

Pengukuran Kualitas Layanan Jd.Id Terhadap Minat Konsumen Dengan Metode TAM

Arief Rama Sena¹, Muhammad Ifan Rifani Ihsan², Dwiza Riana³

^{1,2,3}Ilmu Komputer, STMIK Nusa Mandiri
Indonesia

E-mail:¹aarieframesena@gmail.com, ²ifanredirfani@gmail.com, ³dwiza@nusamandiri.ac.id

Abstract

This study describes the user interest in the online JD.id buying and selling site using the Technology Acceptance Model method or commonly called TAM. The variables used amounted to 3, namely, variable Ease of Use (Perceived Ease of Use), variable Use (Perceived Usefulness), variables Trust (Trust), and Variable Interest and User Behavior (Behavioral Intention to Use). The technique used in this study is multiple linear regression, in which multiple linear regression uses several tests that are useful to obtain the expected results from the questionnaire to be distributed to respondents, including testing validity, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, heteroscedasticity testing, and T testing to test the hypothesis described earlier. Multiple linear regression analysis was used to determine the effect of the dependent variable with the dependent variable. In this study, the data collection techniques carried out were the distribution of questions that must be answered by respondents, totaling 50 people who had visited the JD.id online sale and purchase site in the form of a questionnaire with a Likert scale, namely a questionnaire with 5 answer choices. The results showed that the independent variables, namely usefulness (Perceived Usefulness), usability (Perceived Ease of Use), and trust (Trust), had a significant influence on the dependent variable (dependent), namely interest in usage behavior (Behavioral Intention Variables to Use) with a value (r-Square) of 21.6%

Keywords: TAM; JD.ID; Quantitative;

Abstrak

Studi ini menggambarkan minat pengguna pada situs jual beli online JD.id menggunakan metode *Technology Acceptance Model* atau yang biasa disebut TAM. Variabel yang digunakan berjumlah 3 yaitu, variabel Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), variabel Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), variabel Kepercayaan (*Trust*), dan Variabel Minat dan Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dimana dalam regresi linier berganda menggunakan beberapa pengujian yang berguna untuk memperoleh hasil yang diharapkan dari kuesioner yang akan disebar kepada responden, diantaranya adalah pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, pengujian heteroskedastisitas, dan pengujian T untuk menguji hipotesis yang telah dijabarkan sebelumnya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran pertanyaan yang harus dijawab oleh responden yang berjumlah 50 orang yang pernah mengunjungi situs jual beli online JD.id berupa kuesioner dengan skala *Likert* yaitu kuesioner dengan 5 buah pilihan jawaban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tidak terikat (*independent*) yaitu

kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), kegunaan (*Perceived Ease of Use*), dan kepercayaan (*Trust*), memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu minat perilaku penggunaan (Variabel *Behavioral Intention to Use*) dengan nilai (*r*²) sebesar 21,6%.

Kata Kunci: TAM; JD.ID; Kuantitatif.

1.1. E-Commerce

E-Commerce didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui internet.[4]. Dengan penggunaan aplikasi *e-commerce*, hubungan antara perusahaan dengan pihak luar seperti distributor dan konsumen dapat dilakukan dengan lebih cepat, mudah lebih, dan lebih murah dibandingkan dengan menggunakan pendataan manajemen secara tradisional. *E-commerce* adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik [4]. Untuk memanfaatkan *e-commerce* memerlukan bantuan media berupa internet untuk menghubungkan dari komputer satu ke komputer lainnya untuk mengakses data yang memiliki jarak yang berjauhan.

1.2. Internet

Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. [5]. internet menyimpan banyak macam jenis informasi, informasi yang baik dan informasi yang buruk, informasi yang benar maupun informasi yang salah. Semua informasi itu dapat dilihat menggunakan internet. Internet

saat ini sudah banyak digunakan sehingga berkembang dengan pesat.

Saat ini masyarakat dapat dengan mudah menggunakan internet di warung internet ataupun menggunakan laptop dengan modem atau menggunakan wireless, bahkan dapat mengakses internet lewat telepon genggam. Dalam *e-commerce*, internet digunakan sebagai media pendukung untuk menggunkan *e-commerce* tersebut, melalui internet proses *e-commerce* baru dapat dilakukan.

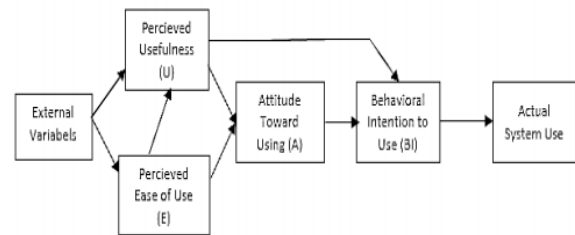
1.3. Website

Website merupakan suatu aplikasi berisikan dokumen multimedia teks, gambar, suara, animasi dan video di dalamnya dengan menggunakan protokol HTTP (*hyper text transfer protocol*). Untuk mengaksesnya diperlukan software yang dikenal dengan *browser*. Beberapa browser yang saat ini banyak dikenal di antaranya adalah: Internet Explorer yang dikembangkan oleh Microsoft, Google Chrome yang dikembangkan oleh Googlr, Mozilla Firefox, Opera dan Safari yang dikembangkan oleh Apple. Saat ini telah banyak *Websitee-commerce* yang menyediakan layanan untuk pengguna agar dapat melakukan transaksi secara daring,

salah satunya adalah JD.id yang merupakan obyek dari penelitian ini.

1.4. TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM adalah model yang banyak digunakan dalam penelitian TI karena model ini sederhana dan mudah diterapkan. TAM adalah adaptasi model TRA yang dikembangkan oleh Davis di tahun 1986. TAM digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna komputer. Model TAM menggunakan model TRA sebagai dasar untuk memastikan menspesifikasi hubungan kausal antar dua kunci kepercayaan diantaranya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. TAM tidak hanya digunakan memperkirakan suatu penerimaan teknologi tetapi juga memaparkan secara jelas tentang penerimaan suatu teknologi, dengan hasilnya para peneliti dan para praktisi mampu mengidentifikasi faktor apa saja yang tidak diterimaserta memberikan kemungkinan langkah yang benar. Model TAM dibuat dengan tujuan untuk memberikan dasar langkah dari efek faktor luar terhadap kepercayaan internal, sikap, dan niat. TAM diadopsi dari model TRA, yaitu teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen [6].



Sumber: [6]

Gambar II.1. *Technology Acceptance Model*

TAM dikembangkan lebih lanjut oleh Davis. Pengembangan ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan pengguna teknologi komputer dimana penggunaan teknologi komputer ditentukan dari tiga variabel yaitu: minat perilaku, variabel minat perilaku dipengaruhi oleh dua variabel lainnya yaitu: sikap terhadap perilaku dan persepsi kegunaan. Variabel Persepsi terhadap kegunaan serta variabel persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi mempengaruhi variabel sikap individu terhadap penggunaan teknologi, lalu ditentukan apakah pengguna berminat menggunakan teknologi yang diteliti.

1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur dan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila data sudah valid dan reliable, maka penelitian dapat dilanjutkan [7].

1.6. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik ini ada beberapa bagian, yaitu uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas [7].

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat bahwa suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Normalitas data dipenuhi jika nilai statistik Kolmogorof-Smirnov dengan tingkat signifikansi < 0.05 diartikan distribusi data tidak normal, tingkat signifikansi > 0.05 diartikan distribusi data normal [8].

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Apabila terdapat korelasi, maka terjadi masalah Multikolinearitas. Seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, dalam model regresi yang baik [8].

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) [9].

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual atau sisa satu pengamatan ke pengamatan yang lain, namun variabel lain dianggap tetap, jika hasil menyatakan sama maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas [10].

1.7. Uji T

Uji T adalah alat uji yang digunakan untuk mencari ada tidaknya perbedaan antara dua means dari dua sample/kelompok data dengan menggunakan nilai yang ditetapkan yaitu nilai kritis (t-tabel) ditentukan berdasarkan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$) yang ditetapkan yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan kriteria pengujian bahwa 1 [10].

1.8. Regresi Linear Berganda

Regresi Linier Berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependent (tidak bebas) dan lebih dari satu variabel independent (bebas). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel, apakah masing masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan [11].

Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Untuk

meramalkan Y, apabila semua nilai variabel bebas diketahui, dipergunakan persamaan regresi linier berganda. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n(1)$$

Keterangan:

y = Variabel terikat dependen (nilai yang diprediksikan)

x_1 dan x_2 = Variabel independen

a = Konstanta y (Nilai apabila $x_1, x_2, \dots, x_n = 0$)

b_1, b_2 = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel tidak terikat, yaitu: persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kepercayaan (*trust*) dan satu variabel terikat, yaitu: minat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*). Penelitian ini diawali dari pengumpulan data berupa kuesioner yang diisi responden kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Lalu setelah kuesioner dianggap valid dan reliabel, pengumpulan data dilakukan kembali. Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang wajib dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang

berbasis *ordinary least square* (OLS) [12]. Langkah pengujian dimulai dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Hasilnya kemudian dilakukan analisis data untuk menguji pengaruh kedua variabel penentu penerimaan teknologi dengan menggunakan Regresi Linear Berganda dan dilanjutkan dengan analisis-analisis, yaitu:

- Uji F, merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel tidak terikat terhadap terikat.
- Koefisien determinasi, untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Validitas

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas untuk setiap variabel ditampilkan pada tabel berikut :

- Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Terdapat empat pernyataan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation* atau (r_{hitung}). Pada tabel IV.1 seluruh skor *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diukur pada variabel kemanfaatan persepsian adalah valid.

Tabel IV.1. Hasil Uji Validitas Persepsi
 Kemudahan Penggunaan

No	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
1.	0,663	0,273	Valid
2.	0,695	0,273	Valid
3.	0,859	0,273	Valid
4.	0,734	0,273	Valid

b. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)
 Terdapat tiga pernyataan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation* atau (r_{hitung}). Pada tabel IV.2, seluruh skor *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diukur pada variabel persepsi manfaat adalah valid.

Tabel IV.2. Hasil Uji Validitas Persepsi
 Manfaat

No	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
1.	0,731	0,273	Valid
2.	0,689	0,273	Valid
3.	0,864	0,273	Valid

c. Kepercayaan (*Trust*)
 Terdapat tiga pernyataan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation* atau (r_{hitung}). Pada tabel IV.3 seluruh skor *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diukur pada variabel kepercayaan adalah valid.

Tabel IV.3. Hasil Uji Validitas Persepsi
 Kepercayaan

No	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
1.	0,799	0,273	Valid
2.	0,840	0,273	Valid
3.	0,416	0,273	Valid

d. Minat Perilaku Penggunaan (*Behavioral Intention To Use*)
 Terdapat tiga pernyataan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation* atau (r_{hitung}). Pada tabel IV.4 seluruh skor *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diukur pada variabel kepercayaan adalah valid.

Tabel IV.4. Hasil Uji Validitas Minat
 Perilaku Penggunaan

No	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
1.	0,867	0,273	Valid
2.	0,880	0,273	Valid
3.	0,896	0,273	Valid

3.2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Pengujian instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$.

Tabel IV.5. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang diisyaratkan	Keterangan
Kegunaan	0,636	$>0,273$	reliabel
Manfaat	0,714	$>0,273$	reliabel

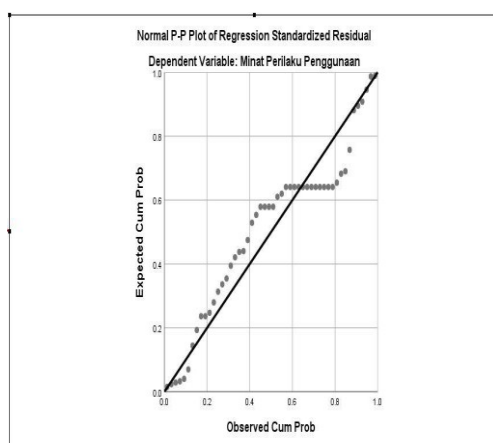
Kepercayaan	0,507	>0, 273	reliabel
Minat Perilaku Penggunaan	0,852	>0, 273	reliabel

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa variabel kegunaan, manfaat, kepercayaan, dan minat perilaku penggunaan memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,273 yang artinya data reliabel.

3.3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Statistik uji yang digunakan adalah One-Sample Kolmogorov Smirnov Test didasarkan pada nilai Asymp.Sig. (2-tailed) dengan ketentuan jika Asymp. Sig.(2-tailed) > alpha yang ditetapkan sebelumnya sebesar (0,05) maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika < alpha yang ditentukan, maka data tidak berdistribusi normal.



Gambar IV.1. Hasil Uji Normalitas

Pada gambar IV.1 di atas, terlihat bahwa titik-titik yang ada selalu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Maka, dapat disimpulkan bahwa nilai residual

berdistribusi normal sehingga syarat normalitas nilai residual untuk analisis regresi dapat terpenuhi.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi sebagai pengujian model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas, jika VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih besar dari 0,10.

Tabel IV.6. Hasil Uji Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Kemanfaatan	0,961	1.040
Persepsi Kegunaan	0,867	1.154
Persepsi Kepercayaan	0,898	1.113

Berdasarkan Tabel IV.6 menunjukkan variabel kemanfaatan memiliki nilai tolerance sebesar 0,961 dan nilai VIF 1,040. Variabel kegunaan memiliki nilai tolerance 0,867 dan nilai VIF 1,154. Variabel kepercayaan memiliki nilai tolerance 0,896 dan nilai VIF 1,113 Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel tersebut, maka seluruh variabel tidak terikat pada model regresi memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 . Hal ini memenuhi asumsi bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, digunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.700	1.954		2.406	.020		
	Persepsi Kemanfaatan	-.066	.093	-.100	-.705	.485	.961	1.040
	Persepsi Kegunaan	-.009	.095	-.014	-.094	.926	.867	1.154
	Persepsi Kepercayaan	-.235	.115	-.300	-2.036	.048	.898	1.114

a. Dependent Variable: RES2

Gambar IV.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0,485 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada kemanfaatan. Sementara itu, diketahui nilai signifikansi variabel kegunaan yakni 0,926 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel p dan diketahui nilai signifikansi variabel kepercayaan yakni 0,048 lebih kecil dari 0,05.

d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Bentuk model prediksi yang telah diperoleh dengan metode regresi linear berganda menghasilkan nilai pada gambar IV.3.

H1: Variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan.

H2: Variabel kegunaan berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan.

H3: Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.319	3.098		2.363	.022		
	Persepsi Kemanfaatan	-.106	.148	-.092	-.715	.478	.961	1.040
	Persepsi Kegunaan	.603	.151	.544	4.000	.000	.867	1.154
	Persepsi Kepercayaan	-.115	.183	-.084	-.629	.532	.898	1.114

a. Dependent Variable: Minat Perilaku Penggunaan

Gambar IV.3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Coefficient)

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa nilai Sig untuk variabel kemanfaatan sebesar 0,478 > 0,05 maka hipotesis ditolak, artinya variabel kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan. Lalu untuk variabel kegunaan sebesar 0,000 < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya variabel kegunaan berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan. Kemudian untuk variabel kepercayaan sebesar 0,532 > 0,05 maka hipotesis ditolak, artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan pada variabel minat perilaku penggunaan.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.357	3	11.119	5.491	.003 ^b
	Residual	93.143	46	2.025		
	Total	126.500	49			

a. Dependent Variable: Minat Perilaku Penggunaan
 b. Predictors: (Constant), Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kegunaan

Gambar IV.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda (ANOVA)

H4: Variabel kemanfaatan, kegunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel minat perilaku penggunaan.

Berdasarkan data diatas nilai Sig sebesar $0,003 < 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ketiga variabel tidak terikat berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

e. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.319	3.096		2.363	.022		
	Persepsi Kemanfaatan	-.106	.148	-.092	-.715	.478	.961	1.040
	Persepsi Kegunaan	.603	.151	.544	4.000	.000	.867	1.154
	Persepsi Kepercayaan	-.115	.183	-.084	-.629	.532	.898	1.114

a. Dependent Variable: Minat Perilaku Penggunaan

Gambar IV.5. Hasil Uji T

Berdasarkan hasil uji di atas, nilai variabel kemanfaatan adalah $-0,715 < 2,009$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemanfaatan terhadap variabel minat perilaku penggunaan, nilai variabel kegunaan adalah $4,00 > 2,009$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara

variabel kegunaan terhadap variabel minat perilaku penggunaan, dan nilai variabel kepercayaan adalah $-0,084 < 2,009$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat perilaku penggunaan.

f. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.264	.216	1.423

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kegunaan
 b. Dependent Variable: Minat Perilaku Penggunaan

Gambar IV.6. Hasil Uji Determinasi

Berdasarkan hasil uji diatas bahwa, besarnya pengaruh ketiga variabel tidak terikat terhadap variabel terikat adalah 0,216 atau 21,6%, sedangkan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan seperti yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa: Pada uji T membuktikan bahwa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat perilaku penggunaan, sementara variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat perilaku penggunaan.

Variabel tidak terikat dalam penelitian ini menerangkan sebesar 0,216 atau sebesar 21,6% mengenai minat penggunaan *website*

JD.id. Sedangkan sisanya 78,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. R. M. Kanter, M. Bakri, and I. Koeswahyono, "Keabsahan jual beli atas objek jaminan hak tanggungan oleh bank yang dilakukan tanpa melalui mekanisme lelang," *Perspekt. Hukum2*, vol. 17, 2017.
- [2] D. W. Suci, K. Raharjo, and R. Andini, "EFFECT OF PUBLIC PERCEPTION OF INTEREST USING INTERNET BANKING SERVICE (STUDY IN PT. BANK UOB INDONESIA, SEMARANG)," *J. Account.*, pp. 1–12, 2017.
- [3] M. R. Abdullah and R. I. Patintingan, "TINJAUAN EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM JUAL BELI KOPI SECARA TENDER (STUDI KASUS KECAMATAN LATIMOJONG KABUPATEN LUWU)," *J. Islam. Econ. Law*, vol. 3, no. 2, pp. 70–84, 2018.
- [4] J. B. Karay, I. Sembiring, and H. D. Purnomo, "PEMETAAN BERBAGAI PERMASALAHAN DALAM SECURITY E-COMMERCE," *Pros. Semin. Nas. GEOTIK 2017*, pp. 146–156, 2017.
- [5] A. Gafar, "Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran," *Pengguna. Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran*, vol. 8, no. 2, pp. 36–43, 2008.
- [6] T. W. Maharidho, A. T. Haryono, and E. H. Wahyono, "PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP CORPORATE CREDIBILITY DAN BEHAVIORAL INTENTION PADA APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (Studi kasus pada pengguna Spotify di Semarang)," *J. Manage.*, vol. 4, 2018.
- [7] A. M. Putri, T. Amelia, and R. Santoso, "POLA PENERIMAAN MAHASISWA TERHADAP PRESENSI RFID STIKOM SURABAYA MENGGUNAKAN UTAUT 2," *Jsika*, vol. 6, no. 3, pp. 1–7, 2016.
- [8] J. R. Assa, L. Kalangi, and W. Pontoh, "PENGARUH PEMERIKSAAN PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MANADO," *J. Ris. Akunt. Going Concern*, vol. 13, no. 4, pp. 516–522, 2018.
- [9] J. A. Juara *et al.*, "PENGARUH TOTAL ASSETS TURNOVER(TATO), NET PROFIT MARGIN(NPM) DAN DEBT TO EQUITY RATIO(DER)

- TERHADAP PERUBAHAN LABA DI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO) MEDAN TAHUN 2012-2017,” *J. AKRAB JUARA*, vol. 4, no. 2, pp. 67–76, 2019.
- [10] A. Kurniawan, K. P. Utomo, and I. Emita, “Penerapan Motivasi Kerja Sebagai Ciri Kualitas Pegawai Untuk Mendorong Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Pelayanan Kecamatan Bekasi Utara,” *J. Adm. dan Kesekretarisan*, vol. 3, no. September, pp. 95–105, 2018.
- [11] T. Syahputra, J. Halim, and K. Perangin-angin, “Penerapan Data Mining Dalam Memprediksi Tingkat Kelulusan Uji Kompetensi (UKOM) Bidan Pada STIKes Senior Medan Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda,” *J. Sains dan Komput.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–07, 2018.
- [12] M. D. Atuti, A. T. Haryono, and M. M. Warso, “ANALISIS PENGARUH REKRUITMEN KEMAMPUAN, KEPERIBADIAN, MOTIVASI, KOMITMEN TERHADAP KINERJA SDM PADA PT BINA JASA SUMBER SARANA,” *J. Manaj.*, pp. 1–7, 2017.