

Edisi:
Sept - Des 2005

Akreditasi:
49/DIKTI/Kep/2003

ISSN :
0854 - 6142

KOMIPAK

Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Sistem Informasi

Bambang Riyanto

Corporate Governance : Isu Utama Penelitian

Teguh Budiarto
Wilson Arafat

Audit Pemasaran untuk Pengembangan Efektivitas dan Kinerja Pemasaran

Zulhawati

Pengaruh Praktik Perataan Laba Terhadap Kualitas Laba

Indah Kurniawati
Beni Suhendra Winarso

**Analisis Empiris Reaksi Pasar Terhadap Pengumuman *Right Issue* dan Tingkat Likuiditas Saham :
Pengujian *The Negative Information Effect Hypothesis***

Ehrmann Suhartono

Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Intensi Penggunaan Teknologi Informasi

Chairul Agus Saptono

**Valuasi Ekonomi Area Publik :
Studi Kasus Stadion Manahan di Solo**

Henry Sarnowo

Analisis Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Pedesaan dan Perkotaan di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta

Lina Anatan

Aplikasi Manajemen Pengetahuan dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Pengetahuan

FE UTY

Nomor 2, Juli-Desember 2005
Halaman: 218 – 234

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI

Ehrmann Suhartono

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Yogyakarta

ABSTRACT

This study investigates the influence of factors to the behavioral intention of information technology. The factors used in this study are perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment and perceived informativeness. The result shows that the factor influencing the investor behavioral intention directly is the perceived usefulness of information technology. The perceived usefulness itself is influenced by perceived informativeness and perceived enjoyment. The perceived ease of use doesn't influence the investor behavioral intention either directly or indirectly through the perceived usefulness of information technology.

Keywords: behavioral intention, information technology, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment, perceived informativeness.

A. PENGANTAR

Teknologi informasi merupakan aspek yang penting bagi suatu organisasi. Teknologi informasi akan bernilai pada saat digunakan organisasi untuk mencapai tujuan strategis dan operasional organisasi. Menurut Wilkinson *et al.* (2000), teknologi informasi bisa memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan sehingga organisasi dapat mengambil keuntungan dan kesempatan dengan menggunakan informasi tersebut. Oleh karena itu, banyak organisasi mengeluarkan dananya untuk membangun teknologi informasi yang memadai.

Menurut pendapat Ross *et al.* (1996) dalam Adnyana dan Indriantoro (2000), teknologi informasi yang berkualitas adalah teknologi informasi yang dapat diterapkan di dalam suatu organisasi untuk memberikan pemecahan untuk berbagai permasalahan yang mendesak. Kesuksesan penerapan teknologi informasi sangat tergantung pada teknologi itu sendiri dan keahlian individu yang mengoperasikannya. Teknologi informasi akan dikembangkan sesuai dengan kondisi individu pengguna teknologi informasi. Hal ini menyebabkan reaksi individu terhadap teknologi informasi menjadi penting bagi perkembangan teknologi informasi.

Reaksi individu terhadap teknologi informasi berhubungan dengan perilaku individu untuk menggunakan teknologi informasi. Menurut Agarwal dan Karahanna (2000), beberapa penelitian terdahulu memfokuskan perhatian pada faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam menerima teknologi informasi. Contohnya adalah *Innovation Diffusion Theory* (Brancheau dan Wetherbe 1989; Rogers 1995), *Technology Acceptance Model* atau TAM (Davis 1989; Davis et al. 1989), *Theory of Reasoned Action* atau TRA (Ajzen dan Fishbein 1980; Fishbein dan Ajzen 1975).

Davis (1993) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) mengatakan terdapat faktor *individual beliefs* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan perilaku individu untuk menggunakan teknologi informasi. *Individual beliefs* terbagi menjadi dua, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap suatu teknologi informasi.

Penelitian-penelitian selanjutnya lebih memfokuskan pada *individual beliefs*. Contohnya, Davis et al. (1989) memasukkan variabel lain yaitu *perceived enjoyment*, Compeau et al. (1999) memasukkan variabel *self efficacy* sebagai faktor yang berpengaruh terhadap perilaku individu untuk menggunakan teknologi informasi. Penelitian Ducoffe (1996) dan Novi (2003) mengatakan terdapat persepsi nilai informasi yang harus dipertimbangkan dalam intensi penggunaan teknologi informasi. Dua penelitian tersebut menunjukkan persepsi nilai informasi berpengaruh terhadap persepsi kegunaan dalam intensi penggunaan teknologi informasi.

Pada sisi lain, arah dari penelitian adalah mencoba menguraikan perilaku individu untuk menggunakan teknologi informasi, dengan dasar teori psikologi individual. Teori psikologi individual mengatakan perilaku individu untuk menggunakan teknologi informasi cenderung dipengaruhi oleh pengalaman luar biasa (*holistic experience*) individu terhadap teknologi informasi. Menurut Trevino dan Webster (1992) dalam Agarwal dan Karahanna (2000), *holistic experience* individu sesuai dengan teori *absorption* yang mengatakan kenyamanan (*enjoyment*) subyektif dari tiap individu dalam berinteraksi dengan teknologi secara empiris, merupakan alat prediksi yang signifikan untuk menjelaskan perilaku dan kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi informasi.

Menurut Agarwal dan Karahanna (2000), konsep *absorption* merupakan faktor yang seharusnya mendahului faktor *individual beliefs* terhadap penerimaan teknologi baru. Berdasarkan teori psikologi individu, *absorption* akan berpengaruh terhadap *individual beliefs*. Alasannya adalah *absorption* merupakan motivasi internal yang berasal dari pengalaman luar biasa (*holistic experience*) yang terdapat di setiap individu dan mampu membangkitkan *individual beliefs*. *Absorption* terdiri dari *temporal dissociation*, *focussed immersion*, *control*, *enjoyment* dan *curiosity*.

Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap intensi penggunaan teknologi informasi. Faktor-faktor yang dipergunakan ada 4 macam, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi nilai informasi (*perceived informativeness*) dan persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*). Kedua faktor pertama diadopsi dari *technology acceptance model* (TAM) yang telah banyak dipergunakan dalam penelitian teknologi informasi. Faktor ketiga, yaitu persepsi nilai informasi, diadopsi dari penelitian Ducoffe (1996) dan Novi (2003). Faktor keempat, yaitu persepsi *enjoyment* diadopsi dari penelitian Agarwal dan Karahanna (2000).

B. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Penelitian mengenai reaksi pengguna atas teknologi informasi (TI) telah banyak diteliti sebelumnya. Menurut Novi (2003), penelitian-penelitian tersebut biasanya didasarkan atas *theory of reasoned action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) serta *technology acceptance model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989). Kedua model tersebut disimpulkan dapat memprediksi intensi serta kepuasan penggunaan teknologi. Meskipun demikian, Novi (2003) mengatakan TAM adalah sederhana dan mudah untuk digunakan namun merupakan model yang kuat dalam membedakan penerimaan pengguna atas teknologi.

Selanjutnya, Novi (2003) mengatakan TAM dapat memberikan dasar yang kuat untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh pada penerimaan pengguna atas teknologi, namun model tersebut hanya berfokus pada perbedaan penggunaan, dan tidak pada faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perbedaan tersebut, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua variabel ini ditambahkan oleh Igarria (1997) dalam penelitiannya tentang *personal computing* di perusahaan-perusahaan kecil.

Teknologi internet merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi. Penerimaan pengguna atas teknologi ini juga telah diteliti oleh Agarwal dan Karahanna (2000) yang menggabungkan model perkembangan TAM Igarria (1997) dengan model *absorption*. *Absorption* didefinisikan dengan sebagai situasi dan pengalaman yang menghasilkan suatu keadaan perhatian dan memikat yang begitu dalam, bagi individu yang mengalami situasi atau pengalaman tersebut. Tellegen dan Atkinson (1974) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) mengatakan *absorption* adalah sifat atau watak dari individu. Watak individu tersebut berupa dimensi intrinsik individu yang membuat individu mencurahkan seluruh perhatiannya kepada obyek yang menarik individu tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya mencoba untuk meneliti *absorption*. Csikszentmihalyi (1990) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) mendefinisikan *absorption* sebagai suatu keadaan perasaan yang mengendalikan, kehilangan kesadaran diri sendiri dan perpindahan waktu yang berhubungan simbol-simbol, seperti matematika dan bahasa komputer.

Berdasarkan hasil penelitian dari Csikszentmihalyi (1990), Trevino dan Webster (1992) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) mengatakan *absorption* adalah sebuah elemen yang sangat penting untuk mengerti hubungan manusia dengan teknologi. *Absorption* merupakan perantara dari perilaku yang berhubungan teknologi. Selanjutnya, dimensi dari *absorption* diproksikan menjadi 5 dimensi sehubungan dengan teknologi informasi. Dimensi tersebut adalah:

- 1) *Temporal dissociation*
Temporal dissociation adalah ketidakmampuan seseorang untuk mengetahui perjalanan waktu pada saat melakukan interaksi dengan teknologi informasi.
- 2) *Focussed immersion*
Focussed immersion adalah kedalaman perhatian seseorang pada saat melakukan interaksi dengan teknologi informasi.
- 3) *Control*
Control adalah persepsi menguasai tugas atau situasi pada saat berinteraksi dengan teknologi informasi.
- 4) *Curiosity*.

Curiosity adalah tingkat keingintahuan seseorang yang timbul pada seseorang ketika melakukan interaksi dengan teknologi informasi.

5) *Enjoyment*,

Enjoyment adalah aspek kenyamanan yang tinggi pada seseorang ketika melakukan interaksi dengan teknologi informasi.

Webster *et al.* (1993) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) selanjutnya mengembangkan skala multi item untuk mengukur 4 dimensi dari *absorption*. Mereka berpendapat bahwa *absorption* berhubungan dengan karakteristik khusus dari *software* dan dengan perilaku penggunaan teknologi. Alat statistik yang digunakan adalah analisis korelasi dan data berasal dari mahasiswa MBA. Hasilnya adalah dimensi *absorption* berhubungan dengan penerimaan teknologi. Pada penelitian selanjutnya, Agarwal dan Karahanna (2000) menambahkan variabel *enjoyment* untuk menjelaskan mengapa pengguna yang berperilaku dengan cara tertentu terhadap teknologi informasi. Peneliti menggunakan subyek siswa dalam suatu praktikum statistik. Hasilnya *absorption* berhubungan dengan penerimaan teknologi.

Suatu proses pengambilan keputusan selalu membutuhkan berbagai macam informasi sebagai pertimbangan. Suatu informasi akan berguna dalam proses pengambilan keputusan jika informasi tersebut bernilai bagi pengambil keputusan. Nilai informasi pada internet telah diteliti oleh Ducoffe (1996), yang meneliti tentang persepsi nilai periklanan di *Web*. Salah satu faktor motivasional yang diteliti dalam penelitian tersebut adalah persepsi nilai informasi (*perceived informativeness*), yang kemudian dikembangkan oleh Novi (2003) dalam kaitannya dengan persepsi kegunaan.

Penelitian ini mencoba mengadopsi ketiga penelitian tersebut, yaitu penelitian Igbaria (1997), penelitian Agarwal dan Karahanna (2000), dan Ducoffe (1996) yang dikembangkan Novi (2003). Variabel penelitian diambil dari ketiga penelitian tersebut, yaitu variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi nilai informasi dan persepsi kenyamanan. Variabel-variabel tersebut diadopsi dengan beberapa penyesuaian untuk tujuan penelitian. Model penelitian dapat digambarkan pada gambar 1

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan

Novi (2003) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel kausal yang mempengaruhi persepsi kegunaan. Selanjutnya, Davis (1989) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan merupakan aspek penting dalam interaksi manusia dengan komputer. Persepsi kegunaan sendiri didefinisikan sebagai derajat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Persepsi kegunaan merupakan variabel yang penting dalam model TRA maupun TAM. Anandarajan *et al.* (2002) dalam penelitiannya juga menggunakan hubungan sebab akibat antara kedua variabel ini, dengan variabel moderat berupa faktor budaya di negara berkembang. Ketiga penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan persepsi kegunaan.

Model penelitian sebelumnya menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan persepsi kegunaan. Adams *et al.* (1992) mengatakan seseorang akan lebih tertarik pada teknologi yang tidak perlu banyak usaha (*effort*) untuk menggunakan teknologi tersebut. Dyness dan Hogarth (1987) dalam

Adnyana dan Indriantoro (2000) mengatakan teknologi informasi akan berguna jika individu mudah untuk menggunakan teknologi informasi atau *user-friendly*. Davis *et al.* (1989) mengatakan jika seseorang merasa mudah untuk menggunakan suatu teknologi, dia berharap teknologi tersebut akan bermanfaat bagi dirinya. Penelitian Davis *et al.* (1989) berkaitan dengan penerimaan teknologi *word-processing software*.

Dengan demikian, diharapkan bahwa dalam penelitian ini, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi, maka persepsi kegunaan teknologi informasi semakin tinggi juga. Model ini dapat dinyatakan dalam hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi berhubungan positif dengan persepsi kegunaan teknologi informasi.

2. Persepsi Nilai Informasi

Variabel persepsi nilai informasi merupakan variabel yang dikembangkan oleh Ducoffe (1996). Penelitian Ducoffe (1996) mengatakan variabel persepsi nilai informasi berhubungan secara langsung dengan variabel nilai periklanan, yang salah satu indikatornya adalah persepsi kegunaan. Indikator-indikator yang lain tidak dimasukkan dalam penelitian ini karena tidak sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi nilai informasi berhubungan secara positif dengan persepsi kegunaan.

Penelitian Novi (2003) mendukung pernyataan di atas. Penelitian ini meneliti pengaruh persepsi nilai informasi suatu *web site* investasi terhadap persepsi kegunaan *web site* investasi. Hal ini merupakan pengembangan dari *technology acceptance model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989) dan penelitian Ducoffe (1996). Hasilnya adalah persepsi nilai informasi suatu *web site* investasi berhubungan secara positif terhadap persepsi kegunaan *web site* investasi

Selanjutnya, Novi (2003) mengatakan bahwa semakin pengguna merasa suatu informasi dalam suatu teknologi informasi mempunyai nilai lebih dibandingkan informasi lain, maka pengguna juga akan semakin merasa bahwa teknologi informasi tersebut berguna dalam mengambil keputusannya. Sebaliknya, jika informasi tersebut tidak memberikan nilai lebih bagi pengguna atau bahkan tidak bernilai sama sekali dibandingkan dengan informasi yang diberikan oleh sumber lain, maka pengguna akan merasa bahwa teknologi informasi tidak berguna dalam proses pengambilan keputusan. Hubungan antara kedua variabel tersebut dapat dinyatakan dalam hipotesis berikut :

H2 : Persepsi nilai informasi dalam teknologi informasi akan berhubungan secara positif dengan persepsi kegunaan teknologi informasi.

3. Persepsi Kenyamanan

Menurut Bem (1972) dalam Agarwal dan Karahanna (2000), kaitan antara persepsi kenyamanan dengan persepsi kegunaan dapat dijelaskan dengan teori *self perception*. Teori ini mengatakan bahwa setiap individu akan merasionalisasikan tindakannya. Setiap individu yang mengalami suatu situasi yang nyaman akan berusaha untuk berada dalam keadaan tersebut untuk waktu yang lama. Bahkan individu tersebut akan berusaha untuk mengulanginya. Selanjutnya, persepsi kenyamanan yang

merupakan salah satu dimensi *absorption*, diharapkan akan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Festinger (1976) dalam Agarwal dan Karahanna (2000) mengatakan rasionalisasinya adalah jika individu menghabiskan waktu dan menikmati untuk sesuatu, berarti sesuatu tersebut pasti berguna. Penelitian Agarwal dan Karahanna (2000) mendukung persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Hubungan antara kedua variabel tersebut dapat dinyatakan dalam hipotesis berikut :

H3 : Persepsi kenyamanan dalam teknologi informasi akan berhubungan secara positif dengan persepsi kegunaan teknologi informasi.

4. Intensi Penggunaan Teknologi Informasi

Intensi penggunaan teknologi merupakan bagian dari model asli TRA. Intensi penggunaan teknologi adalah kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi tertentu. Davis *et al.* (1989) menyatakan bahwa intensi penggunaan teknologi dapat diprediksi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Ada beberapa penelitian empiris yang memperkuat signifikansi persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan dalam memprediksi intensi. Berdasarkan penelitian Davis (1989) mengenai *technology acceptance model*, ketertarikan penggunaan teknologi dapat diprediksi dengan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Persepsi kegunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang jika menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Perasaan kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan untuk menggunakan suatu teknologi. Hal ini disebabkan, jika individu merasa suatu teknologi berguna bagi dirinya, maka individu tersebut akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Hal ini didukung penelitian Davis *et al.* (1989) yang mengatakan jika seseorang merasa suatu teknologi *word-processing software* yang baru bermanfaat bagi dirinya, orang akan cenderung untuk menggunakan teknologi *word-processing software* baru tersebut. Hasil ini didukung oleh penelitian Mathieson (1991) dalam Agarwal dan Karahanna (2000), yang meneliti penerimaan terhadap teknologi *spreadsheet software* dan penelitian Adams *et al.* (1992) mengenai *productivity software*.

Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Adnyana dan Indriantoro (2000) mengungkapkan adanya *Theory of Reaction Action*. Teori tersebut mengatakan bahwa seseorang akan menggunakan komputer jika seseorang tersebut melihat adanya manfaat atau hasil positif dari penggunaan komputer tersebut. Prediksi intensi penggunaan teknologi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan juga dilakukan dalam model penelitian Agarwal dan Karahanna (2000). Penelitian tersebut juga berhasil menemukan hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan atau persepsi kemudahan penggunaan dan intensi penggunaan teknologi untuk menggunakan teknologi internet oleh siswa.

Penelitian ini juga akan mengadopsi model hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, serta intensi berperilaku untuk menggunakan teknologi informasi. Konsisten dengan penelitian sebelumnya, persepsi kegunaan teknologi informasi bagi pengguna dalam proses pengambilan keputusan diharapkan mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan intensi untuk menggunakan teknologi informasi dalam proses pengambilan keputusan. Jika pengguna merasa bahwa teknologi informasi berguna dalam proses pengambilan keputusan, maka pengguna tersebut cenderung akan menggunakan teknologi informasi kembali saat akan mengambil keputusan. Pernyataan tersebut diwujudkan dalam hipotesis berikut :

H4 : Persepsi kegunaan teknologi informasi berhubungan secara positif dengan intensi pengguna untuk menggunakan teknologi informasi.

Perceived ease of use atau persepsi mudah menggunakan adalah penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Adams *et al.* (1992) mengatakan seseorang akan lebih tertarik pada teknologi, yang tidak perlu banyak usaha (*effort*) untuk menggunakan teknologi tersebut. Selanjutnya, Davis (1989) mengatakan persepsi mudah menggunakan merupakan aspek penting dalam interaksi manusia dengan komputer. Dyness dan Hogarth (1987) dalam Adnyana dan Indriantoro (2000) mengatakan teknologi informasi akan berguna jika individu mudah untuk menggunakan teknologi informasi atau *user-friendly*. Davis *et al.* (1989) mengatakan jika seseorang merasa mudah untuk menggunakan suatu teknologi, dia berharap teknologi tersebut akan bermanfaat bagi dirinya. Penelitian Davis *et al.* (1989) berkaitan dengan penerimaan teknologi *word-processing software*.

Pengguna yang merasa mudah dalam menggunakan teknologi informasi akan cenderung menggunakan teknologi informasi saat akan mengambil keputusan. Dengan demikian, semakin besar persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna, maka akan semakin tinggi intensi pengguna untuk menggunakan teknologi informasi dalam proses pengambilan keputusan. Hubungan tersebut dapat dinyatakan dalam hipotesis berikut :

H5 : Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna berhubungan secara positif dengan intensi pengguna untuk menggunakan teknologi informasi.

C. METODA PENELITIAN

1. Sampel

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang meminta responden untuk menjawab beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan pertanyaan penelitian. Topik penelitian ini adalah persepsi pengguna teknologi informasi atas kegunaan teknologi informasi dalam proses pengambilan keputusannya. Proksi teknologi informasi adalah teknologi *World Wide Web* atau internet. Menurut Agarwal dan Karahanna (2000), pemilihan ini berdasarkan alasan bahwa internet mewakili teknologi informasi yang terkini.

Responden diambil dari mahasiswa Magister Sains Universitas Gajah Mada untuk mewakili pengguna teknologi informasi. Pengambilan subyek tersebut didasarkan pada asumsi bahwa mahasiswa program MSi telah mempunyai pengetahuan mengenai internet dalam pengambilan keputusannya. Hal ini didukung oleh penelitian Agarwal dan Karahanna (2000) yang mengatakan mahasiswa tertarik dengan internet karena kemauan sendiri atau tidak merupakan tekanan dari orang lain.

2. Pengukuran Variabel

Menurut Novi (2003), persepsi kemudahan penggunaan merupakan derajat kepercayaan pengguna teknologi bahwa menggunakan teknologi internet akan bebas dari usaha. Dengan kata lain, persepsi kemudahan penggunaan teknologi internet merupakan persepsi atau anggapan pengguna bahwa teknologi internet relatif mudah dimengerti dan digunakan. Pengukuran atas variabel ini telah dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989) untuk penggunaan teknologi komputer, dan direplikasi oleh Agarwal dan Karahanna (2000) untuk penggunaan teknologi internet. Karena penelitian ini berfokus pada penggunaan teknologi internet, maka item yang digunakan sebagai pengukur kemudahan penggunaan mengacu pada Agarwal dan Karahanna. Pengukuran menggunakan skala Likert 5 point.

Penelitian ini menggunakan item kuesioner dalam penelitian Ducoffe (1996) untuk variabel persepsi nilai informasi. Variabel tersebut dikembangkan oleh Ducoffe berdasarkan penelitian Hakwins (1994) tentang persepsi kelebihan dan kekurangan informasi dalam internet. Selanjutnya Item - item indikator dalam variabel tersebut diadopsi dan disempurnakan oleh Novi (2003). Item - item indikator dalam variabel tersebut diadopsi dalam penelitian ini dengan melakukan beberapa penyesuaian, yaitu dengan menyesuaikan subyeknya adalah mahasiswa dan pengambilan keputusannya disesuaikan dengan kondisi mahasiswa. Pengukuran variabel ini juga menggunakan skala Likert 5 point.

Sama halnya dengan persepsi kegunaan, penelitian ini akan menggunakan item kuesioner yang sama dari penelitian Igarria (1997), Agarwal dan Karahanna (2000). Namun untuk variabel ini, peneliti memodifikasi pernyataan item-item kuesioner agar sesuai dengan kasus penelitian. Responden juga diminta untuk memberikan tanggapan dalam skala Likert 5 point.

Penelitian ini akan menggunakan item kuesioner yang sama dari penelitian Agarwal dan Karahanna (2000) untuk persepsi kenyamanan. Namun untuk variabel ini, peneliti memodifikasi pernyataan item-item kuesioner agar sesuai dengan kasus penelitian. Responden juga diminta untuk memberikan tanggapan dalam skala Likert 5 point.

Sama dengan variabel sebelumnya, item kuesioner variabel intensi berperilaku untuk penggunaan ini juga diambil dari kuesioner Agarwal dan Karahanna, yang juga digunakan oleh Davis *et al.* (1989). Variabel ini juga menggunakan skala 5 point

3. Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), suatu teknik permodelan statistik yang umum digunakan dalam ilmu keperilakuan. SEM dapat dipandang sebagai kombinasi dari analisis faktor dan regresi atau *path analysis* (Hox dan Bechger, 1999). Analisis SEM tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* statistik AMOS 3.6.

D. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Data Penelitian

Kuesioner disebarikan secara langsung oleh peneliti adalah sejumlah 150. Kuesioner yang dikembalikan adalah sebanyak 137 kuesioner, sehingga tingkat respon penelitian ini adalah sebesar 91 %. Kuesioner yang tidak dapat digunakan sejumlah 6 kuesioner disebabkan pengisian yang tidak lengkap oleh responden. Dengan demikian, terdapat 131 kuesioner yang dapat digunakan sebagai data penelitian.

Jumlah sampel tersebut belum dapat memenuhi syarat minimal pengolahan data dengan menggunakan SEM. Sampel minimal yang harus ada pada model penelitian ini adalah sebanyak 325 sampel, yaitu *estimated parameters* (65) dikalikan dengan 5. Oleh karena itu, model awal SEM tersebut dimodifikasi dengan cara melakukan dekomposit pada indikator variabel-variabel konstruk. Dengan modifikasi ini, maka *estimated parameters* akhir menjadi sebesar 24, yang berarti jumlah minimal sampel penelitian adalah sebesar 120 sampel. Dengan demikian, jumlah sampel penelitian sebesar 131 buah telah memenuhi syarat minimal jumlah sampel untuk model SEM komposit.

2. Pengujian Data dan Model Penelitian

Sebelum seluruh data dikomposit, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas indikator-indikator pengukur konstruk. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor untuk mengetahui apakah indikator-indikator penelitian dalam kuesioner benar-benar mengukur konstruk atau variabel dalam penelitian. Analisis faktor ini dilakukan untuk masing-masing variabel yang ada. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 1. Kriteria penyaringan indikator untuk suatu konstruk adalah sebesar minimal 0.50. Kriteria ini mengikuti kriteria Hair et al.(1998) untuk sampel antara 120–150. Seperti tampak pada tabel 1, indikator – indikator semua variabel laten penelitian ini mempunyai *factor loading* lebih besar dari 0.50. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dapat diterima sebagai pengukur variabel laten penelitian.

Uji kekonsistenan indikator-indikator dalam satu variabel dilakukan dengan uji reliabilitas *Cronbach Alpha*. Nilai *alpha* untuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi nilai informasi, persepsi kenyamanan dan persepsi intensi berperilaku untuk menggunakan, berturut-turut adalah 0,770; 0,8492; 0,8658; 0,7914 dan 0,8037. Nilai tersebut telah melampaui *rule of thumb alpha* sebesar minimal 0.60. Jadi data penelitian ini juga telah lolos uji reliabilitas.

Model tersebut juga diuji lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian model penelitian teoritis dan model aktual yang ada pada populasi. Indikator pengujian ini menggunakan kriteria yang disarankan dalam Hox dan Bechger (1999) yang mencakup pengujian *degrees of freedom* (df), *goodness of fit index* (GFI), *adjusted GFI* (AGFI), *normed-fit index* (NFI), *Tucker-Lewis index* (TLI), dan *root mean square error of approximation* (RMSEA).

Nilai-nilai indikator kesesuaian model penelitian beserta kriteria penerimaan model tersebut dapat dilihat pada tabel 2. Model penelitian tidak berbeda dengan model yang ada dalam populasi, dengan df sebesar 1 (positif). Kesesuaian model dapat dikatakan baik jika nilai GFI, AGFI, NFI, dan TLI lebih besar dari 0,95. Nilai aktual indikator-

indikator tersebut adalah 0,998; 0,982; 0,991; 1,104 yang menunjukkan bahwa model penelitian sesuai dengan kriteria. Hal ini didukung oleh nilai RMSEA yang juga telah memenuhi kriteria, yaitu sebesar 0.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat hasil *regression weights* pada *output* AMOS 3.6. Agar suatu hipotesis penelitian diterima, maka nilai mutlak *critical ratio* (CR) suatu hubungan regresi harus lebih besar dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 0,05 (Hox dan Bechger 1999). Besarnya *regression weights* penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3. Sesuai dengan model penelitian, maka ada 5 hubungan regresi yang tampak pada pengujian regresi tersebut.

Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada hipotesis 1 mempunyai nilai mutlak CR sebesar 0,590, yang berarti lebih kecil dari 1,96. Dengan demikian, tidak ada cukup bukti untuk menerima H1. Dengan kata lain, persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan teknologi informasi (internet) tidak berhubungan dengan persepsi kegunaan pada teknologi informasi (internet).

Hipotesis 2 yang menguji hubungan antara persepsi nilai informasi dan persepsi kegunaan menunjukkan nilai mutlak CR sebesar 3,891 (lebih besar dari 1,96). Dengan demikian, dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna atas nilai informasi pada teknologi informasi (internet) mempunyai hubungan positif dengan persepsi pengguna atas kegunaan teknologi informasi (internet).

Nilai mutlak CR untuk hipotesis ketiga, yaitu untuk hubungan antara persepsi kenyamanan dan persepsi kegunaan, adalah sebesar 4,807. Karena nilai tersebut lebih besar dari 1,96, maka H3 diterima. Dengan kata lain, ada hubungan positif antara persepsi pengguna atas kenyamanan teknologi informasi (internet) dengan persepsi pengguna atas kegunaan teknologi informasi (internet).

Nilai mutlak CR untuk hipotesis keempat, yaitu untuk hubungan antara persepsi kegunaan dan intensi berperilaku, adalah sebesar 2,029. Karena nilai tersebut lebih besar dari 1,96, maka H4 diterima. Dengan kata lain, ada hubungan positif antara persepsi pengguna atas kegunaan teknologi informasi (internet) dengan intensi berperilaku pengguna untuk menggunakan teknologi informasi (internet) di masa yang akan datang.

Hipotesis terakhir (H5) yang menguji hubungan langsung antara persepsi kemudahan penggunaan dan intensi berperilaku menunjukkan nilai CR yang tidak signifikan (1,316). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan teknologi informasi (internet) tidak berhubungan langsung dengan intensi berperilaku pengguna untuk menggunakan teknologi informasi (internet) di masa yang akan datang.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan dan Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor motivasional terhadap intensi berperilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi informasi (internet) di masa yang akan datang oleh pengguna. Faktor-faktor motivasional yang dipergunakan ada 4 macam, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi nilai informasi (*perceived informativeness*) dan persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*).

Ada lima hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian, dan tiga diantaranya signifikan. Dari hasil pengujian model struktural, terlihat bahwa faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan teknologi informasi (internet) di masa yang akan datang adalah faktor persepsi kegunaan, persepsi nilai informasi, dan persepsi kenyamanan dalam teknologi informasi. Hal ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya (Agarwal dan Karahanna 2000; Ducoffee 1996; Novi 2003).

Faktor motivasional yang lain, yaitu persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi (internet), tidak terbukti signifikan dalam mempengaruhi persepsi kegunaan teknologi informasi (internet) dalam proses pengambilan keputusan. Hasil tersebut juga konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya (Agarwal dan Karahanna, 2000; Novi, 2003), meskipun juga tidak konsisten dengan beberapa penelitian yang lain (Igbaria et al. 1997; Anandarajan, 2002). Persepsi kemudahan penggunaan internet oleh pengguna juga tidak berpengaruh langsung terhadap intensi berperilaku pengguna untuk menggunakan teknologi informasi (internet) dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Kesimpulan ini konsisten dengan hasil penelitian Novi (2003) namun tidak konsisten dengan hasil penelitian Agarwal dan Karahanna (2000).

Ketiadaan pengaruh dari faktor kemudahan penggunaan internet tersebut mungkin disebabkan oleh kondisi responden. Responden adalah mahasiswa S2 yang dikondisikan untuk mencari informasi yang berguna bagi penyelesaian tugas-tugas perkuliahan. Salah satu sumber informasi yang memadai adalah internet. Hal ini menyebabkan responden akan tetap berusaha mencari informasi di internet meskipun mengalami kesulitan. Selain itu, sebagian besar responden adalah orang yang telah relatif berpengalaman dengan internet. Hal ini mungkin juga menyebabkan bias responden karena orang yang mempunyai pengalaman yang lama dengan internet cenderung akan mudah dalam menggunakan internet, sehingga akan sulit untuk mendapatkan data yang obyektif tentang variabel ini.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengguna teknologi informasi mempunyai persepsi bahwa teknologi informasi khususnya internet berguna dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan faktor kenyamanan berperan dalam penerimaan teknologi informasi. Hal ini berimplikasi pada pembuatan teknologi informasi yang harus didesain agar pengguna merasa nyaman untuk menggunakannya.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan. Pertama, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, model struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang telah dimodifikasi melalui dekomposit data karena jumlah sampel yang terbatas. Meskipun hasil pengujian reliabilitas, validitas, dan kesesuaian model menunjukkan nilai yang signifikan, namun perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar untuk menguji model struktural awal tanpa dekomposit pada data.

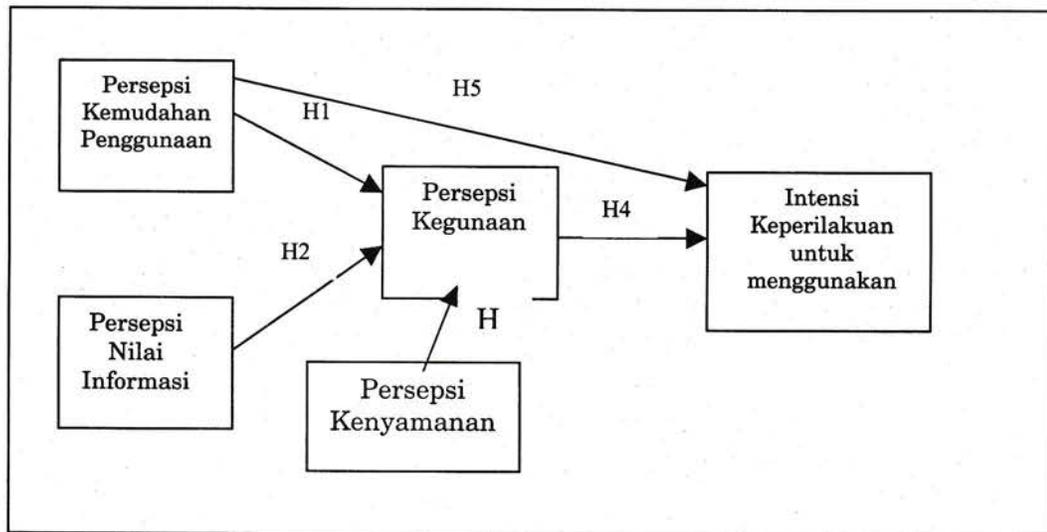
Kedua, responden penelitian ini adalah mahasiswa S2. Kemungkinan, jika respondennya adalah berbeda, hasilnya berbeda. Selain itu, pengguna teknologi informasi adalah tidak hanya mahasiswa, seperti investor (Novi, 2003), karyawan perusahaan (Adams *et al.* 1992). Ketiga, model yang diajukan dalam penelitian ini masih berupa model yang sederhana dalam penelitian tentang penerimaan teknologi oleh pengguna. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya, telah banyak diungkapkan berbagai variabel yang juga turut mempengaruhi intensi keperilakuan user serta tingkat penggunaan teknologi tersebut, seperti misalnya *cognitive absorption* (Agarwal dan Karahanna, 2000). Penelitian ini hanya menguji salah satu dari lima proksi *cognitive absorption*, sehingga perlu penelitian lebih lanjut untuk keempat proksi lainnya. Selain itu, menurut Novi (2003) terdapat faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan. Contohnya adalah faktor budaya (Anandarajan *et al.* 2002), pengalaman (Liaw, 2002), jenis kelamin (Venkatesh dan Morris, 2000). Variabel-variabel tersebut dapat diuji pula dalam penelitian di masa datang.

REFERENSI

- Adam, D.A., R.R. Nelson., dan P.A. Todd, 1992, Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology, A Replication, *MIS Quarterly*, Vol. 16, Juni, 227- 247.
- Agarwal, Ritu dan Elena Karahanna, 2000, Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage. *MIS Quarterly*, Vol.24, No.4, 665-694.
- Anandarajan, Murugan, dan Magrid Igbaria dan Uzoamaka P.Anakwe, 2002, IT Acceptance in A Less-developed Country: A Motivational Factor Perspective, *International Journal of Information Management*, Vol. 22.
- Adnyana, I.S.G., dan N. Indriantoro, 2000, Dampak Pengetahuan Teknologi yang Dikuasai Akuntan dan Persepsi Manfaat Sistem Informasi Berkaitan dengan Kecocokan Tugas Teknologi terhadap Kinerja Akuntan, *KOMPAK* , Vol. 22, Januari, 459 - 488.
- Compeau, D., C.A. Higgins, S.Huff, 1999, Social Cognitive Theory and Individual Reaction to Computing Technology, A Longitudinal Study, *MIS Quarterly* , Vol. 23, June, 145 - 158.
- Davis, F.D, 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, September.
- Davis, F.D., R. Bagozi., and P.R. Warshaw, 1989, User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 35, August, 982-1003.
- Ducoffe, Robert H. 1996. Advertising Value and Advertising on the Web, *Journal of Advertising Research*, September/Oktober, 21-35.
- Hair, Joseph F. Anderson, Rolph E. Anderson, R.L Tatham and W.C. Black, 1998, *Multivariate Data Analysis*, 5th edition, New Jersey, Prentice Hall International Inc.
- Hawkins, Donald T, 1994, Electronic Advertising, On Online Information Systems, *ONLINE*, March.
- Hox, J.J., dan T.M. Bechger, 1999, An Introduction of Structural Equation Modeling, *Family Science Review* , Vol. 11, 354-373.
- Igbaria, Magid. 1997, Personal Computing Acceptance Factors in Small Firms: A Structural Equation Model, *MIS Quarterly*, September.

- Liaw, Shu-Sheng, 2002, An Internet Survey for Perceptions of Computers and the World Wide Web: Relationship, Prediction, and Difference, *Computers in Human Behavior*, Vol. 18, 17-35.
- Novi, Dwi, 2003, *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Web Site Perusahaan Go-Public dalam Proses Pengambilan Keputusan Investasi oleh Investor Potensial*, Simposium Nasional Akuntansi.
- Venkatesh, Viswanath, dan Michael G. Morris, 2000, Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior, *MIS Quarterly*.
- Wilkinson, J.W., M.J. Cerullo, V.Raval, and B.W.O.Wing, 2000, *Accounting Information System: Essential Concepts and Applications*, 4th ed., John Wiley & Sons, Inc.

Lampiran



Gambar I. Model Penelitian

Tabel 1
Uji Validitas dan Reliabilitas Pengukuran

| Kode Items | Factor | Alpha |
|--|--------|---------------|
| <i>Persepsi kemudahan</i> | | 0,7770 |
| EU1 | 0,802 | |
| EU2 | 0,713 | |
| EU3 | 0,745 | |
| EU4 | 0,836 | |
| <i>Persepsi kegunaan</i> | | 0,8492 |
| US1 | 0,808 | |
| US2 | 0,816 | |
| US3 | 0,869 | |
| US4 | 0,828 | |
| US5 | 0,782 | |
| US6 | 0,836 | |
| <i>Persepsi nilai informasi</i> | | 0,8658 |
| IF1 | 0,702 | |
| IF2 | 0,715 | |
| IF3 | 0,740 | |
| IF4 | 0,734 | |
| IF5 | 0,783 | |
| IF6 | 0,721 | |
| IF7 | 0,742 | |
| <i>Persepsi kenyamanan</i> | | 0,7914 |
| BI1 | 0,779 | |
| BI2 | 0,899 | |
| BI3 | 0,843 | |
| <i>Intensi penggunaan</i> | | 0,8037 |
| BI1 | 0,878 | |
| BI2 | 0,916 | |
| BI3 | 0,741 | |

(Sumber : Ouput SPSS)

Tabel 2
Goodness of Fit Model Penelitian

| Indikator | Kriteria | Nilai Aktual |
|--------------------|-------------|--------------|
| Degrees of freedom | Positif | 1 |
| GFI | $\geq 0,95$ | 0,998 |
| AGFI | $\geq 0,95$ | 0,982 |
| NFI | $\geq 0,95$ | 0,991 |
| TLI | $\geq 0,95$ | 1,104 |
| RMSEA | $\leq 0,05$ | 0,000 |

(Sumber: Hox dan Bechger (1999) dan *Output AMOS 3,6*)

Tabel 3
Regression Weights

| | C,R, |
|--------------------------------|-------|
| Kemudahan → Kegunaan | 0,590 |
| Informasi → Kegunaan | 3,891 |
| Kenyamanan → Kegunaan | 4,807 |
| Kegunaan → Intensi Penggunaan | 2,029 |
| Kemudahan → Intensi penggunaan | 1,316 |

(Sumber: *Output AMOS 3,6*)