

**KAJIAN PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM *E-COMMERCE*  
BERDASARKAN KERAGAMAN USIA, JENIS KELAMIN,  
PENGALAMAN PENGGUNANYA : STUDI KASUS  
BUKALAPAK.COM**

**Robi Sopandi**

Jurusan Manajemen Informatika  
Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Bina Sarana Informatika Karawang  
Jl.Baten No.1 Karawang  
<http://bsi.ac.id>  
e-mail: [Robi.rbs@bsi.ac.id](mailto:Robi.rbs@bsi.ac.id)

**ABSTRACT**

*The result of a research information system that aims to determine the factors that influence acceptance and use of e-commerce systems (bukalapak.com) and focus on testing based on the diversity between the sexes, age and the online transaction experience of factors that support the behavioral acceptance and use of e-commerce systems. This study is an empirical study using purposive sampling techniques in data collection. The data used are primary data using a questionnaire. Individual research subjects are users of e-commerce system, especially students and lecturers BSI karwang. Some 192 participants participated as respondents in this study. The technology adoption model used is model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) which is the unification of the models of previous technology adoption. In addition to testing the theory, the study was also conducted to test the variables in the model UTAUT that affect the acceptance and use of e-commerce systems (bukalapak.com). Data analysis was performed with the approach to Structural Equation Modeling (SEM) is a covariance-based SEM with AMOS program 18. From the results obtained by SEM analysis that the model does not fit. Therefore, modification model to test the hypothesis. The results of this study demonstrate that effort expectancy and facilitating factors condition (the existence of facilities that support a system) influence the acceptance and use (bukalapak.com) then there is a difference variables moderating towards the acceptance and use of e-commerce systems (bukalapak.com).*

**Keywords:** *E-Commerce, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Structural Equation Modeling (SEM), AMOS*

**1. PENDAHULUAN**

Fenomena perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam skala minggu atau hari bahkan jam melainkan sudah berada dalam skala menit dan detik dan ini dapat diperoleh melalui sumber informasi yang disebut dengan internet. Perkembangan teknologi informasi memperlihatkan bermunculannya berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi ini, seperti *e-education, e-learning, e-commerce* dan lainnya. Saat ini dunia perdagangan tidak lagi dibatasi dengan ruang dan waktu. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan instan sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut maka kini muncul transaksi penjualan dan pembelian yang menggunakan

media Internet untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Transaksi melalui Internet ini lebih dikenal dengan nama *e-Commerce*.

Menurut Gozali (2005) mengemukakan internet adalah jaringan tersebar yang menghubungkan jutaan komputer yang tersebar di seluruh dunia. Sistem informasi berbasis internet banyak digunakan saat ini. Konsep-konsep utama, pengembangan, dan berbagai isu manajemen teknologi informasi yaitu meliputi hardware, software, jaringan, manajemen data dan teknologi berbasis internet (O'Brien, 2006). Hal ini menurut Rahardjo (2002) disebabkan internet merupakan *open platform* (platform yang terbuka) sehingga menghilangkan ketergantungan perusahaan pada *vendor* tertentu seperti jika menggunakan *proprietary system* (sistem yang tertutup). Pemanfaatan akses ke internet sebagai suatu sarana dalam pemasaran dilakukan dengan membangun sebuah sistem *e-Commerce*. Dengan adanya *e-*

*Commerce* perusahaan akan memperoleh keuntungan, diantaranya pelanggan ataupun calon pelanggan mudah menemukan lokasi usaha tanpa harus bertemu langsung, informasi yang cepat dan praktis mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta jumlah tenaga pemasaran yang efektif dikarenakan pelanggan tidak perlu harus membuat janji dengan *sales* anda untuk memperoleh informasi produk.

Bagi perusahaan yang mempunyai ekspansi pasar yang cukup luas dan berkeinginan untuk berkembang dengan pemasaran dan layanan pelanggan yang memuaskan, kehadirannya di dunia online merupakan strategi yang sangat bagus. Meskipun sistem *e-Commerce* ini tergolong baru khususnya bagi masyarakat Indonesia. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen (*user*) dalam menggunakan sistem *e-Commerce*, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, yang pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Masalah Penelitian Menjelaskan keragaman user dalam menggunakan sistem *e-Commerce*, tetapi tidak semua keragaman diteliti, hanya berdasarkan keragaman jenis kelamin, usia, dan pengalaman penggunaannya dalam transaksi *online*.

Batasan Masalah Ruang lingkup permasalahan dibatasi tentang kajian faktor-faktor penerimaan dan penggunaan berdasarkan Keragaman *user* yang teliti hanya berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pengalaman penggunaannya dalam transaksi *online*, Objek yang diteliti dalam sistem *e-Commerce* ini adalah situs Bukalapak.com, Tidak meneliti mengenai teknologi yang digunakan disitus Bukalapak.com, subjek yang diteliti adalah pengguna sistem *e-Commerce* situs Bukalapak.com dan Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Rumusan Masalah

- a. Apakah penerimaan dan penggunaan *e-Commerce* Bukalapak.com dipengaruhi oleh keragaman *user* seperti jenis kelamin, usia dan pengalaman penggunaannya dalam transaksi *online*, ?
- b. Apakah Bukalapak.com dapat diterima dan digunakan oleh user-nya atau penggunaannya?

Penelitian ini bertujuan

1. Untuk menemukan dan mengetahui faktor-faktor yang mendukung suatu bentuk penerimaan dan penggunaan

sistem *e-Commerce* berdasarkan keragaman user seperti jenis kelamin, usia, dan pengalaman penggunaannya dalam transaksi *online*.

2. Menggunakan dan mengacu kepada model UTAUT untuk menemukan faktor-faktor dan variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan dan pengguna dalam memanfaatkan sistem *e-commerce*.

## 2. KAJIAN LITERATUR

*Electronic Commerce* (*e-commerce*) merupakan konsep baru yang bias digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet (Shim, Quershi, Siegel, Siegel, 2000 dalam buku M. Suyanto, 11, 2003) atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000 dalam buku M. Suyanto, 11, 2003). Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (1997) dalam buku M. Suyanto (2003) mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut :

1. Perspektif Komunikasi : *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis : *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan. Perspektif Online: *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut M. Suyanto (2003) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan :

1. *Business to business* (B2B)
2. *Business to Consumer* (B2C)
3. *Consumer to Consumer* (C2C)
4. *Consumer to Business* (C2B)
5. *Non Business e-Commerce*
6. *Intrabusiness* (Organizational) *e-Commerce*

Manfaat yang diperoleh dari *e-commerce* bagi organisasi menurut M. Suyanto (2003) adalah :

1. Memperluas market place hingga ke pasar nasional dan international.

2. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
  3. Memungkinkan pengurangan inventory dan overhead dengan menyederhanakan supply chain dan management tipe "pull".
  4. Mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
  5. Mendukung upaya-upaya business process reengineering.
  6. Memperkecil biaya telekomunikasi – internet lebih murah dibanding VAN.
  7. Akses informasi lebih cepat.
2. Menarik konsumen untuk tetap bertahan, di industri perbankan menemukan bahwa dengan adanya layanan ebanking membuat nasabah tidak berpindah ke bank lain. Selain itu bank juga akan mendapatkan pelanggan baru yang berasal dari bank-bank yang bertahan dengan teknologi lama.
  3. Meningkatkan mutu layanan. Dengan adanya e-commerce memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan layanan dengan melakukan interkasi yang lebih personal sehingga dapat memberikan informasinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Studi yang menyebutkan bahwa penggunaan ecommerce dapat bermanfaat untuk meningkatkan mutu layanan.

Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, menurut M. Suyanto (2003) ecommerce juga mempunyai manfaat bagi konsumen, yaitu :

1. Memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas Wi-Fi.
2. Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
3. Pengiriman menjadi sangat cepat.
4. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
5. Memberi tempat bagi para pelanggan lain di electronic community dan bertukar pikiran serta pengalaman.
6. Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

Penggunaan dan manfaat e-commerce dalam bisnis Manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk kepentingan pelanggan memperlihatkan bahwa e-commerce dapat memberikan manfaat :

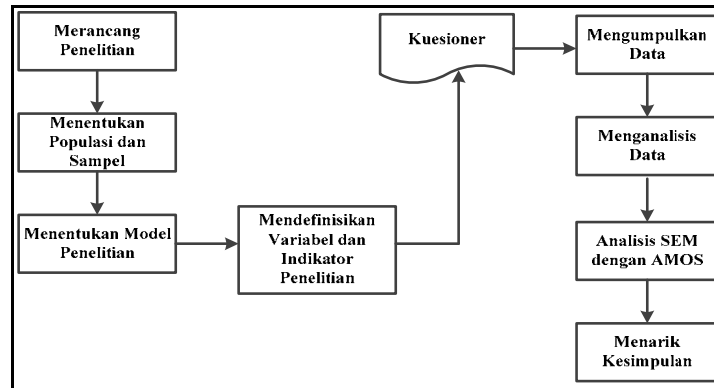
1. Mendapatkan pelanggan baru. bahwa manfaat penggunaan e-commerce dalam bisnis adalah mendapatkan pelanggan baru. Digunakannya e-commerce memungkinkan perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan baru baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar luar negeri.

Melayani konsumen tanpa batas waktu, menemukan bahwa adanya pelanggan dapat melakukan transaksi dan memanfaatkan layanan suatu perusahaan tanpa harus terikat dengan waktu tutup atau pun buka dari suatu perusahaan tersebut.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Maksud dari penelitian ini adalah penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*) mengenai hubungan kausal (sebab akibat) dari variabel-variabel yang diamati dan diteliti yang berisi pembuktian hipotesa yang dibangun melalui teori dengan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT), yang diuji menggunakan perangkat lunak AMOS 19 dengan teknik SEM. Dengan metode ini akan dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem *e-Commerce* berdasarkan keragaman jenis usia, keragaman jenis kelamin, pengalaman transaksi *online*, penggunaanya studi kasus Bukalapak.com.

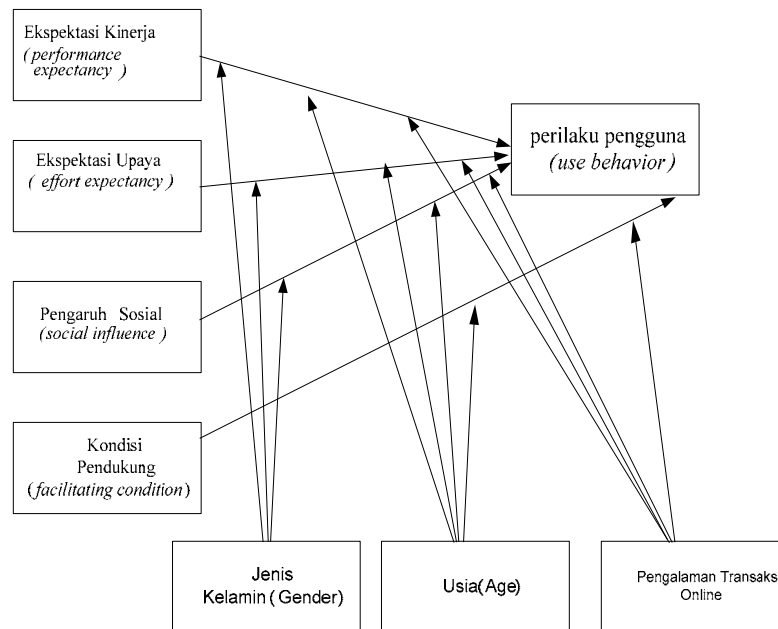
Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Langkah-Langkah Penelitian

Berikut adalah penjelasan dari langkah-langkah penelitian tersebut :  
 Merancang Penelitian Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Menurut NEUMAN (2000) Pendekatan kuantitatif

adalah yang mempunyai tujuan menemukan atau meyakinkan kemungkinan-kemungkinan yang ada, dan pada akhirnya dapat digunakan untuk memprediksi aktivitas dari manusia. Model yang digunakan pada penelitian ini terlihat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Model Penelitian

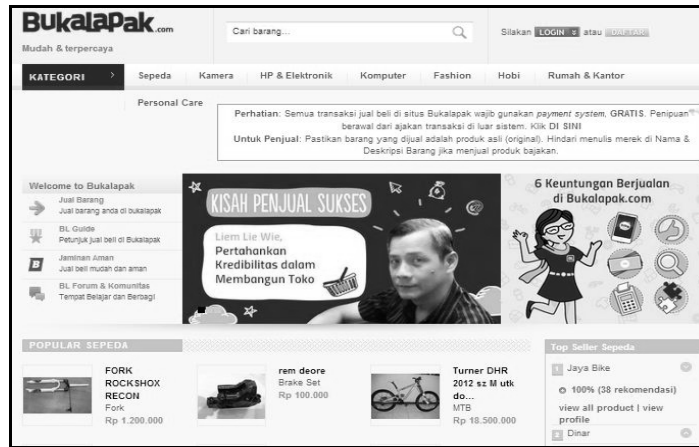
**Obyek Penelitian**

Bukalapak.com adalah ecommerce di Indonesia yang dikenal kuat di niche sepeda. didirikan awal 2010 dengan sumber daya sangat terbatas, dalam kurun waktu kurang dari 2 tahun, Bukalapak.com telah menjadi ecommerce yang sangat diperhitungkan, memiliki 25,000 seller dan 60,000 user, pada

pertengahan tahun 2011 Bukalapak.com mendapatkan suntikan dana dari Batavia Incubator untuk ekspansi.

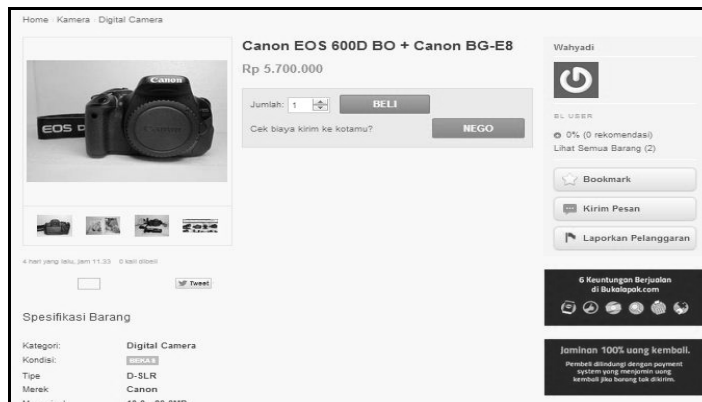
**Tinjauan situs [www.Bukalapak.com](http://www.Bukalapak.com)**

1. Tampilan Menu Utama terlihat pada gambar 3 dibawah ini.



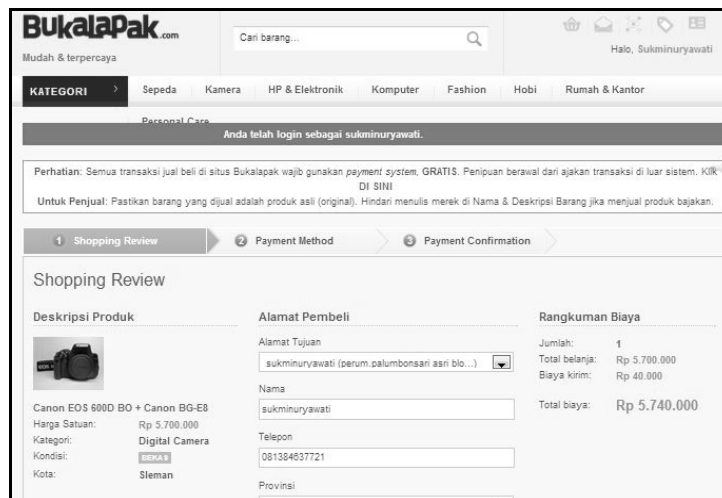
Gambar 3.. Menu Utama

2. Tampilan Menu Detail Produk



Gambar 4. Menu Detail Produk

3. Tampilan Menu Halaman Form Pemesanan



Gambar 5. Menu Halaman Form Pemesanan

#### 4. PEMBAHASAN

##### 4.1. Data Demografi Responden

Dalam riset penelitian ini, sampel yang diteliti adalah user yang menggunakan situs bukalapak.com terutama Dosen dan mahasiswa BSI Karawang berdasarkan tahun amatan 2012. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud adalah pembagian jumlah kuisisioner yang berbeda ditempat penelitian. Di BSI Karawang penulis menyebarkan 160 kuisisioner sedangkan di tempat yang lain penulis menyebarkan 40 kuisisioner. Hal ini disebabkan karena populasi demikian banyaknya sehingga tidak mungkin seluruh elemen diteliti dan keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia. Sejumlah 200 kuisisioner telah disebarkan kepada para responden, namun, data yang

akhirnya digunakan dalam analisis sejumlah 192 kuisisioner. Hal disebabkan oleh adanya lima buah kuisisioner yang tidak diisi lengkap (*missing data*) oleh responden. Karena terdapat lebih dari 10% *item* pertanyaan yang tidak dijawab, maka kuisisioner tersebut diputuskan untuk tidak digunakan. Tidak digunakannya *missing data* tersebut merupakan cara terbaik daripada melakukan teknik perbaikan/remedi *missing data* yang digunakan pada berbagai teknik analisis statistik. Yang menjadi pertimbangan adalah melihat jumlah *missing data* yang kecil, yakni hanya lima kuisisioner sementara data yang lengkap berjumlah 192 data.

Responden sebanyak 200 orang terdiri dari individu diluar lingkungan dosen dan mahasiswa BSI Karawang yang menggunakan situs *e-Commerce* bukalapak.com. Beberapa grafik berikut menggambarkan deskripsi umum dari responden penelitian.

Tabel 3 Tabel Deskripsi Umum Dari Responden

Klasifikasi Responden	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
- Pria	98	51,0%
- Wanita	94	49,0%
Jumlah	192	100%
Usia		
- < 20 tahun	113	58,9%
>= 20 tahun	79	41,1%
Jumlah	192	
Pengalaman Penggunaanya		
Ya Pernah	82	42,7%
Tidak Pernah	110	57,3%
Jumlah	192	100%

##### 4.2. Deskriptif Data

Tanggapan responden terhadap kuisisioner yang diberikan peneliti nampak pada jawaban responden. Pada analisis ini menjelaskan karakteristik sampel antara lain mencakup nilai minimum, maximum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, *skewness*, dan *kurtosis* (terdapat gambar 5) dengan menggunakan

*software* SPSS 17.0. Pada tabel tersebut dapat dilihat hasil *sum* dari statistik deskriptif memiliki nilai minimal 760,3 dan nilai maksimum 889,3. *Standar deviation* memiliki nilai minimal 1,2794 dan nilai maksimal 1,7263. Sedangkan nilai c.r pada *skewness* dan *kurtosis* dalam kisaran nilai yang direkomendasikan yaitu -2.58 sampai 2.58.

Descriptive Statistics											
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
PE1	192	1.0	6.0	795.2	4.142	.1086	1.5045	-5.00	.175	-.754	.349
PE2	192	1.0	6.0	760.3	3.960	.1018	1.4101	-.233	.175	-1.002	.349
PE3	192	1.0	6.0	792.0	4.125	.1066	1.4767	-.309	.175	-1.039	.349
EE1	192	1.0	6.0	878.9	4.578	.1038	1.4387	-.889	.175	-.151	.349
EE2	192	1.0	6.0	826.2	4.303	.1071	1.4840	-.549	.175	-.847	.349
EE3	192	1.0	6.0	846.4	4.408	.1144	1.5855	-.700	.175	-.715	.349
SI1	192	1.0	6.0	788.8	4.108	.1167	1.6176	-.458	.175	-1.006	.349
SI2	192	1.0	6.0	775.9	4.041	.1110	1.5378	-.279	.175	-1.056	.349
SI3	192	1.0	6.0	801.7	4.176	.1113	1.5418	-.424	.175	-1.000	.349
FC1	192	1.0	6.0	817.7	4.259	.1200	1.6627	-.557	.175	-1.021	.349
FC2	192	1.0	6.0	812.7	4.233	.1145	1.5867	-.504	.175	-.923	.349
FC3	192	1.0	6.0	889.3	4.632	.0923	1.2794	-.567	.175	-.688	.349
UB1	192	1.0	6.0	718.8	3.744	.1114	1.5433	-.170	.175	-1.043	.349
UB2	192	1.0	6.0	813.2	4.235	.1083	1.5007	-.409	.175	-.956	.349
UB3	192	1.0	6.0	868.8	4.525	.0993	1.3756	-.633	.175	-.591	.349
Valid N (listwise)	192										

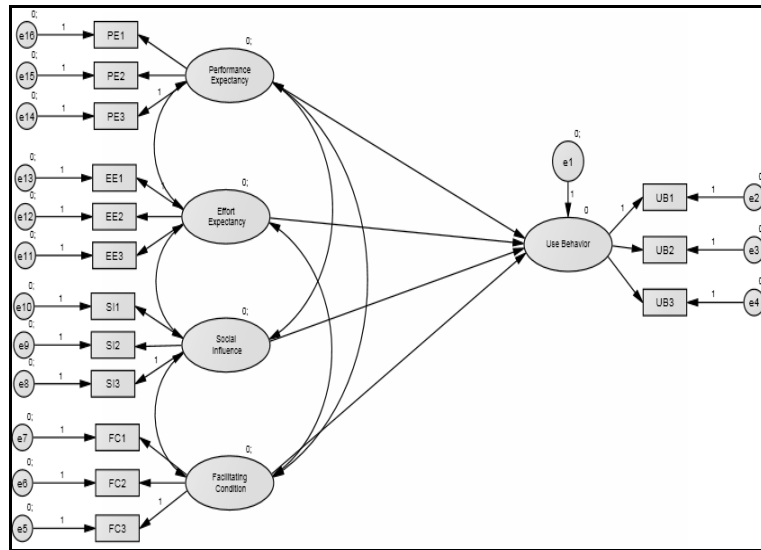
Gambar 5. Hasil Analisis Deskriptif

4.3. Pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan uraian analisa statistik inferensial, yang dimulai dari uraian model awal, uraian *confirmatory factor analysis*, uji asumsi, uji kesesuaian, uji signifikansi, dan uraian model akhir.

4.3.1. Model Awal

Setelah penyusunan model awal dan juga variabel beserta indikator-indikatornya, tahapan selanjutnya adalah pembuatan *model awal* yang disusun berdasarkan model yang telah dibuat tersebut dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Model Awal Penelitian

Persamaan-persamaan struktural yang didapat dari model awal penelitian adalah sebagai berikut:

$$UB = \gamma_{11} PE + \gamma_{12} EE + \gamma_{13} SI + \gamma_{14} FC + e_1$$

Keterangan :

PE = *Performance Expectancy*, variabel laten eksogen

EE = *Effort Expectancy*, variabel laten eksogen

SI = *Social Influence*, variabel laten eksogen  
 FC = *Facilitating Condition*, variabel laten eksogen  
 UB = *Use Behavior*, variabel laten endogen  
 $\gamma$  = Koefisien regresi variabel laten eksogen ke endogen  
 z = *Error*  
 Bentuk persamaan indikator variabel laten eksogen dan indikator variabel laten endogen antara lain :

- a. Konstruk Eksogen : *Performance Expectancy* (PE)  
 $PE1 = \lambda_{16}PE + e_{16}$   
 $PE2 = \lambda_{15}PE + e_{15}$   
 $PE3 = \lambda_{14}PE + e_{14}$
- b. Konstruk Eksogen : *Effort Expectancy* (EE)  
 $EE1 = \lambda_{13}EE + e_{13}$   
 $EE2 = \lambda_{12}EE + e_{12}$   
 $EE3 = \lambda_{11}EE + e_{11}$
- c. Konstruk Eksogen : *Social Influence* (SI)  
 $SI1 = \lambda_{10}SI + e_{10}$   
 $SI2 = \lambda_{9}SI + e_{9}$   
 $SI3 = \lambda_{8}SI + e_{8}$
- d. Konstruk Eksogen : *Facilitating Condition* (FC)  
 $FC1 = \lambda_{7}FC + e_{7}$   
 $FC2 = \lambda_{6}FC + e_{6}$

- e. Konstruk Endogen : *Use Behavior* (UB)  
 $UB1 = \lambda_{2}UB + e_{2}$   
 $UB2 = \lambda_{3}UB + e_{3}$   
 $UB3 = \lambda_{4}UB + e_{4}$

Keterangan :  
 $\lambda$  = *Loading factor* variabel laten eksogen/endogen  
 e = error

**Confirmatory Factor Analysis dan Reliabilitas**  
**1. Pengujian Validitas (Confirmatory Factor Analysis)**

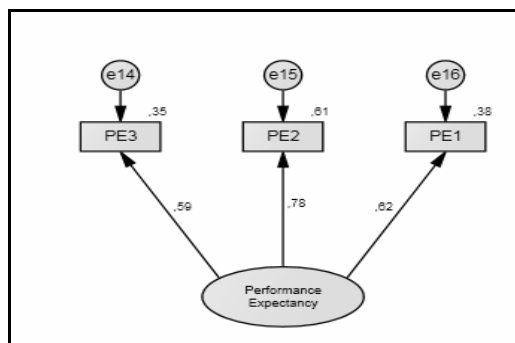
Pada pengujian *Confirmatory Factor Analysis* ini setiap indikator dari variabel pada model pengukuran akan diukur *factor loading* nya. Pengujian ini dibagi menjadi dua tahapan yaitu tahapan pengujian validitas dan tahapan pengujian reliabilitas.

Untuk pengujian validitas, menurut Black (2010) bahwa *factor loading* minimum adalah 0,5. Indikator yang memiliki *factor loading* dibawah batas minimum tersebut akan dikeluarkan dari model pengukuran.

Berikut berdasarkan hasil uji CFA dapat disampaikan uji validitas :

- a. Uji validitas konstruk eksogen

1. *Performance Expectancy* (Ekspektasi kinerja)



Gambar 7. Model awal *Performance Expectancy*(PE)

Model awal hubungan indikator terhadap *Performance Expectancy*(PE) Hasil uji validitas PE dapat dilihat pada tabel 4.

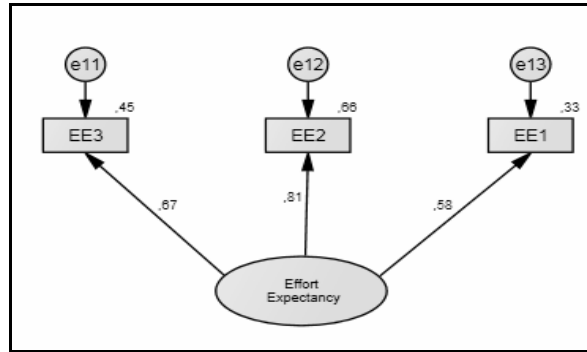
Tabel 4. Uji Validasi PE

Indikator	Estimate	Keterangan
PE3	0,588	Indikator valid
PE2	0,783	Indikator valid
PE1	0,616	Indikator valid



Dari hasil *output standardized loading estimate*, terlihat *standardized regression weight* yang merupakan nilai *Effort Expectancy* (ekspektasi upaya)

*loading factor* indikator PE memiliki nilai diatas 0.5 yang berarti merupakan indikator yang valid terhadap PE.



Gambar 8. Model awal *Effort Expectancy* (EE)

Model awal hubungan indikator terhadap *Effort Expectancy* (EE) Hasil uji validitas EE dapat dilihat pada tabel 5.

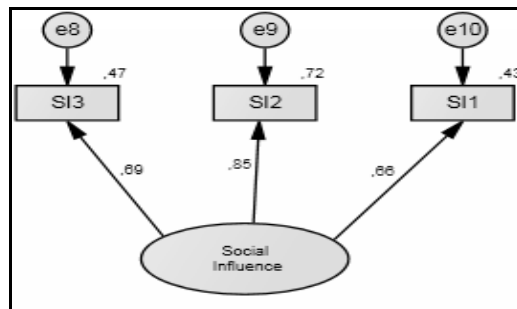
Tabel 5. Uji Validasi EE

Indikator	Estimate	Keterangan
EE1	0,578	Indikator valid
EE2	0,811	Indikator valid
EE3	0,672	Indikator valid

Dari hasil *output standardized loading estimate*, terlihat *standardized regression weight* yang merupakan nilai

*loading factor* indikator EE memiliki nilai diatas 0.5 yang berarti merupakan indikator yang valid terhadap EE.

2. *Social Influence* ( Pengaruh Sosial )



Gambar 9. Model awal *Social Influence*( SI)

Model awal hubungan indikator terhadap *Social Influence*( SI) Hasil uji validitas SI dapat dilihat pada tabel 6.

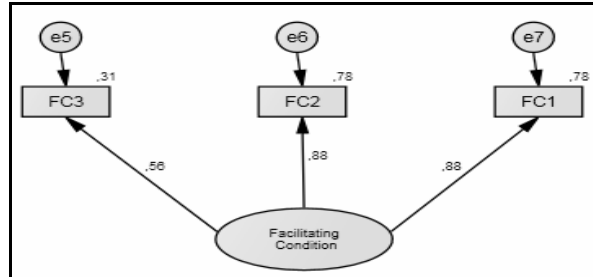
Tabel 6. Uji Validasi SI

Indikator	Estimate	Keterangan
SI3	0,687	Indikator valid
SI1	0,657	Indikator valid
SI2	0,849	Indikator valid

Dari hasil *output standardized loading estimate*, terlihat *standardized regression weight* yang merupakan nilai *loading factor*

indikator SI memiliki nilai diatas 0.5 yang berarti merupakan indikator yang valid terhadap SI.

3. *Facilitating Conditions* ( kondisi pendukung )



Gambar 10. Model awal *Facilitating Conditions* ( FC )

Model awal hubungan indikator terhadap *Facilitating Conditions* (FC) Hasil uji validitas FC dapat dilihat pada tabel 7.

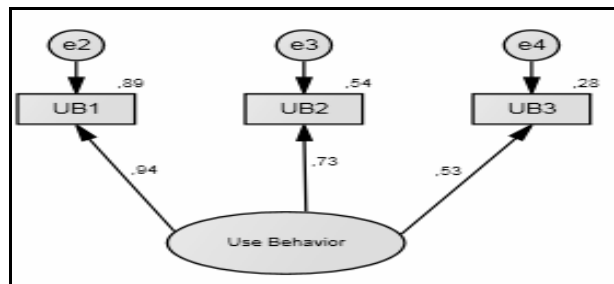
Tabel 7. Uji Validasi FC

Indikator	Estimate	Keterangan
FC3	0,555	Indikator valid
FC2	0,881	Indikator valid
FC1	0,881	Indikator valid

Dari hasil *output standardized loading estimate*, terlihat *standardized regression weight* yang merupakan nilai *loading factor*

indikator FC memiliki nilai diatas 0.5 yang berarti merupakan indikator yang valid terhadap FC.

4. *Use Behavior* ( UB )



Gambar 11. Model awal *Use Behavior* ( UB )

Model awal hubungan indikator terhadap *Use Behavior* (UB) Hasil uji validitas UB dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Uji Validasi UB

Indikator	Estimate	Keterangan
UB1	0,941	Indikator valid
UB2	0,734	Indikator valid
UB3	0,527	Indikator valid

Dari hasil *output standardized loading estimate*, terlihat *standardized regression weight* yang merupakan nilai *loading factor* indikator UB memiliki nilai diatas 0.5 yang berarti merupakan indikator yang valid terhadap UB.

## 2. Pengujian Reliabilitas

Untuk pengujian reliabilitas, dari nilai *factor loading* pada pengujian sebelumnya, dilakukan penghitungan *construct reliability*, dimana menurut yang dikemukakan oleh Black (2010), bahwa nilai dari *construct reliability*

ini minimum adalah 0,7. Hasil dari penghitungan menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *construct reliability* diatas 0.7 sehingga dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dianggap *reliable*.

Dari hasil dua pengujian diatas, maka didapatkan bahwa semua komponen model awal dianggap valid dan diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya. Tabel 4.8 dibawah ini memperlihatkan nilai *factor loading* dari model pengukuran pada pengujian validitas beserta nilai *construct reliability* dari pengujian reliabilitas. Tabel 9.

**Tabel 9.** *Factor Loading* dan *Construct Reliability* dari Model Pengukuran

<b>Kualifikasi Responde</b>	<b>Factor Loading</b>	<b>Construct Reliability</b>
<i>PE-Performance Expectancy</i>		
PE1	0,588	
PE2	0,783	0,704
PE3	0,611	
<i>EE-Effort Expectancy</i>		
EE1	0,578	
EE2	0,811	0,732
EE3	0,672	
<i>SI-Social Expectancy</i>		
SI1	0,687	
SI2	0,657	0,778
SI3	0,849	
<i>FC-Facilitating Condition</i>		
FC1	0,555	
FC2	0,881	0,825
FC3	0,881	
<i>UB-Use Behavior</i>		
UB1	0,941	
UB2	0,734	0,789
UB3	0,527	

### Uji Asumsi

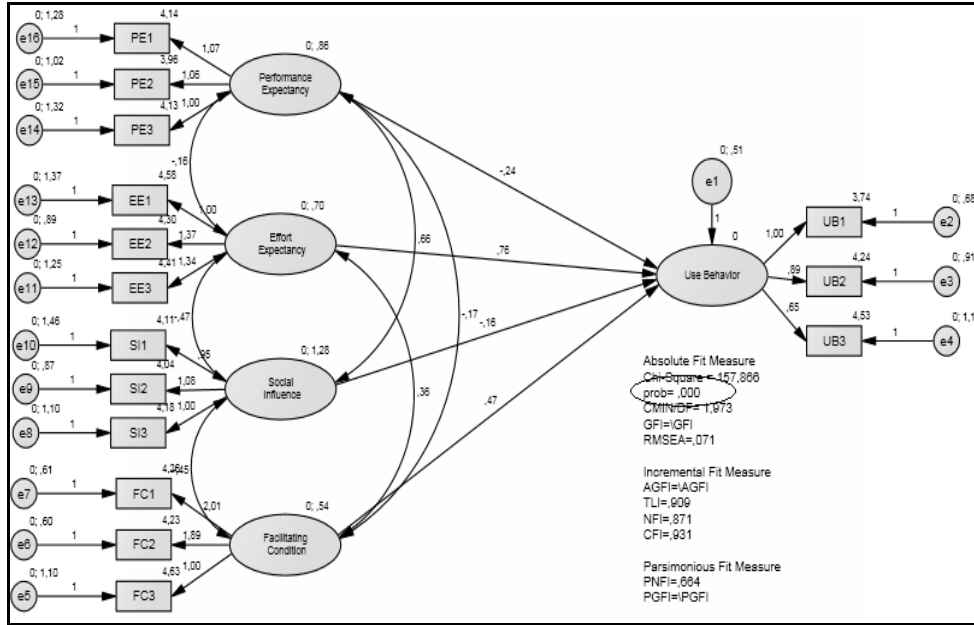
memenuhi persyaratan jumlah sampel minimum.

### Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan SEM adalah minimum berjumlah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 192, sehingga dianggap

### Uji Kesesuaian

Pengujian model berbasis teori ini dilakukan dengan menggunakan *software* AMOS versi 19. Hasil pengujian model tersebut dapat dilihat pada gambar 9. dibawah ini.



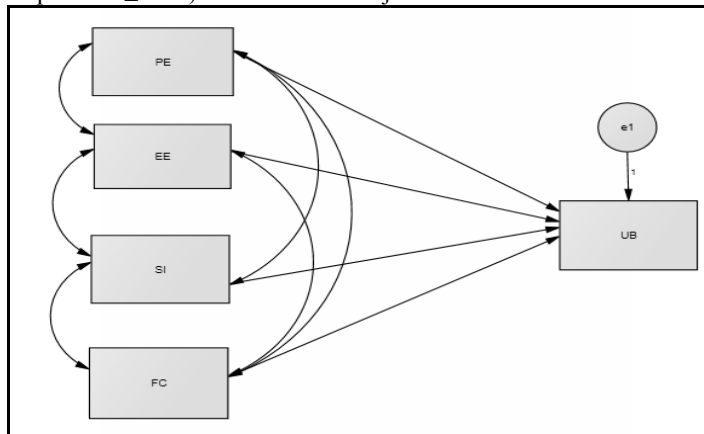
Gambar 9. Uji Kesesuaian

Pada uji kesesuaian diajukan hipotesis umum sebagai berikut:

- $H_0$  : Model yang diajukan dalam penelitian tidak merepresentasikan karakteristik atau perilaku dari populasi melainkan hanya merepresentasikan sampel (hipotesis diterima apabila  $P < 0.05$ )
- $H_1$  : Model yang diajukan dalam penelitian ini merepresentasikan karakteristik atau perilaku dari populasi (hipotesis diterima apabila  $P \geq 0.05$ )

Sebagaimana terlihat pada gambar 9. diatas, bahwa hipotesis  $H_1$  ditolak, yang berarti bahwa model yang diajukan pada penelitian ini tidak fit atau tidak merepresentasikan populasi melainkan hanya merepresentasikan sampel, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai P (Probabilitas)  $< 0,05$

Berdasarkan hasil sebelumnya bahwa model tidak memenuhi persyaratan, maka model struktural akan dikonversikan dengan model jalur.

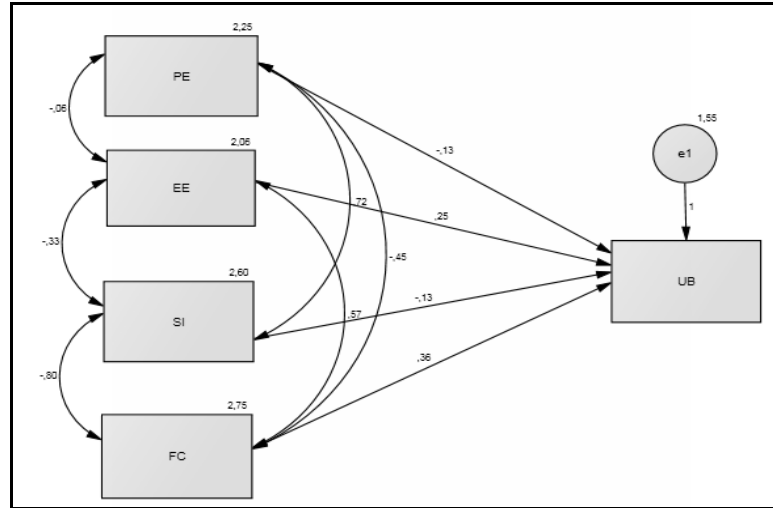


Gambar 10. Model jalur awal

**Uji Signifikansi**

Dari hasil analisis jalur didapatkan koefisien regresi untuk setiap variabelnya seperti

diperlihatkan pada gambar 11 dan tabel 10 dibawah ini.



Gambar 11. Uji signifikansi

Tabel 10. Koefisien Regresi Model Jalur Awal

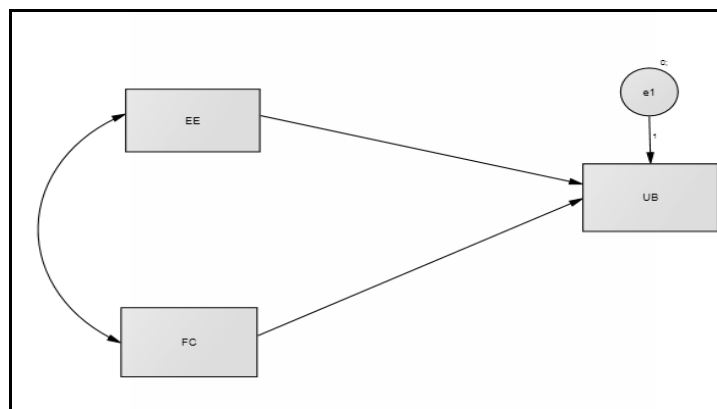
	C.R.	P	Label
UB < --- FC	6,085	***	par 1
UB < ---EE	3,878	***	par 2
UB < ---PE	-1,982	,048	par 3
UB < ---SI	-2,078	,038	par 4

Berdasarkan hasil *output* uji signifikansi pada tabel 10, apabila memenuhi kriteria nilai  $P < 0.05$  dan koefisien regresi positif yaitu pada jalur dari variabel FC menuju UB dan jalur dari variabel EE menuju UB dengan nilai (\*\*\*) . Dengan demikian jalur dari variabel FC menuju UB serta EE menuju UB dianggap signifikan. Sedangkan untuk jalur dari variabel PE menuju UB dan SI menuju UB dianggap

tidak signifikan dan akan dikeluarkan dari model.

**4.3.2. Model Akhir**

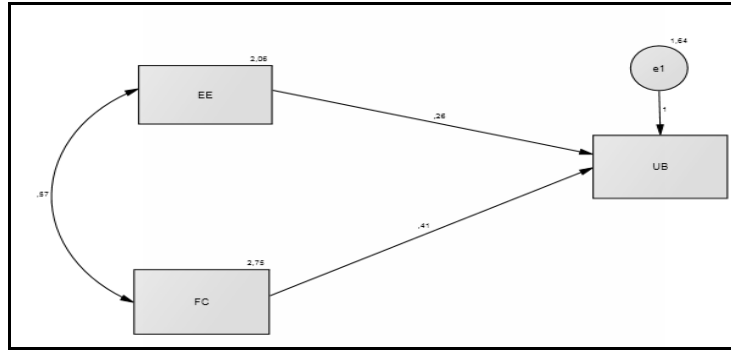
Setelah dilakukan uji signifikansi, dan telah ditentukan variabel yang digunakan dan yang di keluarkan, maka didapatkan model akhir penelitian seperti pada gambar 12 dibawah ini.



Gambar 12. Model Jalur Akhir

Setelah dilakukan uji signifikansi, maka didapatkan koefisien regresi yang dituangkan

dalam gambar 13. dan tabel 11. dibawah ini.



Gambar 13. Uji Signifikansi Model Jalur Akhir

Tabel 11. *Output Regression Weights Model Jalur Akhir*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB < --- FC	0,412	0,058	7,159	***	par_2
UB < ---EE	0,26	0,067	3,908	***	Par 3

Dari tabel 11. atas dapat dilihat bahwa hubungan yang digunakan semuanya memenuhi kriteria nilai  $P < 0.05$  dan koefisien regresi positif. Hubungan yang signifikan adalah seperti pada tabel 11. diatas yaitu : (FC) *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior (UB)* dan *Effort Expectancy (EE)* dengan *Use Behavior (UB)*

Pengujian hipotesis khusus dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis (H2)

Hipotesis (H2) menyatakan bahwa *performace expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com). Hipotesis ini ditolak karena variabel ini telah dikeluarkan dari model karena tidak signifikan, dengan demikian hipotesis kedua, *performace expectancy* berpengaruh terhadap *use behavior* tidak dapat diterima.

2. Pengujian Hipotesis (H3)

Hipotesis (H3) menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com). Hasil uji terhadap parameter estimasi (lihat tabel 4.4 *Output Regression Weights*) antara *effort expectancy* terhadap *use behavior* menunjukkan adanya hubungan positif sebesar 0,385. Nilai *critical ratio* (CR) sebesar 5,185, nilai C.R. tersebut di atas nilai kritis  $\pm 1,96$  atau dengan melihat nilai *p-value* berada di bawah nilai

signifikan yaitu 0,05 yaitu ditunjukkan dengan tanda (\*\*\*) . Dengan demikian hipotesis ketiga, *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* dapat diterima.

3. Pengujian Hipotesis (H4)

Hipotesis (H4) menyatakan bahwa *sosial influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com). Hipotesis ini ditolak karena variabel ini telah dikeluarkan dari model karena tidak signifikan, dengan demikian hipotesis keempat, *sosial influence* berpengaruh terhadap *use behavior* tidak dapat diterima.

4. Pengujian Hipotesis (H5)

Hipotesis (H3) menyatakan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com). Hasil uji terhadap parameter estimasi (lihat tabel 4.4 *Output Regression Weights*) antara *facilitating condition* terhadap *use behavior* menunjukkan adanya hubungan positif sebesar 0,435. Nilai *critical ratio* (CR) sebesar 6,742, nilai C.R. tersebut di atas nilai kritis  $\pm 1,96$  atau dengan melihat nilai *p-value* berada di bawah nilai signifikan yaitu 0,05 yaitu ditunjukkan dengan tanda (\*\*\*) . Dengan demikian hipotesis ketiga, *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* dapat diterima.

Tabel 12. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Keputusan
H2	Diduga minat berperilaku ( <i>use behavioral</i> ) secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja ( <i>performance expectioncy</i> ), terhadap penerimaan dan penggunaan sistem <i>e-commerce</i>	Ditolak
H3	Diduga perilaku pengguna ( <i>use behavior</i> ) secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh ekspektasi upaya ( <i>effort expectancy</i> ), terhadap penerimaan dan penggunaan sistem <i>e-commerce</i>	Diterima
H4	Diduga perilaku pengguna ( <i>use behavior</i> ) secara dan positif dipengaruhi oleh pengaruh sosial ( <i>social influence</i> ), terhadap penerimaan dan penggunaan sistem <i>e-commerce</i>	Ditolak
H5	Diduga perilaku pengguna ( <i>use behavior</i> ) secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh kondisi pendukung ( <i>facilitating condition</i> ), terhadap penerimaan dan penggunaan sistem <i>e-commerce</i> .	Diterima

Pengujian Keragaman Jenis Kelamin (*Gender*) Analisis sub-grup model *moderating* digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dilihat berdasarkan keragaman *gender*. Data hasil *output* untuk analisis keragaman variabel moderasi *gender*.

1. Kriteria Jenis Kelamin (*Gender*)

Analisis keragaman variabel *moderating* berdasarkan kriteria jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori yaitu pria dan wanita. Terdapat dua hipotesis umum yang diajukan

untuk analisis keragaman variabel *moderating* yang dilihat berdasarkan kriteria jenis kelamin yaitu :

H<sub>0</sub> : tidak ada perbedaan antara jenis kelamin (*gender*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com)

H<sub>1</sub> : ada perbedaan antara antara jenis kelamin (*gender*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com).

Tabel 13. Model Fit Summary CMIN Jenis Kelamin

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
<i>Unconstrained</i>	11	1,811	1	,178	1,811
<i>Structural Weight</i>	9	6,653	3	,584	2,218
<i>Structural Covariances</i>	6	11,964	6	,063	1,994
<i>Saturated Model</i>	12	,000	0	-	-
<i>Independence Model</i>	6	92,148	6	,000	15,358

Dengan dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai  $p > 0.05$ , maka H<sub>0</sub> diterima. Akan tetapi jika nilai  $p < 0.05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak. Berdasarkan hasil *output* pada tabel *model fit summary* bagian *Structural weights* dapat dilihat bahwa nilai *probability*-nya adalah 0,84 yang di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> diterima yang berarti tidak ada perbedaan antara jenis kelamin (*gender*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*).

a. Kategori Pria

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori jenis kelamin pria adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh jenis kelamin pria.

H<sub>1</sub> : ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh jenis kelamin pria.

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB <--- FC	,286	,081	3,552	***	b1_1
UB <--- EE	,265	,093	2,860	,004	b2_1

Gambar 14. Regression Weights Pria

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori pria bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai *p* (0,004) atau  $H_0$  ditolak dan FC dengan UB memiliki nilai *p*(\*\*\*). Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkatan kemudahan yang dirasakan *user* dalam menggunakan sistem (*effort expectancy dan facilitating condition*) tidak mempengaruhi perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang berjenis kelamin pria.

b. Kategori Wanita

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori jenis kelamin wanita adalah sebagai berikut :

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara *effort expectancy dan facilitating condition* terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh jenis kelamin wanita.

$H_1$  : ada pengaruh antara *effort expectancy dan facilitating condition* terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh jenis kelamin wanita.

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB <--- FC	,543	,084	6,495	***	b1_2
UB <--- EE	,209	,097	2,161	,031	b2_2

Gambar 15. Regression Weights Pria

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori wanita bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai *p* (0,031) atau  $H_0$  ditolak dan FC dengan variabel UB memiliki nilai *p* (\*\*\*) atau  $H_0$  ditolak. Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05.

Dari hasil analisis sub-grup model *moderating* untuk jenis kelamin (*gender*) dengan kategori pria dan wanita memiliki tingkat penerimaan yang sama dalam menggunakan sistem. Hal ini dipengaruhi oleh tingkatan kemudahan yang dirasakan *user* dalam menggunakan sistem (*effort expectancy dan facilitating condition*) yang diterima oleh pengguna dari kedua kategori tersebut.

Pengujian Keragaman Usia (Age)

1. Kriteria Usia (Age)

Analisis keragaman variabel *moderating* berdasarkan kriteria Usia dibagi menjadi dua

kategori yaitu < 20 tahun dan ≥ 20 tahun. Terdapat dua hipotesis umum yang diajukan untuk analisis keragaman variabel *moderating* yang dilihat berdasarkan kriteria usia yaitu :

$H_0$  : tidak ada perbedaan antara usia (*age*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com)

$H_1$  : ada perbedaan antara usia (*age*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com)

Dengan dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai  $p > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima. Akan tetapi jika nilai  $p < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil *output* pada tabel *model fit summary* bagian *Structural weights* dapat dilihat bahwa nilai *probability*-nya adalah 0,583 yang di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada perbedaan antara usia (*age*) dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (*user behavior*).



Tabel 14. Model Fit Summary CMIN Usia(Age)

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
<i>Unconstrained</i>	11	,793	1	,373	,793
<i>Structural Weight</i>	9	1,948	3	,583	,649
<i>Structural Covariances</i>	6	5,910	6	,433	985
<i>Saturated Model</i>	12	,000	0	-	-
<i>Independence Model</i>	6	85,060	6	,000	14,177

a. Kategori < 20 tahun

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori jenis usia dibawah umur 20 adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce*

bukalapak.com (*user behavior*) oleh usia pengguna.

H<sub>1</sub> : ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh usia pengguna.

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB	←	FC	0,363	0,07	5,161	***	b1_2
UB	←	EE	0,263	0,088	2,978	0,003	b2_2

Gambar 16. Regression Weights Usia < 20

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori usia bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (0,003) atau H<sub>0</sub> ditolak dan hubungan antara variabel FC dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (\*\*\*) atau H<sub>0</sub> ditolak . Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkatan kemudahan yang dirasakan *user* dalam menggunakan sistem (*effort expectancy dan facilitating condition*) mempengaruhi perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang berusia < 20 tahun.

b. Kategori ≥ 20 tahun

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori usia diatas 20 adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh usia pengguna.

H<sub>1</sub> : ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh usia pengguna.

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB	←	FC	0,492	0,099	4,967	***	b1_1
UB	←	EE	0,241	0,101	2,386	0,017	b2_1

Gambar 17. Regression Weights Usia ≥ 20

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori yang berumur ≥ 20 tahun bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (0,017) atau H<sub>0</sub> ditolak dan FC dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (\*\*\*) atau H<sub>0</sub> ditolak. Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkatan kemudahan yang dirasakan *user* dalam menggunakan sistem (*effort expectancy dan facilitating condition*) mempengaruhi

perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang berumur ≥ 20 tahun.

Pengujian Keragaman Pengalaman

1. Kriteria Pengalaman Transaksi Online

Analisis keragaman variabel *moderating* berdasarkan kriteria Usia dibagi menjadi dua kategori yaitu ya dan tidak. Terdapat dua hipotesis umum yang diajukan untuk analisis keragaman variabel *moderating* yang dilihat berdasarkan kriteria pengalaman penggunaannya dalam transaksi online yaitu :

H<sub>0</sub> : tidak ada perbedaan antara pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com)

H<sub>1</sub> : ada perbedaan antara pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com)

Dengan dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai  $p > 0.05$ , maka H<sub>0</sub> diterima. Akan

tetapi jika nilai  $p < 0.05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak. Berdasarkan hasil *output* pada tabel *model fit summary* bagian *Structural weights* dapat dilihat bahwa nilai *probability*-nya adalah 0,108 yang jauh di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> diterima yang berarti tidak ada perbedaan antara pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online dalam penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak (*user behavior*).

Tabel 15. Model Fit Summary CMIN Pengalaman

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
<i>Unconstrained</i>	11	,793	1	,373	,793
<i>Structural Weight</i>	9	1,948	3	,583	,649
<i>Structural Covariances</i>	6	5,910	6	,433	985
<i>Saturated Model</i>	12	,000	0	-	-
<i>Independence Model</i>	6	85,060	6	,000	14,177

a. Kategori Yang Pernah Melakukan Transaksi Online

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user*

*behavior*) oleh pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online

H<sub>1</sub> : ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online

Tabel 16. Regression Weights Yang Pernah Melakukan Transaksi Online

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB < --- FC	0,271	,080	3,407	***	b1 1
UB < --- EE	0,309	,102	3,012	,003	B2 1

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai  $p$  (0,003) atau H<sub>0</sub> ditolak dan antara variabel FC dengan variabel UB memiliki nilai  $p$  (\*\*\*) atau H<sub>0</sub> ditolak . Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce*

b. Kategori Yang Tidak Pernah Melakukan Transaksi Online

Sedangkan hipotesis khusus yang diajukan untuk kategori pengguna yang tidak

mempunyai pengalaman transaksi online adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online

H<sub>1</sub> : ada pengaruh antara (*effort expectancy dan facilitating condition*) terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*User behavior*) oleh pengguna yang mempunyai pengalaman transaksi online

Tabel 17. Regression Weights Yang Tidak Pernah Melakukan Transaksi Online

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB < --- FC	0,549	0,081	6,8	***	b1 1
UB < --- EE	0,2	0,086	2,339	0,019	B2 1

Berdasarkan hasil *output* bagian *estimates* dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dengan kategori pengguna yang tidak mempunyai pengalaman transaksi online, bahwa hubungan antara variabel EE dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (0,019) atau  $H_0$  ditolak dan hubungan antara variabel FC dengan variabel UB memiliki nilai nilai *p* (\*\*\*) atau  $H_0$  ditolak. Hal ini dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkatan kemudahan yang dirasakan *user* dalam menggunakan sistem *effort expectancy dan facilitating condition* ) mempengaruhi perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*user behavior*) oleh pengguna yang tidak mempunyai pengalaman transaksi online.

Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis

Dari pengujian hipotesis khusus (H2 s.d H5), dapat disimpulkan bahwa hanya variabel *effort expectancy dan facilitating condition* saja yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*use behavior*) sedangkan variabel *performance expectancy dan social influence* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku

penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*use behavior*), kemudian dapat pula disimpulkan bahwa keragaman pengguna, hanya jenis kelamin, pengalaman bertransaksi *online* dan usia yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* bukalapak.com (*use behavior*) sehingga hipotesis umum H1 (penerimaan dan penggunaan sistem *e-Commerce* bukalapak.com dipengaruhi oleh keragaman user seperti jenis kelamin, usia dan pengalaman bertransaksi *online* penggunanya) diterima.

Berikut ini adalah *output table* pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan alat uji AMOS 18 dalam bentuk *regression weight* dalam tabel 18. Adapun kriteria pengujian hipotesis (Ghozali 2008) adalah sebagai berikut :

- a. Nilai CR (*critical ratio*) > 1,96 dengan tingkat signifikansi < 0,05 berarti variabel eksogen berpengaruh pada variabel endogen.
- b. Nilai CR (*critical ratio*) < 1,96 dengan tingkat signifikansi > 0,05 berarti variabel eksogen tidak berpengaruh pada variabel endogen.

Tabel 18. Output Regression Weight Model Akhir Penelitian

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
UB < --- FC	0,412	,058	7,159	***	par 2
UB < --- EE	0,260	,067	3,908	***	par 3

Sedangkan uji tanda hubungan variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan

melihat nilai *estimate standardized regression weights*.

Tabel 19. Output Standardized Regression Weight Model Akhir Penelitian

	Estimate
UB < --- FC	0,444
UB < --- EEE	0,242

Tabel 20. Output Squared Multiple Correlations Model Akhir Penelitian

	Estimate
UB	0,308

Persamaan dari variabel endogen model akhir diperlihatkan seperti dibawah ini:

$$UB = 2,750 + 7,159 FC$$

$$UB = 2,060 + 3,908 EE$$

## 5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ini maka didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hipotesis yang didukung yaitu H2, dan H5 dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penerimaan/penggunaan sistem *e-commerce* (bukalapak.com) adalah *effort expectancy* (merupakan tingkat ekspektasi kemudahan dalam penggunaan sistem *e-Commerce*), *user behavior* (menyatakan perilaku individu pengguna *e-Commerce*), *facilitating condition* (tingkat kepercayaan individu pengguna *e-Commerce*), oleh karena itu dalam perkembangannya situs bukalapak.com supaya lebih memperhatikan berbagai aspek-aspek analisis *interface* karena dapat dijalankan di berbagai *browser*. selanjutnya dari sisi keamanan misalnya untuk tips bisa lebih *update* mengikuti perkembangan *e-commerce* itu sendiri, aspek-aspek seperti itu harus selalu diperhatikan supaya situs bukalapak.com dapat menjadi mudah dan aman digunakan.
2. Sementara dari hipotesis yang tidak didukung menunjukkan bahwa penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (situs bukalapak.com) diantaranya tidak dipengaruhi oleh *performance expectancy* dan *social influence* sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya manfaat yang dapat diperoleh dari sistem *e-commerce* (situs bukalapak.com), tingkat kemudahan penggunaan (situs bukalapak.com) dan pengaruh orang-orang di sekitar tidak memiliki pengaruh signifikan yang mendorong *user* untuk menggunakan sistem *e-commerce* (situs bukalapak.com). Sementara untuk hipotesis umum, dari ketiga variabel moderating yang diuji yaitu jenis kelamin, usia dan pengalaman penggunaanya dalam transaksi online hanya tiga variabel yang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan sistem *e-commerce* (situs bukalapak.com) yaitu jenis kelamin, pengalaman transaksi online, usia, Sehingga untuk hipotesis H1 diterima. hal ini dibuktikan dengan hasil analisis *multiple group* variabel moderating jenis kelamin (*gender*), usia, dan pengalaman transasksi online yang menunjukkan angka dan mempunyai pengaruh yang signifikan, meskipun secara umum memiliki tingkat penerimaan yang sama dalam menggunakan sistem *e-commerce*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Sunarto, (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Cowles, Deborah L., Kiecker, Pamela, & Little, Michael W. (2002), *Using key Informant Insights as a Foundation for e-retailing theory development*. Journal of Business Research 55, pp. 629-63
- Fatoni, 2002. Pengaruh Variabel Moderating Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Hubungan Antara Penerapan SAM dengan Keberhasilan Perencanaan. Jurnal BETA: Vol. I/No. 1: 22-25.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2008.
- Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.D., and Black, W.C., (1998). *Multivariate Data Anaysis : with reading*, Enggelwood Cliff, New Jersey.
- Hall, J.A., (2001). *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 3, Salemba Empat: Jakarta.
- Indarti, MG.K., (2001). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Intensitas Penggunaan Sistem Informasi*.
- Marchewka, Jack T. & Liu, Chang (2007). "An Application Of The Utaut Model For Understanding Student Perceptions Using Course Management Software"
- Murthy ,Uday S. (2004). *An Analysis of the Effects of Continuous Monitoring Controls on e-Commerce System Performance*. Journal Of Information Systems Vol. 18, No. 2 Fall, 29-47
- O'Brien, James. (2006). Pengantar Sistem Informasi, Prespektif Bisnis dan Manajerial. Dewi Fitriyani dan Deny A. Kwary, Penerjemah ; Palupi Wuriarti, editor. Jakarta. Salemba Empat. Terjemahan dari *Introduction to Information System* 12<sup>th</sup> ed.
- O'Brien, James. (2003). *Introduction to Information System Essential for E-Business Enterprise Eleventh Edition*. New York: McGraw-Hill

- Prasetyo, Hari & Anubhakti, Dian (2011). "Kajian Penerimaan Sistem *E-Learning* Dengan Menggunakan Pendekatan Utat studi Kasus." Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur.
- Raharjo, Budi. dkk. (2002). Modul Pemogramman WEB (HTML, PHP & MySQL) : Bandung, modula.
- Rahardjo, Budi. (2002). Keamanan Sistem Informasi berbasis Internet. <http://www.paume.itb.ac.id/rahard/id-cert/handbook.pdf>.
- Santoso, Singgih (2011). "*Struktural Equation Model (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*". Elex Media Komputindo
- Sugiri, (2004). *Pengaruh Keadilan, Persepsi Komitmen Tujuan, dan Job Relevan Infomasi Terhadap Hubungan Penganggaran dengan Kinerja Manajer*, Simposium Nasional Akuntansi VIII, 439-458.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi: Yogyakarta
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., dan Davis, F.D., (2003). "*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*", MIS Quarterly, Vol. 27, No. 3, pp. 425-478.
- Venkatesh, V., and Davis, F.D., (2000). "*A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*," *Management Science*, Vol.46, No.2, Pebruari, pp.186-204.
- Venkatesh, V, (2000). "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model", *Information Systems Research*, Vol. 11, No. 4, pp. 342-365.
- Wahab, Abdul and ZulkhairiMd Dahalin (2011). "*A Conceptual Model of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Modification with Management Effectiveness and Program Effectiveness in Context of Telecentre*".
- Wilkinson, Cerrulo. (2000). *Accounting Information System*, International Edition. Prenhall, New York.
- Wilkinson, Josep W. Et al, 2000. *Accounting Information System Essential Concept and Application*, 4 Edition, John Willey & Sons Inc, New York-USA.