

## **KAJIAN PENGARUH PENERIMAAN PENGGUNAAN *MOBILE COMPATIBLE PHONE* TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN**

**Eva Argarini Pratama**

AMIK Bina Sarana Informatika, Purwokerto

eva.eap@bsi.ac.id

### **Abstrak**

*Pengelolaan suatu informasi menjadi suatu informasi yang berkualitas dapat dilakukan beberapa perusahaan yang memang secara keseluruhan bergerak pada bidang ekonomi, mulai memanfaatkan teknologi yang sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yaitu menggunakan suatu perangkat yang dapat digunakan dimana saja, kapan saja untuk menyimpan, mengelola, dan mendistribusikan informasi secara akurat, relevan dan berkemungkinan besar dapat tepat waktu yang sering disebut dengan *mobile compatible phone*. Melihat manfaat yang dapat diambil, terkadang tidak dibarengi dengan penerimaan oleh pengguna teknologi yang memanfaatkan *mobile compatible phone* yang justru tidak digunakan sebagai penunjang kinerja, namun hal diluar itu. Sehingga disini terdapat suatu pertanyaan besar apakah pemanfaatan *mobile compatible phone* dapat memotivasi kerja karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya atau justru akan membawa pada dampak yang tidak diinginkan oleh perusahaan. Maka dilakukan suatu penelitian yang membahas tentang pengaruh penerimaan penggunaan *mobile compatible phone* terhadap motivasi kerja karyawan, dengan mengadopsi model TAM yang secara empiris memvalidasi UTAUT yang telah dimodifikasi, dan perhitungan menggunakan metode SEM.*

**Kata Kunci:** *Mobile Compatible Phone, TAM, UTAUT, SEM, SEM.*

### **1. PENDAHULUAN**

Kebutuhan informasi pada masa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini sangatlah penting dan berdampak bagi kehidupan manusia, khususnya pada bidang ekonomi, karena apapun yang terjadi pada bidang ekonomi tersebut akan membawa dampak secara langsung pada kehidupan manusia. Sebagai contoh jika alur informasi yang dibutuhkan membawa dampak positif, secara otomatis tingkat ekonomi yang dirasa oleh masyarakat karena dengan ekonomi yang positif maka bidang kehidupan masyarakat yang lain juga akan mengikuti kearah yang positif, seperti pada bidang kesehatan, bidang pendidikan, bidang politik, dll.

Melihat pentingnya informasi tersebut maka juga harus dibarengi dengan kualitas informasi yang ada, adapun kriteria yang dapat menyatakan bahwa informasi tersebut merupakan informasi yang berkualitas adalah yang memiliki kriteria akurat, tepat waktu, dan relevan (Jogiyanto, 2005).

Adapun untuk dapat mengelola suatu informasi tersebut menjadi suatu informasi yang berkualitas maka beberapa perusahaan yang memang secara keseluruhan bergerak pada bidang ekonomi, mulai memanfaatkan teknologi yang

sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yaitu menggunakan suatu perangkat yang dapat digunakan dimana saja, kapan saja untuk menyimpan, mengelola, dan mendistribusikan informasi secara akurat, relevan dan berkemungkinan besar dapat tepat waktu yang sering disebut dengan *mobile compatible phone*.

Dengan pemanfaat tersebut & diimbangi dengan menyesuaikan pemanfaatannya sesuai dengan tugas pada masing-masing bagian, maka optimalisasi dari informasi yang dibutuhkan akan semakin baik.

Sebagai contoh dari penggunaan *mobile compatible phone* yang sekarang ini sering dapat kita lihat adalah pemanfaat *mobile compatible phone* oleh menejer suatu perusahaan dalam meriview laporan-laporan yang masuk dari para karyawannya, tanpa harus bertatap muka secara langsung dan membuang waktu banyak secara *continu*. Adapun contoh yang lain adalah pemanfaatan *mobile compatible phone* oleh karyawan suatu perusahaan ekspedisi yang memanfaatkannya untuk mengecek list distribusi barang dimana saja yang harus diantarkan, sehingga dapat secara langsung juga dapat membuat laporan dar hasil kerja tersebut.

Melihat manfaat yang dapat diambil,

terkadang tidak dibarengi dengan penerimaan oleh pengguna teknologi yang memanfaatkan *mobile compatible phone* yang justru tidak digunakan sebagai penunjang kinerja, namun hal diluar itu. Sehingga disini terdapat suatu pertanyaan besar apakah pemanfaatan *mobile compatible phone* dapat memotivasi kerja karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya atau justru akan membawa pada dampak yang tidak diinginkan oleh perusahaan.

Berdasarkan apa yang disampaikan pada latar belakang sebelumnya, maka rumusan permasalahan yang akan dibahas adalah apakah ada pengaruh penerimaan penggunaan *mobile compatible phone* terhadap motivasi kerja karyawan pada suatu perusahaan dalam melaksanakan tugas-tugas yang harus dilaksanakan sesuai dengan bidang kerja karyawan.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa seberapa besar pengaruh penerimaan penggunaan *mobile compatible phone* terhadap motivasi kerja karyawan.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Mobile Compatible Phone

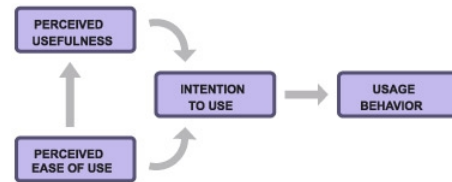
Penggunaan *Mobile Compatible Phone* pada suatu bidang kerja dalam suatu perusahaan merupakan langkah yang dianggap paling jitu dalam menghadapi perkembangan kebutuhan informasi yang memang merupakan media paling dibutuhkan dalam keberlangsungan dari satu perusahaan. Ada beberapa perusahaan yang sudah mulai menggunakan *Mobile Compatible Phone* untuk mempermudah para karyawannya dalam melaksanakan kerja sesuai dengan bidang kerja masing-masing.

### 2.2 Teknologi Acceptance Model

Menurut Venkatesh menyatakan bahwa "Peneliti dihadapkan pada banyak model dan mengharuskan mereka harus memilih konstruksi dari seluruh model atau memilih model yang disukai. Dan sebagian besar mengabaikan model alternatif. Jadi sangat perlu untuk meninjau model yang akan digunakan supaya mendapatkan sistem terpadu untuk mengetahui penerimaan pengguna terhadap teknologi baru".

Dan ada beberapa alasan hal tersebut dimaksudkan, salah satu diantaranya adalah secara empiris memvalidasi UTAUT, dimana sebuah empiris uji UTAUT pada data asli menyediakan awal dukungan untuk pendapat kami bahwa UTAUT melebihi masing-masing dari delapan model asli.

TAM adalah penggambaran perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi informasi berdasarkan *Perceived usefulness* (PU) dan *Perceived Easy of Use* (PEoU). Oleh Davis TAM digambarkan sebagai berikut (Davis, 1989) :



Gambar 2.1: Model TAM menurut Davis

### 2.3. SEM (Structural Equation Modeling)

metode SEM merupakan suatu metode statistik yang mudah digunakan untuk penggabungan antar analisis faktor dan regresi berganda yang melibatkan banyak variabel. Dimana dampak kemajuan teknologi informasi terhadap pengembangan metode-metode statistik benar-benar berpengaruh, banyak metode multivariate yang dahulu sulit untuk direalisasikan secara manual, misal analisis faktor, regresi berganda lebih dari tiga variabel independen, atau analisis diskriminan. Tujuan dari SEM sendiri secara sederhana adalah untuk menguji apakah model ada memang dapat menjelaskan fenomena yang didapat (Santoso, 2011).

### 2.4. AMOS (Analysis of Moment Structure)

AMOS merupakan salah satu program atau *software* yang digunakan untuk mengintegrasikan model pada model persamaan struktural (SEM). AMOS dapat membaca data dalam berbagai format data mentah, korelasi dan kovarian.

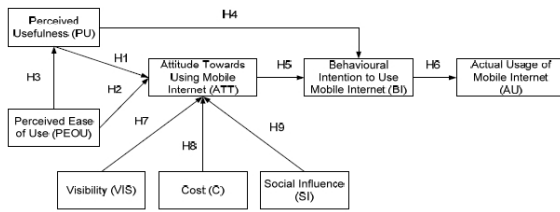
Amos pada awalnya dirancang sebagai alat untuk pengajaran yang handal dengan metode yang pada dasarnya mudah. Amos mengintegrasikan grafis antarmuka yang mudah digunakan dengan komputasi mesin yang canggih untuk SEM. Penerbitan diagram jalur yang berkualitas dari Amos memberikan gambaran jelas dari model untuk mahasiswa dan sesama peneliti. Metode numerik yang diterapkan dalam Amos adalah yang paling efektif dan diandalkan dapat tersedia (Arbuckle, 2007).

### 2.5. Penelitian Terkait

Penelitian yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh penerimaan suatu teknologi atau sistem yang ada terhadap perilaku suatu objek beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1) *Technology Acceptance Model Sebagai Dasar Usulan Perbaikan Fasilitas Pada Layanan Mobile Internet*

Penelitian ini dilakukan oleh Sadiyoko, et. al., pada tahun 2009. Pada penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai Dasar Usulan Perbaikan Fasilitas Pada Layanan *Mobile Internet* menggunakan model seperti yang tergambar sebagai berikut:



Gambar 2.2: Model Penelitian Sadiyoko

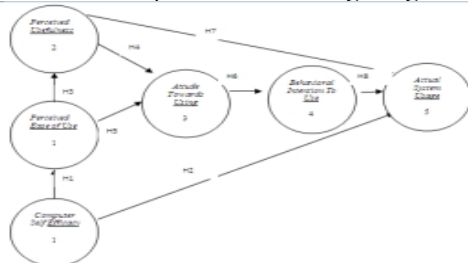
Pada penelitian ini Sadiyoko menggunakan 8 variabel, yaitu: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Towards Using Mobile Internet*, *Visibility*, *Cost*, *Social Influence*, *Behavioural Intention to Use Mobile Internet*, *Actual Usage of Mobile Internet*.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadiyoko adalah pada Model TAM yang digunakan jika Sadiyoko menggunakan model Delone dan McLean maka penelitian ini mengadopsi Model Davis.

2) **Kajian Penggunaan Adobe Photoshop Berdasarkan Pendekatan TAM: studi kasus pada SMK Negeri 5 Tangerang.**

Penelitian ini dilakukan oleh Sulfa Maria, pada tahun 2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan Adobe Photoshop Sekolah Menengah Kejuruan pada penelitian kajian penggunaan Adobe Photoshop meliputi *Computer Self Efficacy* (kemampuan diri pada komputer), *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan), *Perceived Usefulness* (persepsi kemanfaatan), *Attitude Toward Using* (sikap untuk menggunakan), *Behavioral Intention to Use* (perilaku niat untuk menggunakan), dan *Actual System Usage* (penggunaan nyata sistem).

Hasil kesesuaian model diperoleh penjelasan bahwa data lapangan tidak mendukung adanya model yang fit (sesuai) dengan populasinya, maka kesimpulan yang sebagaimana dinyatakan dalam butir 1(satu) sampai 4 (empat) hanya berlaku untuk sampel penelitian yaitu pengguna Adobe Photoshop di SMKN 5 Tangerang.



Gambar 2.3: Model Penelitian Sulfa Maria

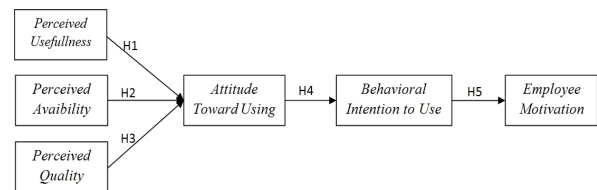
Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulfa Maria

adalah pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

2.6. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan analisa pengaruh penerimaan penggunaan *mobile compatibel phone* terhadap motivasi kerja karyawan pada suatu organisasi / instansi, maka perlu adanya identifikasi terhadap faktor-faktor yang dapat memberikan suatu analisa mengenai pengaruh penerimaan penggunaan *mobile compatibel phone* terhadap motivasi kerja karyawan pada suatu organisasi / instansi, maka perlu adanya suatu model kerangka pikir yang harus dibuat.

Kemudian dilakukan pengujian tingkat signifikansi interaksi hubungan antara penerimaan teknologi atau sistem yang telah ada dengan dinilai melalui variabel sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) dan minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) dengan motivasi kerja karyawan dalam suatu organisasi / instansi berdasarkan data yang didapatkan melalui kuesioner.



Gambar 2.4: Gambar Model Kerangka Pikir

Masing-masing variabel-variabel penelitian di atas akan ditetapkan dan diukur indikator-indikatornya, adapun variabel dan indikator yang digunakan dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 2.1: Variabel & Indikator yang digunakan dalam penelitian

Variabel	Sumber	Indikator
<i>Perceived of Usefulness</i>	(Davis, 1989)	1. Lebih Cepat 2. Lebih Akurat 3. Meningkatkan Produktivitas 4. Mudah Digunakan 5. Lebih Efektif 6. Simple
<i>Perceived Avaibility</i>	(Qiantory et all.,2010)	1. Bisa Diakses Dimanapun 2. Bisa Diakses Kapanpun
<i>Perceived of Quality</i>	(Qiantoryet all.,2010)	1. Kecepatan Akses 2. Kualitas Konten

		3. Kehandalan
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	(Malhotra,1999) (Qiantory,2010)	1. Menerima Penggunaan MCP 2. Merasa Diuntungkan 3. Merasa MCP Membawa Dampak Positif 4. Puas Menggunakan 5. Percaya
<i>Behavioral Intention to Use (BI)</i>	(Davis, 1989) (Malhotra, 1999) (Qiantory, 2010)	1. Niat Untuk Menggunakan 2. Niat Untuk Meningkatkan Penggunaan (Sering) 3. Niat Untuk Memotivasi Pengguna Lain 4. Niat Untuk Memperbaharui Perangkat 5. Mencari Informasi perangkat dan layanan terbaru
<i>Employee Motivation</i>	Herzberg (dalam Robbins, 2003)	1. Kemajuan 2. Pengakuan 3. Tanggung Jawab 4. Pengawasan 5. Gaji 6. Kebijakan Perusahaan 7. Kondisi Pekerjaan

H4 : Diduga sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) mempengaruhi positif terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*).

H5 : Diduga minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) mempengaruhi positif terhadap motivasi kerja karyawan (*Employee Motivation*).

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesa yang dibangun dengan menganalisa pengaruh kesuksesan suatu sistem yang digunakan berupa *social network sites* terhadap motivasi konsumen untuk bertransaksi *e-commerce*, diuji dengan teknik SEM dengan menggunakan *tools* AMOS 18.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, dimana penelitian dilakukan dengan cara mengambil sampel secara langsung dari populasi yang ada (Sekaran, 2001)

Dilihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini termasuk kedalam penelitian eksplanatori. Adapun pengertian dari penelitian eksplanatori sehubungan dengan latar belakang penelitian ini adalah suatu penelitian yang menunjukkan hubungan sebab-akibat dari variabel-variabel yang diteliti. Penelitian eksplanatori ini lebih bertujuan untuk memperoleh keterangan, informasi, data mengenai hal-hal yang belum diketahui. Peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan sebagai penuntun untuk memperoleh data primer berupa keterangan, informasi, sebagai data awal yang diperlukan (Nachmias, 1987).

#### 3.2. Kerangka Pendekatan Penelitian

Kerangka pendekatan pada penelitian kali ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Adapun tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

Dan langkah-langkah penelitian Kuantitatif menurut Suryana (2010) adalah:

1. Mengidentifikasi, memilih dan merumuskan masalah
2. Membentuk kerangka pemikiran
3. Merumuskan Hipotesa

Hipotesa secara umum (h0) yang diajukan pada penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh penggunaan *social network sites* terhadap motivasi konsumen untuk berinteraksi *e-commerce*. Sedangkan jika di dasarkan pada kerangka pemikiran yang telah di gambarkan di atas, dapat disusun suatu hipotesis, sebagai berikut:

H1 : Diduga persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) penggunaan mobile mempengaruhi perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*).

H2 : Diduga persepsi ketersediaan (*Perceived Availability*) penggunaan mobile mempengaruhi perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*).

H3 : Diduga persepsi kualitas (*Perceived Quality*) penggunaan mobile mempengaruhi perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*).

4. Menguji Hipotesa, berdasarkan pengumpulan data dengan kuesioner yang sudah dilakukan & sudah ada sebelumnya
5. Uji Moderating
6. Menarik Kesimpulan

### 3.3. Variabel dan Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel eksogen, variabel endogen dan ditambah dengan variabel moderating, yang disesuaikan dengan model analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)*, menurut (Ferdinand, 2000):

- a. Variabel eksogen merupakan *variabel bebas atau variabel independen* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel lain dan tidak dapat diprediksi oleh variabel lain dalam model. Konstruk eksogen dalam variabel ini adalah *Perceived Usefulness, Perceived Availability, Perceived Quality*.
- b. Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, konstruk variabel endogen yang ada pada penelitian ini adalah *Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use, Employee Motivation*.

### 3.4. Populasi & Sampel

Populasi adalah sekumpulan dari keseluruhan dari objek-objek yang akan diukur dalam suatu penelitian (Cooper & Schindler, 2003). Adapun populasi dari penelitian ini adalah pengguna *mobile phone* yang menggunakannya untuk mendukung bidang kerjanya.

Jumlah sampel yang dianjurkan dalam menggunakan teknik SEM, dengan prosedur estimasi MLE (*Maximum Likelihood Estimate*) adalah 100-200 sampel, hal ini dikarenakan ketika sampel dinaikkan di atas nilai 100, metode ML meningkat sensitivitasnya untuk mendeteksi perbedaan antar data. Begitu sampel menjadi besar (di atas 400 sampai 500), maka metode MLE menjadi sangat *sensitive* dan selalu menghasilkan perbedaan secara signifikan sehingga ukuran *Goodness-of-fit* menjadi jelek (Ghozali, 2011).

### 3.5. Instrumen Penelitian

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam kerangka pemikiran penelitian yang dijelaskan sebelumnya, bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness, Perceived Availability, Perceived Quality, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use* yang merupakan variabel penentu kesuksesan suatu sistem atau teknologi baru yang digunakan dapat diterima sehingga dapat menjadi tolak ukur untuk variabel tujuan yaitu Motivasi Kerja Karyawan (*Employee Motivation*). Dengan menggunakan variabel-variabel tersebut, penelitian ditujukan untuk menganalisa seberapa besar pengaruh penerimaan suatu sistem atau teknologi baru

memang berpengaruh terhadap tingkah laku pengguna, dalam hal ini lebih spesifik pada motivasi kerja karyawan.

#### A. *Perceived Usefulness*

Merupakan variabel yang menyatakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap sebuah teknologi baru, bahwa teknologi tersebut akan mudah untuk dipakai dan terbebas dari usaha (Davis, 1989).

#### B. *Perceived Availability*

Menurut Qiantori menyatakan bahwa “persepsi ketersediaan layanan menunjukkan keyakinan seseorang atau pengguna dimanapun dan kapanpun teknologi tersebut dibutuhkan” (Qiantori, 2010).

#### C. *Perceived Quality*

Menurut Qiantori menyatakan bahwa “kualitas informasi dan layanan menjadi ukuran yang menunjukkan system atau teknologi baru tersebut member nilai manfaat dan mudah untuk digunakan” (Qiantori, 2010).

#### D. *Attitude Toward Using*

Merupakan variabel yang dinilai berdasarkan sikap penggunaan adalah tingkat evaluasi sikap seseorang dalam bentuk penerimaan atau penolakan terhadap system yang digunakan (Davis, 1989).

#### E. *Behavioral Intention to Use*

Variable ini merupakan suatu variabel yang menilai kecenderungan perilaku yang menyebabkan seseorang tetap menggunakan *mobile internet* (Qiantori, 2010).

#### F. *Employee Motivation*

Berdasarkan variabel-variabel yang telah dijelaskan dapat diambil beberapa indikator dari permasing-masing variabel, yang kemudian permasing-masing indikator dibuat dalam sebuah pernyataan pada kuesioner.

Penjabaran variabel & indikator-indikator yang digunakan pada kuesioner dapat dijelaskan pada bentuk tabel berikut:

Tabel 3.1: Variabel & Indikator dalam Kuesioner

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan Kuesioner
<i>Perceived of Usefulness</i>	Lebih Cepat	1
	Lebih Akurat	1
	Meningkatkan Produktivitas	1
	Mudah Digunakan	1
	Lebih Efektif	1
	Simple	1
<i>Perceived Availability</i>	Bisa Diakses Dimanapun	1
	Bisa Diakses Kapanpun	1
<i>Perceived of</i>	Kecepatan Akses	1

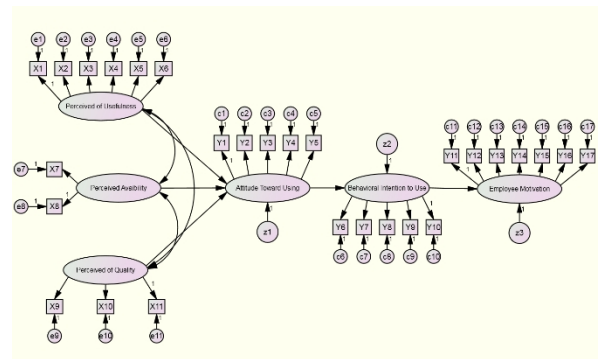
Quality	Kualitas Konten	1	
	Kehandalan	1	
Attitude Toward Using	Menerima Penggunaan MCP	1	
	Merasa Diuntungkan	1	
	Merasa MCP Membawa Dampak Positif	1	
	Puas Menggunakan	1	
	Percaya	1	
	Behavioral Intention to Use	Niat Untuk Menggunakan	1
		Niat Untuk Meningkatkan Penggunaan (Sering)	1
Niat Untuk Memotivasi Pengguna Lain		1	
Niat Untuk Memperbaharui Perangkat		1	
Mencari Informasi perangkat dan layanan terbaru		1	
Employee Motivation	Kemajuan	1	
	Pengakuan	1	
	Tanggung Jawab	1	
	Pengawasan	1	
	Gaji	1	
	Kebijakan Perusahaan	1	
	Kondisi Pekerjaan	1	

Data Primer didapat dengan menggunakan kuesioner / observasi lapangan. kuesioner yang dibuat dengan cara *closed questions*, hal ini supaya responden mudah menjawab kuesioner. Data yang didapat dari kuesioner dapat dengan cepat dianalisis secara statistik. Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan menggunakan skala interval atau *semantic differential* yang akan disimpan dalam format *excel* dan langsung digunakan sebagai data mentah untuk dianalisa dengan *software* AMOS 18.

#### 4. PEMBAHASAN DAN HASIL

Berdasarkan kerangka pikir yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka model yang diajukan dalam penelitian ini meliputi beberapa variabel yaitu berupa variabel eksogen dan variabel endogen.

Variabel eksogen melibatkan 17 indikator dan variabel endogen melibatkan 9 indikator. Hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen sebagaimana disebutkan diperlihatkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Model Awal Penelitian

#### A. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas digunakan untuk menguji kemampuan (keakuratan) suatu indikator sehingga dapat mewakili suatu variabel laten. Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Pada penelitian ini dilakukan analisis model *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) terhadap variabel laten eksogen dan endogen.

Berdasarkan hasil uji CFA dapat disampaikan uji validitas sebagai berikut :

Tabel 4.1: Uji Validasi Variabel *Perceived of Usefulness*

Indikator	Estimasi	Keterangan
X1	0,496	Konstruk yang tidak valid
X2	0,313	Konstruk yang tidak valid
X3	0,468	Konstruk yang tidak valid
X4	0,614	Konstruk yang valid
X5	0,647	Konstruk yang valid
X6	0,415	Konstruk yang tidak valid

Dari hasil *output standardized loading estimate* sebelumnya, variabel *Perceived of Usefulness* ini termasuk dalam model *unidentified* sehingga tidak ada solusi yang unik, hal ini disebabkan jumlah parameter yang akan diestimasi lebih besar dari jumlah varian dan kovarian dibagi 2. Pada variabel ini *unidentified* terjadi juga, karena indikator X1, X2, X3 dan X6 termasuk dalam konstruk yang tidak valid jadi harus dikeluarkan dari model. Masalah *unidentified* ini dapat di atasi dengan mengkonstrain model. Constaint dalam AMOS dapat dilakukan dengan dengan menentukan (fix) parameter tambahan. Metode ini yang paling sering digunakan (Ghozali, 2011).

Hal ini juga yang dilakukan pada indikator pada variabel *Perceived of Usefulness* ini sehingga indikator variabel *Perceived of Usefulness* memiliki nilai diatas 0,5. Hal ini berarti keseluruhan indikator

yang terdapat pada variabel *Perceived of Usefulness* merupakan konstruk yang valid.

**Tabel 4.2: Uji Validasi Variabel *Perceived Availability***

Indikator	Estimasi	Keterangan
X7	0,723	Konstruk yang valid
X8	0,730	Konstruk yang valid

**Tabel 4.3: Uji Validasi Variabel *Perceived of Quality***

Indikator	Estimasi	Keterangan
X9	0,760	Konstruk yang valid
X10	0,669	Konstruk yang valid
X11	0,351	Konstruk yang tidak valid

**Tabel 4.4: Uji Validasi Variabel *Attitude Toward Using***

Indikator	Estimasi	Keterangan
Y1	0,354	Konstruk yang tidak valid
Y2	0,303	Konstruk yang tidak valid
Y3	0,718	Konstruk yang valid
Y4	0,947	Konstruk yang valid
Y5	0,567	Konstruk yang valid

**Tabel 4.5: Uji Validasi Variabel *Behavioral Intention to Use***

Indikator	Estimasi	Keterangan
Y6	0,676	Konstruk yang valid
Y7	0,713	Konstruk yang valid
Y8	0,733	Konstruk yang valid
Y9	0,738	Konstruk yang valid
Y10	0,658	Konstruk yang valid

**Tabel 4.6: Uji Validasi Variabel *Employee Motivation***

Indikator	Estimasi	Keterangan
Y11	0,417	Konstruk yang tidak valid
Y12	0,497	Konstruk yang tidak valid
Y13	0,609	Konstruk yang valid
Y14	0,561	Konstruk yang valid
Y15	0,405	Konstruk yang tidak valid
Y16	0,523	Konstruk yang valid
Y17	0,573	Konstruk yang valid

**B. Uji Reliabilitas**

**Tabel 4.7: Uji Reliabilitas Gabungan**

Variabel Laten	Construct Reliability	Variance Extracted
<i>Perceived of Usefulness</i>	0,987	0,949

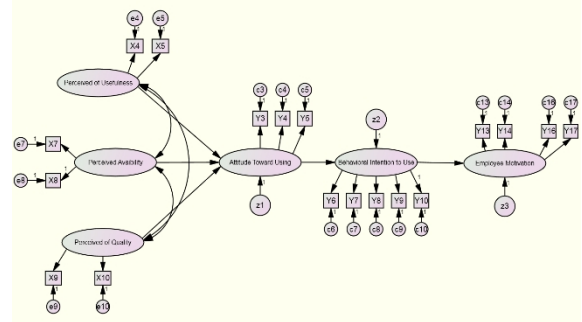
<i>Perceived Availability</i>	0,982	0,872
<i>Perceived of Quality</i>	0,924	0,712
<i>Attitude Toward Using</i>	0,890	0,671
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.811	0.463
<i>Employee Motivation</i>	0.640	0.471

Dari tabel tersebut di atas dapat disampaikan bahwa seluruh konstruk variabel eksogen memenuhi syarat *cut-off value* untuk *construct reliability* yaitu memiliki nilai > 0,70. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel eksogen memiliki reliabilitas yang cukup baik, kecuali variabel Motivasi Kerja Karyawan karena memiliki nilai < 0,70.

*Cut-off value* dari *construct reliability* adalah minimal 0,70 sedangkan *Cut-off value* dari *variance extracted* minimal 0,50 (Ghozali, 2011).

**C. Uji Kesesuaian**

Setelah dilakukan uji validasi dan reliabilitas, maka didapatkan model penelitian sementara seperti terlihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.2: Model Awal Penelitian yang Disesuaikan dengan Konstruk yang Valid**

Untuk menyatakan suatu model *fit* (diterima) atau tidak, perlu dilakukan suatu uji model secara menyeluruh untuk mengukur kesesuaian antara matriks varians kovarians sampel (data observasi) dengan matriks varians kovarians.

Kriteria utama sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu jika *probability* (P) ≥ 0,05 maka matriks varians-kovarians sampel sama (tidak berbeda) dengan matriks varians-kovarians populasi dugaan, artinya model *fit*. Sebaliknya jika nilai P < 0,05 maka model tidak *fit*.

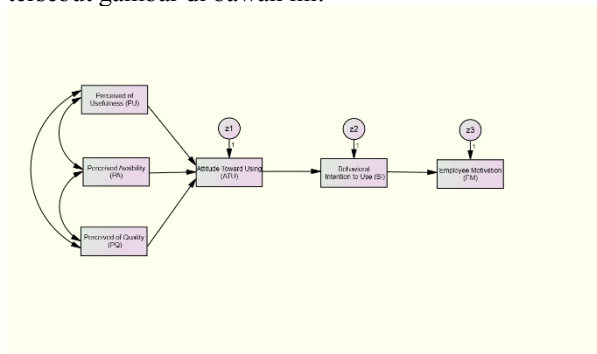
Hasil uji kesesuaian model diketahui nilai *Probability* (P) pada tabel 4.7 di bawah ini kurang dari nilai yang direkomendasikan, yaitu kurang dari 0,05. Hal ini berarti model teori yang diajukan pada penelitian ini tidak sesuai dengan model populasi yang diobservasi. Uji kesesuaian ini hanya berlaku untuk *sample*.

**Tabel 4.8: Hasil Uji Kesesuaian Model**

Ukuran kesesuaian	Batas nilai kritis	Hasil Uji Model	Keterangan
<b>1. Absolut Fit Measures</b>			
Chi-Square X <sup>2</sup> (CMIN)	Kecil, $\leq \chi^2 \alpha ; df$	2049.277	Marginal
Probability	$\geq 0,05$	0.000	Marginal
Chi-Square X <sup>2</sup> Relatif (CMIN/DF)	$\leq 2,0$	9.149	Marginal
GFI	$\geq 0,90$	0.000	Marginal
RMSEA	$\leq 0,08$	0.213	Marginal
<b>2. Incremental Fit Measures</b>			
AGFI	$\geq 0,90$	0.000	Marginal
TLI	$\geq 0,95$	0.732	Marginal
NFI	$\geq 0,90$	0.742	Marginal
CFI	$\geq 0,95$	0.763	Marginal
<b>3. Parsimonious Fit Measures</b>			
PNFI	$\geq 0,60$	0.657	Baik
PGFI	$\geq 0,60$	0.000	Marginal

Karena nilai P tidak memenuhi persyaratan, maka uji kriteria lain seperti; *incremental fit measures*, dan *parsimonious fit measures* tidak dilanjutkan. Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Setelah dilakukan modifikasi model dengan analisis jalur, didapatkan model penelitian seperti tersebut gambar di bawah ini:



**Gambar 4.3: Model Penelitian Dalam Bentuk Jalur Diagram**

**D. Uji Signifikansi**

Dari hasil analisa jalur didapatkan koefisien regresi untuk setiap variabelnya. Uji signifikansi adalah mengecek apakah terdapat nilai yang negative atau nilai yang tidak signifikan, maka dilakukan penghapusan atau drop. Kemudian dibuat model baru dengan analisis jalur.

Adapun dari gambar 4.3 sebelumnya dapat disimpulkan dalam sebuah tabel berikut:

**Tabel 4.9: Uji Signifikansi Model Jalur**

	Koefisien Regresi	P
ATU ← PU	-.054	.429

ATU ← PA	.367	***
ATU ← PQ	.382	***
BI ← ATU	.525	***
EM ← BI	-.034	***

Hubungan kausal akan digunakan apabila memenuhi kriteria nilai P < 0.05 dan koefisien regresi positif.

Dari keseluruhan pengujian signifikansi yang telah dilakukan, diketahui bahwa hubungan antara *Perceived of Usefulness* dengan *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use* dengan *Employee Motivation* memiliki koefisien regresi negatif artinya bahwa nilai tersebut tidak signifikan, sehingga untuk hubungan antara *Perceived of Usefulness* dengan *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use* dengan *Employee Motivation* dilakukan penghapusan atau drop.

Dari keseluruhan pengujian signifikansi yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil dari hipotesis umum pertama yaitu penggunaan *Mobile Compatible Phone* belum berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan sesuai dengan bidang masing-masing karyawan.

Adapun alasan bahwa *Mobile Compatible Phone* belum berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan sesuai dengan bidang masing-masing karyawan, karena tidak seluruh variabel dinyatakan signifikan. Didapatkan pula hasil dari hipotesis operasional yang telah dibuat sebelumnya, yaitu seperti yang tertera pada table dibawah ini dimana hipotesis H<sub>1</sub> diterima apabila nilai P < 0.05 sedangkan hipotesis H<sub>1</sub> ditolak apabila nilai P  $\geq 0.05$ .

**Tabel 4.10: Hasil Hipotesis Operasional**

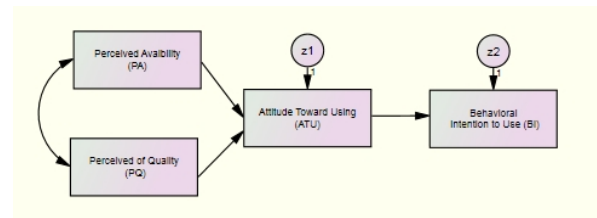
	Hipotesis Deskriptif	Hipotesis Statistik	Hasil
<b>h1</b>	Diduga <i>Perceived of Usefulness (PU)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	PU ke ATU	Tidak Diterima (Tidak Signifikan)
<b>h2</b>	Diduga <i>Perceived Availability (PA)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude</i>	PA ke ATU	Diterima (Signifikan)



	<i>Toward Using(ATU)</i>		
<b>h3</b>	Diduga <i>Perceived of Quality (PQ)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using(ATU)</i> .	PQ ke ATU	Diterima (Signifikan)
<b>h4</b>	Diduga <i>Attitude Toward Using(ATU)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention to Use (BI)</i> .	ATU ke BI	Diterima (Signifikan)
<b>h5</b>	Diduga <i>Behavioral Intention to Use (BI)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Employee Motivation (EM)</i>	BI ke EM	Tidak Diterima (Tidak Signifikan)

Dari tabel di atas dapat diambil suatu kesimpulan awal bahwa Motivasi Kerja Karyawan dalam bekerja tidak dipengaruhi oleh penerimaan teknologi *Mobile Compatible Phone* secara keseluruhan, namun hanya dipengaruhi oleh variabel persepsi ketersediaan (*Perceived Availability*) penggunaan *mobile* dan persepsi kualitas (*Perceived Quality*) penggunaan *mobile*. Dan variabel yang tidak berpengaruh, yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) penggunaan *mobile*. Sedangkan sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) terbukti berpengaruh terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*), namun minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan (*Employee Motivation*).

Setelah dilakukan uji signifikansi, dan telah ditentukan variabel yang digunakan dan yang dihapus atau didrop, maka didapatkan model akhir penelitian seperti pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.4: Model Jalur Akhir**

Dari hasil uji signifikansi maka didapatkan koefisien regresi yang dituangkan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11: Koefisien Regresi Model Jalur Akhir**

Hubungan Kausal	Deskripsi	Koefisien Regresi	P
ATU ← PA	<i>Perceived Availability (PA)</i> berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using(ATU)</i>	.584	***
ATU ← PQ	<i>Perceived of Quality (PQ)</i> berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using(ATU)</i> .	.496	***
BI ← ATU	<i>Attitude Toward Using(ATU)</i> berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention to Use (BI)</i>	-.70	.003

**Tabel 4.12: Koefisien Determinasi dan Intercept Model Jalur Akhir**

Variabel Endogen	R <sup>2</sup>	Intercept
ATU	49.7 %	3.87
BI	55.9 %	1.04

Variabel endogen *Attitude Toward Using* (ATU) dipengaruhi *Perceived Availability (PA)* & *Perceived of Quality (PQ)*. Hasil penelitian menjelaskan *Attitude Toward Using* (ATU) dipengaruhi *Perceived Availability (PA)* & *Perceived of Quality (PQ)* ini terjadi sebanyak 49.7 %. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain yg tidak disebutkan dalam penelitian ini sebesar 50.3%.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) dalam menggunakan *Mobile Compatible Phone* untuk mendukung minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) dipengaruhi oleh persepsi ketersediaan

(*Perceived Availability*) & persepsi kualitas (*Perceived of Quality*) dari *Mobile Compatible Phone* itu sendiri.

Namun pengaruh ini masih perlu ditingkatkan kembali baik dari faktor persepsi ketersediaan (*Perceived Availability*) & persepsi kualitas (*Perceived of Quality*) mengingat pengaruh dari kedua faktor tersebut masih dalam kisaran 49.7% dimana terdapat 50.3% lagi yang harus ditingkatkan kembali untuk mencapai minat pengguna untuk penggunaan *Mobile Compatible Phone* yang lebih tinggi lagi guna mendukung motivasi kerja karyawan sesuai dengan bidang kerja karyawan yang bersangkutan.

Variabel endogen Motivasi Kerja Karyawan (*Employee Motivation*) dipengaruhi oleh minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*). Hasil penelitian menjelaskan Motivasi Kerja Karyawan (*Employee Motivation*) yang dipengaruhi oleh minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) terjadi sebanyak 55.9%.

## 5. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh penerimaan penggunaan *Mobile Compatible Phone* terhadap motivasi kerja karyawan dalam mengerjakan tugas-tugas kerjanya sesuai dengan bidang kerja masing-masing karyawan berdasarkan pengujian-pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan, belum ada pengaruh yang signifikan pada penerimaan penggunaan *Mobile Compatible Phone* terhadap motivasi karyawan dalam mengerjakan tugas-tugas sehubungan dengan bidang kerja masing-masing karyawan.

Untuk memperluas generalisasi hasil penelitian, disarankan pada penelitian selanjutnya untuk juga dapat menganalisa pengaruh penggunaan *Mobile Compatible Phone* tidak hanya pada motivasi kerja karyawan namun juga pada loyalitas karyawan atau keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Melihat perkembangan tugas-tugas & teknologi yang ada pada saat ini dan yang akan datang.

## DAFTAR REFERENSI

Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2003). *Business Research Method. Eight Edition*. New York: McGraw Hill.

Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota.

Davis, F.D.(1993). *User Acceptance of Information Technology: System characteristics, User Perception, And behavioral Impacts*. *International Journal Man-Machine(studies)*.

Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

----- (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 10th Edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Jogiyanto, H. M. (2005). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior, 6th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Nachmias, D. N. (1987). *Research Methods in the Social Sciences*. New York: St. Martin's Press.

Qiantori, A., Sutiono, A. B. Suwa, H., & Ohta, T.(2010). 3G Mobile TV Acceptance in Indonesia. *Proceedings of 6<sup>th</sup> International Confence on Wireless And Mobile Communication*

Robbins, Stephen P. (2003). *Organizational Behavior (2<sup>nd</sup>)*. New Jersey: Upper Saddle River.

Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sekaran, U. (2001). *Research Methods for Business, a Skill-Building Approach. Second Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Sidik. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan dan Niat Pelanggan untuk

Melakukan Transaksi E-Commerce. *Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi 2011 Kreativitas dan Inovasi dalam Mendukung Peningkatan Jiwa Kewirausahaan*, A-181 - A-195.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.