 3
- Baso, M.I.H.M. & Daryanti. (2022). Penerapan E-commerce dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi UMKM Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7, Iss. 2
- D'souza, D. J., Joshi, H. G., & Prabhu, R. (2021). Assessment of Consumers Acceptance of E-Commerce to Purchase Geographical Indication Based Crop Using Technology Acceptance Model (TAM). *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*. Vol.13, No. 3
- Fedorko, I., Bacik, R., & Gavurova, B. (2018). Technology Acceptance Model in E-Commerce Segment. *Sciendo: Management and Marketing*. Vol. 13, Iss. 4
- Firdaus, M. B., Budiman, E., & Kusuma, L. A. (2022). Analisis Penerimaan E-Learning MOLS Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Sains, Aplikasi, Komputasi dan Teknologi Informasi*. Vol. 4, Iss. 1
- Fransisca, Y. (2019). Factors affecting the purchasing decision of the Millennial Muslim Generation : A review of personality destination , brand attractiveness , and brand awareness. *MBIA: E-Journal Universitas Bina Darma*, Vol. 18, No. 2
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.

- Hutapea, F.S.M., Lusiah., & Parulian, E. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pembelian Kembali Pada Marketplace Shopee.co.id. *PURIBERSAMA: Jurnal Publikasi Riset Bersama Dosen dan Mahasiswa*. Vol. 1, No. 2
- Jahalia, D. T. L & Nafiati, L. (2021). Niat Menggunakan E-Commerce Dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pada UMKM. *JBK: Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*. Vol. 17, Iss. 1
- Lin, J. S. C., & Chang, H. C. (2011). The role of technology readiness in self-service technology acceptance. In *Managing Service Quality*. Vol. 21, Iss 4
- Loekanto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Online Shopping. *Journal Widya Mandala Catholic University Surabaya*. Vol.1 , No. 3
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, Vol. 17, No.1
- Nursiah, N. (2017). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use. *JESIK: Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Bina Mulia*. Vol. 3, No. 2
- Poetri, A. R. (2010). Adopsi E-commerce dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi UMKM. *UNSF: Ekonomi Jur. Manajemen*.
- Prasetianingrum, S., & Rina Sejati, F. (2017). Future Jurnal Manajemen dan Akuntansi Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penerapan E-Commerce di UKM Kota Jayapura. *Future Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 5, Iss.1
- Primasari, D., Sudjono & Abriani, N. (2019). The Implementation of E-Commerce System by the Theoretical Approach of Technology Acceptance Model: an Empirical Study in Banyumas, Indonesia. *Economy Transdisciplinarity Cognition*. Vol. 22, Iss: 1
- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja Online. *Jurnal Sistem Informasi STIMIK Antar Bangsa*. Vol. 6, Iss. 2
- Sari, D. S & Slamet, M. R. (2022). Pengaruh Attitude Towards Behavior, Subjective Norms dan Perceived Behavioural Control Terhadap Niat Generasi Milenial Untuk Menggunakan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*. Vol. 6, No.1

- Setyoparwati, I.C (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce di Indonesia. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*. Vol. 3, No. 3
- Sumardi, D.H & Andreani, F. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Usage Behavior Melalui Intention To Use Pada Konsumen Online Shop Sayurbox di Surabaya. *AGORA: Publication of Petra Christian University*. Vol. 9, No. 1
- Sutisna, N. & Sutrisna. (2023). Implementasi Sistem Informasi dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Jurnal MENTARI: Manajemen Pendidikan dan Teknologi Informasi*. Vol. 2, No. 1
- Tyas, E.I., & Darma, E.S. ( 2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. *Review Akuntansi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 1, No. 1
- Valencia, D. C., Arias, A.V., Bran, L., Benjumea, M., & Valencia, J. (2019). Analysis of E-commerce Acceptance Using The Technology Acceptance Model. *Scientific papers of the University of Pardubice Series D. faculty of Economics and Administration*. Iss.45

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Anna Maria Setya Kusuma Danggur mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan konsentrasi E-bisnis yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir dengan judul “**Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* Dalam Menganalisis Niat Perilaku Pengguna E-commerce Pada Masyarakat Labuan Bajo**”.

Saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i sekiranya berkenan mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan. Saya menggunakan data penelitian ini hanya semata-mata untuk kepentingan akademik sehingga dapat menjamin sepenuhnya kerahasiaan identitas maupun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan.

Demikian disampaikan, atas kerjasama dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Anna Maria Setya Kusuma Danggur

### KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Penerapan *Technology Acceptance Model (Tam)* Dalam Menganalisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Commerce* Pada Masyarakat Labuan Bajo.

---

---

#### Karakteristik Responden

- \*) Responden adalah masyarakat Labuan Bajo
- \*) Responden yang pernah menggunakan *e-commerce*
- \*) Responden yang sudah atau mau memulai bisnis



\*) Responden yang sudah memiliki bisnis tetapi belum menggunakan ecommerce

*E-commerce* adalah suatu penjualan barang dan jasa menggunakan informasi sistem melalui internet. Pemanfaatan *e-commerce* merupakan peluang untuk menjangkau pasar yang luas. Beberapa contoh *e-commerce* yang ada di Indonesia: Tokopedia, Lazada, Shopee, Bukalapak, Blibli dll.

Mohon mengisi identitas anda:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Bisnis yang ingin atau sedang dijalani :
5. Pendapatan :
6. Penduduk :

Keterangan untuk pengisian kuesioner selanjutnya :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Pilihlah angka 1-5 dan berikan tanda \* pada kolom yang mewakili pendapat anda:

<i>Perceived Usefulness (Azkiya dan Labibah, 2023)</i>	1	2	3	4	5
<i>E-commerce</i> Mempercepat kegiatan transaksi					
E-commerce lebih efisien saat melakukan transaksi					
E-commerce bermanfaat bagi saya					

<i>Perceived Ease of Use ( Azkiya dan Labibah, 2023)</i>	1	2	3	4	5
E-commerce mudah dipelajari					
E-commerce mudah dioperasikan					
E-commerce mudah digunakan secara keseluruhan					
E-commerce mudah diakses					
<i>Attitude Towards Using (Firdaus et, al,2022)</i>	1	2	3	4	5
Menggunakan e-commerce adalah keputusan yang bijak					
Saya percaya bahwa menggunakan e-commerce menyenangkan					
Menggunakan e-commerce adalah pilihan terbaik untuk bisnis					
Menggunakan e-commerce adalah ide yang bagus					
<i>Intention to Use (Firdaus et, al,2022)</i>	1	2	3	4	5
E-commerce akan digunakan untuk menjalankan bisnis saya					
E-commerce akan digunakan untuk mempermudah transaksi bisnis saya					
E-commerce akan saya rekomendasikan kepada orang lain					
<i>Actual Usage (Firdaus et, al,2022)</i>	1	2	3	4	5
Saya terus menggunakan E-commerce dalam menjalankan bisnis saya					
Saya sering menggunakan E-commerce di masa yang akan datang					

## LAMPIRAN 2

### PILOT STUDY

Karakteristik	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	114	52.3
	Perempuan	104	47.7
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Usia	18-30	195	89.45
	31-40	15	6.88
	41-60	8	3.67
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Pendapatan Bulanan	≤ Rp1.000.000	49	17
	Rp1.000.000 - Rp5.000.000	127	58.3
	Rp5.000.000 - Rp10.000.000	37	22.5
	≥Rp10.000.000	5	2.3
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Penduduk Labuan Bajo	Iya	193	88.5
	Tidak	25	11.5
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Bisnis yang sedang dijalani atau ingin dijalani	Iya	177	81.2
	Tidak	41	18.8
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Bisnis yang ingin atau sedang dijalani	Kuliner	57	26.1
	Fashion	37	17
	Souvenir	7	3.2
	Penginapan	26	11.9
	Wisata alam	15	6.9
	lainnya	39	17.9
	Tidak ada	37	17
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>
Pernah menggunakan <i>e-commerce</i>	Iya	185	84.9
	Tidak	33	15.1
	<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100</b>

### LAMPIRAN 3

### JAWABAN RESPONDEN

PU1	PU2	PU3	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	ATB1	ATB2	ATB3	ATB4	ITU1	ITU2	ITU3	AU1	AU2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	2	4	3	4	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4
5	4	3	3	4	3	3	5	5	3	5	3	4	5	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
1	1	1	1	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	3	4
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	2	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	3	3
3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
4	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4

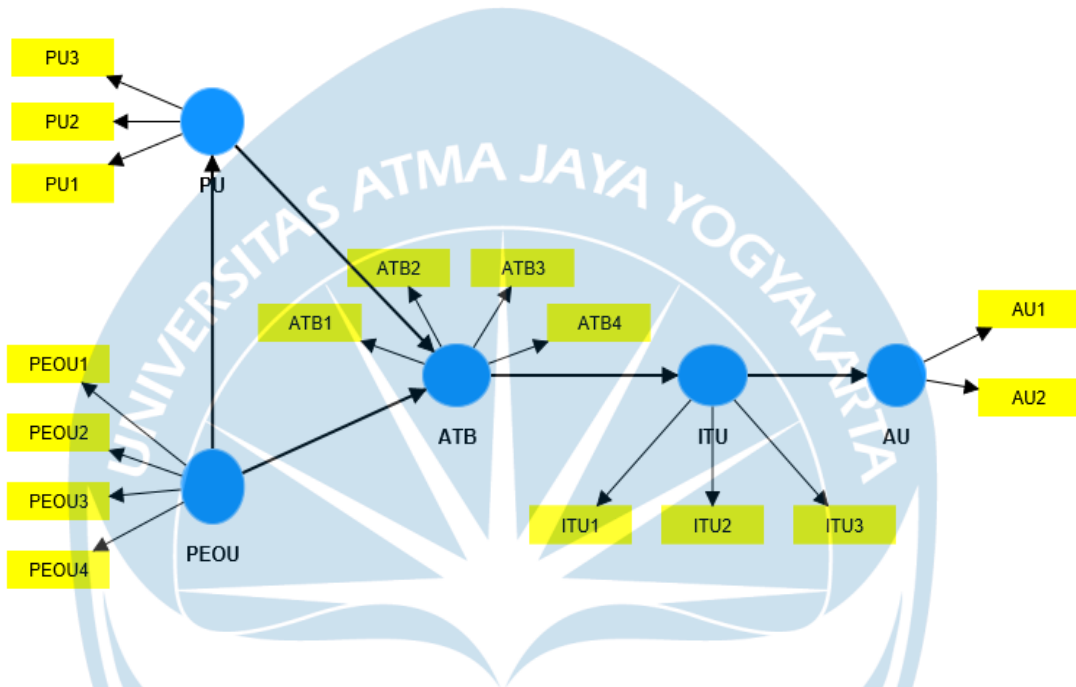
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

2	2	3	2	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	5	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3
3	4	4	3	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3
3	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4
5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

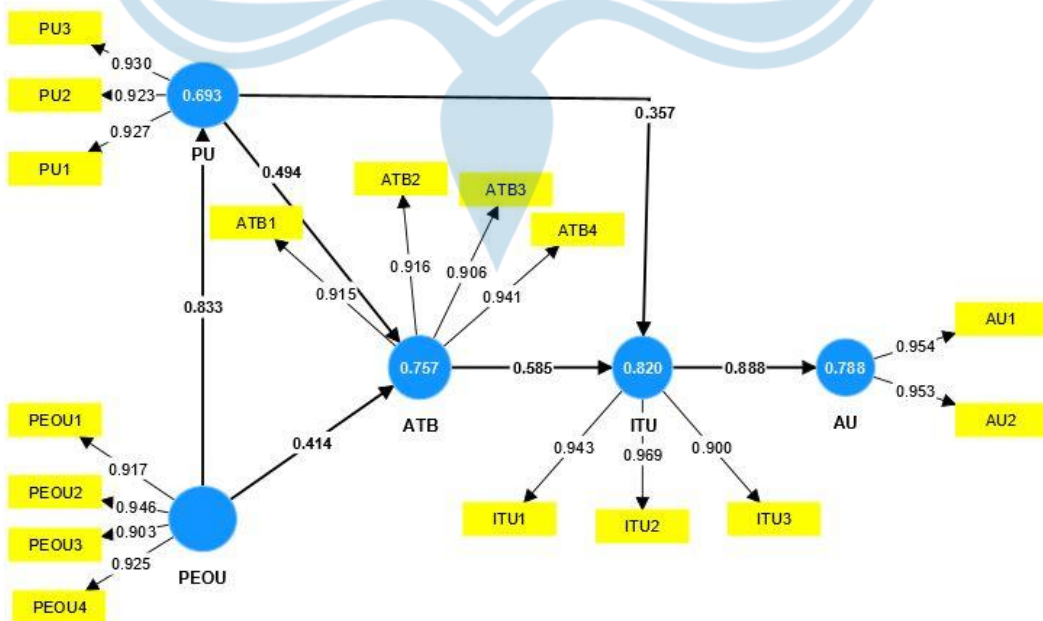


**LAMPIRAN 4**  
**HASIL PENGOLAHAN DATA**

**Diagram Path**



**Model Struktural ( inner model )**



### Uji Validitas Konvergen

No	Konstruk Laten	Indikator	Loading Faktor
1	<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0.927
		PU2	0.930
		PU3	0.923
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0.917
		PEOU2	0.946
		PEOU3	0.903
		PEOU4	0.925
3	<i>Attitude Toward Behavior</i>	ATB1	0.915
		ATB2	0.916
		ATB3	0.906
		ATB4	0.941
4	<i>Intention to Use</i>	ITU1	0.943
		ITU2	0.969
		ITU3	0.900
5	<i>Actual Usage</i>	AU1	0.954
		AU2	0.953

### Nilai Convergen (AVE)

No	Konstruk	Average Variance Extracted (AVE)
1	<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.859
2	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	0.852
3	<i>Attitude Toward Behavior</i> (ATB)	0.846
4	<i>Intention to Use</i> (ITU)	0.880
5	<i>Actual Usage</i> (AU)	0.910

### Uji Validitas Diskriminan

	PU	PEOU	ATB	ITU	AU
<b>PU1</b>	<b>0.927</b>	0.763	0.756	0.782	0.748
<b>PU2</b>	<b>0.923</b>	0.746	0.787	0.751	0.756
<b>PU3</b>	<b>0.930</b>	0.804	0.790	0.822	0.790
<b>PEOU1</b>	0.813	<b>0.917</b>	0.776	0.763	0.746
<b>PEOU2</b>	0.797	<b>0.946</b>	0.777	0.802	0.774
<b>PEOU3</b>	0.674	<b>0.903</b>	0.714	0.757	0.747
<b>PEOU4</b>	0.780	<b>0.925</b>	0.779	0.811	0.784
<b>ATB1</b>	0.712	0.728	<b>0.915</b>	0.781	0.752
<b>ATB2</b>	0.822	0.772	<b>0.916</b>	0.830	0.835
<b>ATB3</b>	0.771	0.761	<b>0.906</b>	0.795	0.781
<b>ATB4</b>	0.779	0.776	<b>0.941</b>	0.847	0.799
<b>ITU1</b>	0.785	0.802	0.834	<b>0.943</b>	0.857
<b>ITU2</b>	0.805	0.804	0.874	<b>0.969</b>	0.846
<b>ITU3</b>	0.797	0.782	0.779	<b>0.900</b>	0.793
<b>AU1</b>	0.746	0.778	0.823	0.851	<b>0.954</b>
<b>AU2</b>	0.829	0.799	0.821	0.842	<b>0.953</b>

### Niali Fornell-Larcker Criterion

	ATB	AU	ITU	PEOU	PU
ATB	<b>0.920</b>				
AU	0.862	<b>0.954</b>			
ITU	0.885	0.888	<b>0.938</b>		
PEOU	0.826	0.826	0.849	<b>0.923</b>	
PU	0.84	0.825	0.848	0.833	<b>0.927</b>

### Uji Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
PU	0.918	0.919
PEOU	0.942	0.945
ATB	0.939	0.94
ITU	0.931	0.933
AU	0.901	0.901

### Uji Hipotesis Secara Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
PEOU -> PU	0.833	0.833	0.028	29.757	0.00	Signifikan
PEOU -> ATB	0.414	0.414	0.078	5.302	0.000	Signifikan
PU -> ATB	0.494	0.494	0.079	6.253	0.000	Signifikan
PU -> ITU	0.357	0.357	0.104	3.436	0.001	Signifikan
ATB -> ITU	0.585	0.584	0.102	5.725	0.000	Signifikan
ITU -> AU	0.888	0.887	0.025	34.857	0.000	Signifikan

### Uji Hipotesis Tidak Langsung Melalui Mediasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
PEOU -> PU -> ITU	0.297	0.298	0.09	3.302	0.001
PU -> ITU -> AU	0.316	0.316	0.091	3.475	0.001
ATB -> ITU -> AU	0.520	0.519	0.096	5.435	0.000
PEOU -> PU -> ITU -> AU	0.264	0.264	0.079	3.320	0.001
PEOU -> PU -> ATB -> ITU -> AU	0.214	0.212	0.048	4.430	0.000
PEOU -> ATB -> ITU -> AU	0.215	0.217	0.064	3.373	0.001
PEOU -> ATB -> ITU	0.243	0.245	0.071	3.420	0.001
PEOU -> PU -> ATB	0.412	0.412	0.069	5.965	0.000
PU -> ATB -> ITU -> AU	0.257	0.255	0.057	4.469	0.000
PEOU -> PU -> ATB -> ITU	0.241	0.239	0.051	4.742	0.000
PU -> ATB -> ITU	0.289	0.287	0.061	4.745	0.000

### Predictive Relevance

Konstruk	R-square (R <sup>2</sup> )	Nilai	Q-square (Q <sup>2</sup> )	Nilai Predictive Relevance
PU	0.692	Moderat	0.693	Kuat
ATB	0.755	Kuat	0.757	Kuat
ITU	0.818	Kuat	0.820	Kuat
AU	0.787	Kuat	0.788	Kuat