

Pengaruh *Trust* dan *Perceived Risk* pada *Intention To Use* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Pada Situs *E-Commerce Traveloka*)

Tirta Loanata¹, Kartika Gianina Tileng²

Abstrak- Kemajuan Teknologi Informasi di Indonesia semakin memberikan dukungan dalam berbagai aktivitas dan kegiatan masyarakat, termasuk didalamnya memberikan kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. Salah satu bisnis yang memanfaatkan Teknologi Informasi adalah penjualan tiket pesawat. Traveloka adalah salah satu situs *E-Commerce* layanan pencarian dan booking tiket pesawat *online* di Indonesia. Dalam penelitian ini, digunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan dua *extended* variabel *Trust* dan *Perceived Risk* dengan tujuan mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap adopsi Traveloka di Indonesia melalui Analisis Jalur dengan menggunakan *software* SPSS dan AMOS.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *Trust*, *Perceived Risk*, *E-Commerce*, Traveloka

Abstract— Advancement of Information Technology in Indonesia providing support in various activities and community events, including giving convenience to various aspects of business activities. One of the businesses that utilize Information Technology is selling airline tickets. Traveloka is one of *E-Commerce* sites for airline ticketing search and online booking. In this study, the theory of *Technology Acceptance Model* (TAM) used by adding two extended variable *Trust* and *Perceived Risk* in order to know which factors has significant influence on the adoption of Traveloka in Indonesia via Path Analysis using software SPSS and AMOS.

Keywords: *Technology Acceptance Model* (TAM), *Trust*, *Perceived Risk*, *E-Commerce*, Traveloka

I. PENDAHULUAN

Seiring majunya Teknologi Informasi dan juga berkembang pesatnya internet, banyak kegiatan sehari-hari masyarakat yang semakin terbantu. Termasuk didalamnya memberikan kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. Salah satu bisnis yang memanfaatkan Teknologi Informasi adalah penjualan tiket pesawat.

¹ Mahasiswa Teknik Informatika, Universitas Ciputra, UC Town Citraland, 60219 (Telp: 031-745 1699; Fax: 031-745 1698; E-mail: loanata@student.ciputra.ac.id)

² Dosen Sistem Informasi, Universitas Ciputra, UC Town Citraland, 60219 (Telp: 031-745 1699; Fax: 031-745 1698; E-mail: kargia@ciputra.ac.id)

Perkembangan internet tersebutlah yang membuat pembelian tiket secara *online* semakin diminati.

Menurut survei singkat yang dilakukan pada Januari 2016, dari 58 orang, menyatakan 13.8% sangat setuju, 39.65% setuju, 43.10% netral dan 3.45% tidak setuju. Bisa dilihat lebih dari setengah responden yang pernah menggunakan situs ini, menerima bahwa Traveloka dikatakan sebagai situs pembelian tiket pesawat *online* terbaik di Indonesia. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa yang mempengaruhi adopsi penggunaan Traveloka sebagai situs layanan pencarian dan pembelian tiket pesawat.

II. LANDASAN TEORI

A. *Theory Reasoned Action*

Theory of Reasoned Action (TRA) dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen. TRA mendefinisikan hubungan antara keyakinan (*beliefs*), sikap (*attitudes*), norma (*norms*), niat (*intentions*), dan perilaku individu (*behaviors of individuals*) [1]. TRA menjelaskan bahwa niat dari seseorang untuk melakukan sesuatu berpengaruh terhadap perilaku orang tersebut. Niat seseorang tersebut tergantung pada sikap seseorang tentang perilaku dan norma subjektif.

B. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis [1]. TAM merupakan sistem model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi. TAM adalah pengembangan dari teori yang diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA merupakan teori yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen yang dikembangkan pada tahun 1975.

1) *Trust*

Kepercayaan adalah aspek sentral dalam banyak transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial, yaitu, untuk mengidentifikasi apa, kapan, mengapa, dan bagaimana orang lain berperilaku [2]. Kurangnya kepercayaan dapat mencegah konsumen untuk terlibat dalam transaksi online. Trust merupakan hal yang krusial dalam E-Commerce. Reputasi dari vendor online merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pada toko online. Ukuran dan reputasi dari vendor online adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pada online store [3].

2) *Perceived Risk*

Pengertian *Perceived Risk* (PR) telah berubah sejak transaksi *online* populer. Di masa lalu, *Perceived Risk* (PR) utamanya dianggap sebagai penipuan dan kualitas produk. Sekarang *Perceived Risk* (PR) mengacu pada tipe tertentu dari keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik dan risiko waktu ketika konsumen melakukan transaksi *online*. Menurut Kim, *Perceived Risk* (PR) diartikan sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi *online* [4].

3) *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness (PU) adalah tingkat dimana seseorang percaya menggunakan sebuah sistem tertentu dapat memberikan kegunaan bagi pengguna tersebut dalam melakukan sesuatu [1]. Dengan kata lain dengan menggunakan suatu sistem dapat berguna untuk meningkatkan prestasi kerja dari orang tersebut.

4) *Perceived Ease of Use*

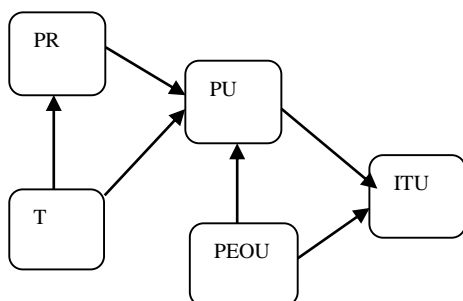
Perceived Ease of Use (PEOU) adalah persepsi dimana seseorang percaya menggunakan sebuah sistem tertentu memberikan kemudahan dalam melakukan sesuatu [1].

5) *Intention to Use*

Suatu kecenderungan intensi dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain [1].

C. TAM untuk Traveloka

Traveloka adalah salah satu perusahaan teknologi yang berkembang pesat di Asia Tenggara. Traveloka merupakan situs layanan pencarian dan *booking* tiket pesawat dan hotel di Indonesia. Traveloka didirikan pada tahun 2012 dan bermarkas pusat di Jakarta, Indonesia. Model yang dikembangkan untuk penelitian ini telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian seperti Gambar di bawah ini.



Gambar 1. Model TAM untuk Traveloka

D. *E-Ticketing*

E-Ticketing merupakan metode untuk mendokumentasikan penjualan, pelacakan penggunaan dan akuntansi untuk transportasi penumpang tanpa memerlukan dokumen-dokument yang berharga. Penumpang dapat melakukan *book*, pembayaran dan mencetak tiket *online* mereka darimana saja [6].

Beberapa kelebihan menggunakan *E-Ticket* adalah *E-Ticket* dapat disimpan dalam email sehingga penumpang dapat mencetak tiket sewaktu-waktu diperlukan selama penumpang dapat mengakses email, serta dapat dicetak dengan menggunakan kode *booking* yang diperoleh setelah melakukan transaksi pembelian, sehingga menjadi lebih efisien dan fleksibel bagi penumpang dalam melakukan perjalanan.

E. *E-Commerce*

E-Commerce dapat didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet [7]. *E-Commerce* umumnya adalah bisnis melalui media elektronik yang fokus pada transaksi bisnis menggunakan jasa, jaringan internet sebagai media pertukaran barang atau baik antara dua institusi atau organisasi yang disebut *business to business* (B2B) Maupun antara institusi dengan konsumen yang disebut *business to customer* (B2C) [8]. Sedangkan menurut Fingar, *E-Commerce* merupakan penyedia fasilitas bagi perusahaan yang sedang berekspansi dalam bisnis internalnya untuk menuju eksternal tanpa perlu menghadapi rintangan waktu dan ruang [9].

Dalam strategi *E-Commerce*, Kotler menyatakan bahwa ada pembagian bisnis internet menurut pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi penjualan yakni, *Business to Business*, *Business to Consumer*, *Consumer to Consumer*, *Consumer to Business* [10].

F. *Traveloka*

Traveloka adalah salah satu perusahaan teknologi yang berkembang pesat di Asia Tenggara. Traveloka merupakan situs layanan pencarian dan *booking* tiket pesawat dan hotel di Indonesia. Traveloka didirikan pada tahun 2012 dan bermarkas pusat di Jakarta, Indonesia. Traveloka telah membentuk kemitraan dengan berbagai penerbangan domestik dan internasional yaitu lebih dari 18.000 rute yang berbeda di seluruh Asia Pasifik. Traveloka telah mendaftarkan ke dalam jaringannya ribuan hotel di seluruh Asia Tenggara, Hong Kong, Korea Selatan, dan Australia.

G. *Variabel*

Dalam penelitian ini ada dua jenis variabel yang akan digunakan yaitu variabel bebas/variabel independen/variabel eksogen, variabel terikat/variabel dependen/variabel endogen, dan variabel intervening/variabel antara. Berikut adalah definisi dari masing-masing variabel tersebut.

1) Variabel Bebas/Independen

Variabel bebas sering disebut dengan variabel eksogen. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable dependen atau yang biasa disebut variable endogen.

2) Variabel Terikat/Dependen

Variabel terikat sering disebut dengan variabel endogen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain / variabel bebas.

III. PERANCANGAN DAN PEMBANGUNAN

A. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diberikan peneliti untuk diuji apakah sesuai dengan hasil yang diberikan atau tidak. Adapun hipotesis untuk penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1.

TABEL 1.
HIPOTESIS PENELITIAN

| Hipotesis | Isi Hipotesis |
|-----------|---|
| H1 | <i>Trust</i> secara signifikan berpengaruh negatif terhadap <i>Perceived Risk</i> . |
| H2 | <i>Perceived Risk</i> secara signifikan berpengaruh negatif terhadap <i>Perceived Usefulness</i> . |
| H3 | <i>Perceived Ease of Use</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Perceived Usefulness</i> . |
| H4 | <i>Perceived Ease of Use</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Perceived Usefulness</i> . |
| H5 | <i>Perceived Usefulness</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Intention to Use</i> . |
| H6 | <i>Perceived Ease of Use</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Intention to Use</i> . |

Seiring dengan meningkatnya kepercayaan, konsumen akan merasakan resiko yang lebih rendah dibandingkan dengan tidak adanya kepercayaan. *Perceived Risk* didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dirasakan dalam situasi pembelian. Dalam hubungan dengan *Perceived Usefulness*, jika *Perceived Risk* tinggi maka akan mengurangi tingkat *Perceived Usefulness* [11]. Menurut Davis, *Perceived Usefulness* (PU) merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah sistem tertentu dapat memberikan kegunaan bagi pengguna tersebut dalam melakukan sesuatu. *Perceived of Ease Use* (PEOU) memiliki hubungan signifikan yang positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU) yang dapat diartikan bahwa semakin sedikit usaha yang dibutuhkan dalam melakukan sesuatu maka akan semakin dirasa berguna [12]. Menurut Davis, *Perceived of Ease Use*

(PEOU) merupakan persepsi dimana seseorang percaya menggunakan sebuah sistem tertentu memberikan kemudahan dalam melakukan sesuatu. Menurut Davis, *Intention to Use* (ITU) merupakan kecenderungan perilaku dari pengguna untuk tetap menggunakan suatu teknologi yang diberikan.

B. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian terhadap adopsi Traveloka ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah pembagian secara *online*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner terhadap responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Jawaban yang diperoleh dari kuisioner tersebut yang akan diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu [13].

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian [14]. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Traveloka di Indonesia.

Sampel merupakan himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive (judgemental) sampling* dimana metode *purposive* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah para pengguna Traveloka di Indonesia. Jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 200 orang.

Uji yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji outlier, uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas. Uji outlier dan uji normalitas tergabung dalam uji asumsi. Uji ini diolah dengan menggunakan software SPSS versi 20. Data responden diperoleh dari 213 pengguna Traveloka di Indonesia.

1) Uji Asumsi

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal atau tidak. Dikatakan berdistribusi secara normal apabila data yang ada berada pada nilai rata-rata atau berada di tengah-tengah. Data yang tidak berdistribusi normal adalah data yang memiliki bentuk kurva miring di salah satu sisi yang biasa disebut *skewness* dan sangat tajam atau sangat tumpul pada bagian tengah kurva atau sering disebut *kurtosis*. Dapat dikatakan normal jika nilai *skewness* tidak lebih dari ± 3 dan nilai *kurtosis* ± 7 [15].

Uji *outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari data lainnya, dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi. Observasi data yang memiliki nilai *z-score* $\geq 3,00$ akan dikategorikan

sebagai *outliers*. Ambang batas 3,00 adalah merujuk pada Hair yang menjelaskan bahwa untuk data dengan jumlah observasi (sampel) lebih besar dari 80 maka batasan nilai *z-score* yang sebaiknya digunakan 3 atau 4 [16].

2) *Uji Validitas*

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan menurut Kuncoro, suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai signifikansinya < 0.05 .

3) *Uji Reliabilitas*

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0.70 .

TABEL 2.
INTERPRETASI ANGKA *CRONBACH ALPHA*

| Cronbach's Alpha | Interpretasi |
|-------------------------|----------------------|
| $\alpha \geq 0.9$ | Sangat Baik |
| $0.8 \leq \alpha < 0.9$ | Baik |
| $0.7 \leq \alpha < 0.8$ | Dapat Diterima |
| $0.6 \leq \alpha < 0.7$ | Dipertanyakan |
| $0.5 \leq \alpha < 0.6$ | Tidak Baik |
| $\alpha < 0.5$ | Tidak Dapat diterima |

C. *Analisis Hubungan*

Korelasi dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel dengan skala-skala tertentu. Korelasi dinyatakan searah jika nilai koefisien korelasi ditemukan positif; sebaliknya jika nilai koefisien korelasi negatif, korelasi disebut tidak searah.

D. *Analisis Jalur (Path Analysis)*

Analisis jalur merupakan perluasan dari model regresi, yang digunakan untuk menguji kecocokan matriks korelasi terhadap dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang sedang dibandingkan oleh peneliti [16]. Model ini biasanya digambarkan dalam bentuk lingkaran-dan-panah di mana anak panah tunggal diindikasikan sebagai penyebab. Regresi dilakukan untuk setiap variabel di dalam model sebagai *dependent* pada model lain yang mengindikasikan penyebab. Bobot regresi diprediksi oleh model yang dibandingkan dengan matriks korelasi yang diobservasi untuk variabel-variabel, dan dilakukan juga penghitungan uji keselarasan statistik

1) *Goodness-of-Fit*

Goodness-of-fit digunakan untuk mengukur kesesuaian input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan [17] *Goodness-of-fit* dari model statistik menggambarkan seberapa cocok model tersebut dengan satu set observasi. Indeks *goodness-of-fit* merangkum perbedaan antara nilai-nilai yang diamati dan nilai-nilai yang diharapkan di bawah model statistik. Data statistik *goodness-of-fit* adalah indeks *goodness-of-fit* dengan distribusi *sampling* diketahui, biasanya diperoleh dengan menggunakan metode *asymptotic*, yang digunakan dalam pengujian hipotesis statistik. Sebagai perkiraan sampel besar bisa berlaku kurang baik dalam sampel kecil, banyak penelitian menggunakan studi simulasi yang telah dikhususkan untuk meneliti dengan kondisi nilai *p* dari *goodness-of-fit* akurat. Aspek-aspek yang harus dipenuhi tercantum dalam Tabel 3.

TABEL 3.
INTERPRETASI MODEL FIT STATISTIK

| Model Fit Statistik | Interpretasi |
|---|--|
| Model Chi-Square (CMIN) | Angka kecil dengan $p > 0.05$ |
| Normed Chi-square (CMIN/DF) | < 3 |
| RMR (Root Mean Square Residual) | Mendekati nol |
| GFI (Goodness of Fit Index) | > 0.90 |
| AGFI (Adjusted GFI) | > 0.90 |
| NFI (Normed Fit Index) | > 0.90 |
| IFI (Incremental Fit Index) | > 0.90 |
| CFI (Comparative Fit Index) | > 0.90 |
| RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) | $< 0,05$ (Sangat baik), $0,05-0,08$ (Masih diterima), $> 0,1$ (Tidak baik), [11] |

IV. PENERAPAN DAN PENGUJIAN

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil oleh peneliti adalah pengguna Traveloka di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive (judgemental) sampling* dimana metode *purposive* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah para pengguna Traveloka di Indonesia. Jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 200 orang.

Survei dilakukan dengan menggunakan *google form*. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dibagi menjadi empat pertanyaan pokok. Adapun Tabel 4 di bawah ini menerangkan mengenai jenis kelamin responden.

TABEL 4.
JENIS KELAMIN RESPONDEN

| Valid | Frekuensi | Persentase |
|--------|-----------|------------|
| Pria | 149 | 57,31 |
| Wanita | 111 | 42,69 |
| Total | 260 | 100 |

Tabel 5 di bawah ini menerangkan mengenai mengenai usia responden.

TABEL 5.
USIA RESPONDEN

| Valid | Frekuensi | Persentase |
|------------------------------|-----------|------------|
| Di bawah 17 tahun | 4 | 1,54 |
| 17 tahun - di bawah 30 tahun | 234 | 90,00 |
| 30 tahun - di bawah 40 tahun | 19 | 7,31 |
| 40 tahun – di bawah 50 tahun | 2 | 0,77 |
| Di atas 50 tahun | 1 | 0,38 |
| Total | 260 | 100 |

Tabel 6 di bawah ini menerangkan mengenai jenis pekerjaan responden.

TABEL 6.
JENIS PEKERJAAN RESPONDEN

| Valid | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| PNS | 2 | 0,77 |
| Wiraswasta | 79 | 30,38 |
| Profesional | 30 | 11,54 |
| Dosen/guru | 2 | 0,77 |
| Pelajar | 123 | 47,31 |
| Lainnya | 24 | 9,23 |
| Total | 260 | 100 |

Tabel 7 di bawah ini menerangkan mengenai penghasilan responden.

TABEL 7.
PENGHASILAN RESPONDEN

| Valid | Frekuensi | Persentase |
|--------------------------|-----------|------------|
| Di bawah 3 juta | 121 | 46,54 |
| 3 juta – di bawah 6 juta | 92 | 35,39 |

| | | |
|---------------------------|-----|------|
| 6 juta – di bawah 9 juta | 24 | 9,23 |
| 9 juta – di bawah 12 juta | 9 | 3,46 |
| Di atas 12 juta | 14 | 5,38 |
| Total | 260 | 100 |

A. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas (*Skewness* dan *Kurtosis*)

Mengenai variabel *Trust* (*T*) tercantum dalam Tabel 8 sesuai dengan standar yang diharapkan, yaitu tingkat signifikansi *skewness* berada pada nilai -3 sampai dengan +3 dan tingkat signifikansi *kurtosis* berada pada nilai -7 sampai dengan +7.

TABEL 8.
SKEWNESS DAN KURTOSIS VARIABEL *TRUST* (*T*)

| | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|----|----------------|----------|----------|
| T1 | 0.641 | -0.658 | 0.458 |
| T2 | 0.751 | -0.623 | 0.746 |
| T3 | 0.684 | -0.914 | 2.418 |
| T4 | 0.737 | -0.892 | 1.578 |

Mengenai variabel *Perceived Risk* (*PR*) tercantum dalam Tabel 9 sesuai dengan standar yang diharapkan, yaitu tingkat signifikansi *skewness* berada pada nilai -3 sampai dengan +3 dan tingkat signifikansi *kurtosis* berada pada nilai -7 sampai dengan +7.

TABEL 9.
SKEWNESS DAN KURTOSIS VARIABEL *PERCEIVED RISK* (*PR*)

| | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|-----|----------------|----------|----------|
| PR1 | 0.933 | 0.398 | -0.296 |
| PR2 | 1.018 | 0.526 | -0.441 |
| PR3 | 0.823 | 1.011 | 1.635 |

Mengenai variabel *Perceived Usefulness* (*PU*) tercantum dalam Tabel 10 sesuai dengan standar yang diharapkan, yaitu tingkat signifikansi *skewness* berada pada nilai -3 sampai dengan +3 dan tingkat signifikansi *kurtosis* berada pada nilai -7 sampai dengan +7.

TABEL 10.
SKEWNESS DAN KURTOSIS VARIABEL *PERCEIVED USEFULNESS* (*PU*)

| | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|-----|----------------|----------|----------|
| PU1 | 0.602 | -0.316 | 0.118 |

| | | | |
|-----|-------|--------|--------|
| PU2 | 0.581 | -0.390 | -0.727 |
| PU3 | 0.548 | -0.088 | -0.880 |
| PU4 | 0.570 | -0.446 | 0.194 |
| PU5 | 0.642 | -0.813 | 2.539 |

Mengenai variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) tercantum dalam Tabel 11 sesuai dengan standar yang diharapkan, yaitu tingkat signifikansi *skewness* berada pada nilai -3 sampai dengan +3 dan tingkat signifikansi *kurtosis* berada pada nilai -7 sampai dengan +7.

Tabel 11.

SKEWNESS DAN KURTOSIS VARIABEL *PERCEIVED EASE OF USE* (PEOU)

| | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|-------|----------------|----------|----------|
| PEOU1 | 0.522 | 0.121 | -1.127 |
| PEOU2 | 0.627 | -0.289 | -0.046 |
| PEOU3 | 0.588 | -0.141 | -0.517 |
| PEOU4 | 0.646 | -0.331 | -0.206 |
| PEOU5 | 0.612 | -0.126 | -0.465 |

Mengenai variabel *Intention to Use* (ITU) tercantum dalam Tabel 12 sesuai dengan standar yang diharapkan, yaitu tingkat signifikansi *skewness* berada pada nilai -3 sampai dengan +3 dan tingkat signifikansi *kurtosis* berada pada nilai -7 sampai dengan +7.

TABEL 12.

SKEWNESS DAN KURTOSIS VARIABEL *INTENTION TO USE* (ITU)

| | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|------|----------------|----------|----------|
| ITU1 | 0.733 | -0.949 | 1.483 |
| ITU2 | 0.799 | -0.936 | 1.371 |
| ITU3 | 0.855 | -0.759 | 0.609 |

2) *Uji Outlier*

Untuk zscore dari masing-masing variabel T, PR, PU, PEOU, dan ITU yang diuji sudah memenuhi standar yang ditentukan.

B. *Uji Validitas*

Uji ini dikembangkan dengan menghitung total skor rata-rata dari uji Pearson. Di bawah ini akan dicantumkan Tabel-Tabel dari hasil uji korelasi.

TABEL 13.
UJI PEARSON VARIABEL *TRUST* (T)

| | T1 | T2 | T3 | T4 |
|----|--------|--------|--------|--------|
| T1 | 1 | .557** | .485** | .639** |
| T2 | .557** | 1 | .581** | .585** |
| T3 | .485** | .581** | 1 | .623** |
| T4 | .639** | .585** | .623** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 13 dapat dilihat bahwa semua sub variabel *Trust* (T) signifikan dan saling berkorelasi satu sama lain.

TABEL 14.

UJI PEARSON VARIABEL *PERCEIVED RISK* (PR)

| | PR1 | PR2 | PR3 |
|-----|--------|--------|--------|
| PR1 | 1 | .599** | .559** |
| PR2 | .599** | 1 | .531** |
| PR3 | .559** | .531** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 14 dapat dilihat bahwa semua sub variabel *Perceived Risk* (PR) signifikan dan saling berkorelasi satu sama lain.

TABEL 15.

UJI PEARSON VARIABEL *PERCEIVED USEFULNESS* (PU)

| | PU1 | PU2 | PU3 | PU4 | PU5 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| PU1 | 1 | .638** | .677** | .580** | .640** |
| PU2 | .638** | 1 | .716** | .715** | .609** |
| PU3 | .677** | .716** | 1 | .711** | .661** |
| PU4 | .580** | .715** | .711** | 1 | .644** |
| PU5 | .640** | .609** | .661** | .644** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa semua sub variabel *Perceived Usefulness* (PU) signifikan dan saling berkorelasi satu sama lain.

TABEL 16.

UJI PEARSON VARIABEL *PERCEIVED EASE OF USE*

| | PEOU1 | PEOU2 | PEOU3 | PEOU4 | PEOU5 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| PEOU 1 | 1 | .549** | .587** | .446** | .383** |
| PEOU 2 | .549** | 1 | .630** | .544** | .667** |
| PEOU 3 | .587** | .630** | 1 | .525** | .518** |
| PEOU 4 | .446** | .544** | .525** | 1 | .691** |
| PEOU 5 | .383** | .667** | .518** | .691** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 16 dapat dilihat bahwa semua sub variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) signifikan dan saling berkorelasi satu sama lain.

TABEL 17.
UJI PEARSON VARIABEL INTENTION TO USE

| | | | |
|------|--------|--------|--------|
| | ITU1 | ITU2 | ITU3 |
| ITU1 | 1 | .554** | .543** |
| ITU2 | .554** | 1 | .566** |
| ITU3 | .543** | .566** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Tabel 17 dapat dilihat bahwa semua sub variabel *Intention to Use* (ITU) signifikan dan saling berkorelasi satu sama lain.

TABEL 18.
UJI PEARSON ANTAR SELURUH VARIABEL

| | | | | | | |
|-------------|---------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| | T | PR | PU | PEOU | ITU | REVE NUE |
| T | 1 | .400** | .558** | .609** | .593** | .118 |
| PR | -.400** | 1 | .234** | .321** | .345** | .138 |
| PU | .558** | .234** | 1 | .636** | .539** | .076 |
| PEOU | .609** | .321** | .636** | 1 | .591** | .211** |
| ITU | .593** | .345** | .539** | .591** | 1 | .121 |
| REVE NUE | .118 | -.138 | .076 | .211** | .121 | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji antar seluruh variabel menunjukkan bahwa seluruh variabel yang dihipotesiskan memiliki korelasi satu sama lain.

C. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Jika nilai di atas 0.7 maka dapat dianggap reliabel atau dapat diterima untuk penelitian. Setelah diuji diperoleh nilai Cronbach Alpha untuk data ini seperti Tabel di bawah ini.

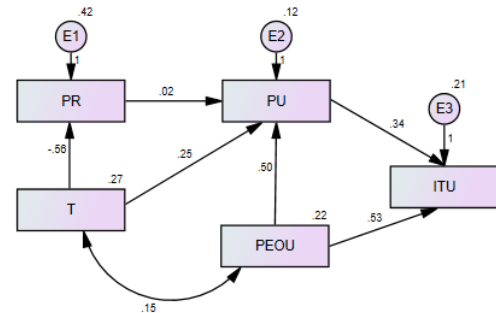
TABEL 19.
UJI RELIABILITAS UNTUK SELURUH VARIABEL

| Variabel | Angka Cronbach Alpha |
|------------------------------|----------------------|
| <i>Trust</i> | 0.845 |
| <i>Perceived Risk</i> | 0.790 |
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0.905 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0.862 |
| <i>Intention to Use</i> | 0.786 |

Hasil yang diperoleh adalah semua variabel memiliki data yang reliabel untuk digunakan dalam penelitian karena nilai yang diperoleh berada di atas 0.7.

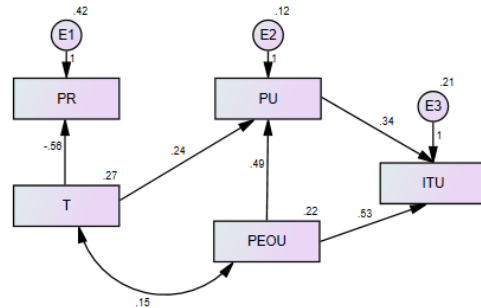
D. Uji Model Fit menggunakan Software SPSS Amos

Pada Gambar 2 di bawah ini merupakan model awal yang dibuat di AMOS.



Gambar 2. Model awal AMOS

Gambar 3 di bawah ini adalah pemodelan yang telah dimodifikasi di AMOS.



Gambar 3. Model Setelah Hubungan PR ke PU Dihapus

Pada Gambar 3 di atas, setelah hubungan PR ke PU dihapus karena nilai P yang diperoleh menunjukkan angka 0,585, oleh karena itu hubungan tersebut tidak signifikan. Maka diperoleh hasil uji model fit seperti pada Tabel di bawah di bawah ini.

TABEL 20.
TABEL NPAR, CMIN, DF, P, CMIN/DF

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/ DF |
|--------------------|------|---------|----|------|-------------|
| Default model | 11 | 26,478 | 4 | ,000 | 6,619 |
| Saturated model | 15 | ,000 | 0 | | |
| Independence model | 5 | 372,346 | 10 | ,000 | 37,235 |

Pada Tabel 20 di atas, nilai CMIN masih besar yakni 31,481 dan nilai P masih berada di bawah 0,05 yakni 0,000. Nilai CMIN/DF menunjukkan nilai 6,619, sehingga

masih belum memenuhi syarat yang diperlukan yakni di bawah 3.

Kemudian nilai RMR, GFI, dan AGFI yang diperoleh seperti yang ditampilkan pada Tabel 17 di bawah ini. Nilai RMR yang diperoleh adalah 0,024, nilai GFI adalah 0,953, dan nilai AGFI sebesar 0,825. Nilai RMR dan GFI dapat dikatakan baik namun, nilai AGFI masih berada di bawah 0,90 sehingga model masih belum dikatakan baik.

TABEL 21.
TABEL RMR, GFI, AGFI, PGFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | ,024 | ,953 | ,825 | ,254 |
| Saturated model | ,000 | 1,000 | | |
| Independence model | ,114 | ,498 | ,248 | ,332 |

Pada Tabel 22 di bawah ini menunjukkan nilai dari NFI, IFI, dan CFI. Nilai NFI, IFI, dan CFI yang diperoleh telah memenuhi syarat yang ditentukan yakni di atas 0,90.

TABEL 22.
TABEL BASELINE COMPARISONS

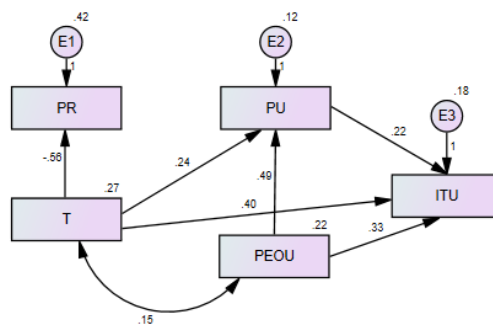
| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | ,929 | ,822 | ,939 | ,845 | ,938 |
| Saturated model | 1,000 | | 1,000 | | 1,000 |
| Independence model | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |

Tabel 23 di bawah ini menunjukkan nilai RMSEA menunjukkan angka 0,168. Nilai RMSEA melebihi 0,1 jadi model tersebut masih belum baik.

TABEL 23.
TABEL RMSEA

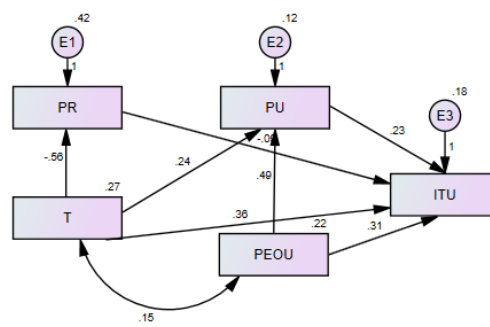
| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | ,168 | ,111 | ,231 | ,001 |
| Independence model | ,427 | ,390 | ,464 | ,000 |

Pada Gambar 4 menunjukkan model yang telah dimodifikasi dengan menambahkan 2 hubungan yakni hubungan dari PR ke ITU dan T ke ITU. Namun hubungan dari PR ke ITU dihilangkan karena nilai P yang diperoleh menunjukkan angka 0,073. Oleh karena itu hubungan tersebut tidak menunjukkan korelasi signifikan.



Gambar 4. Model Setelah Menambahkan Hubungan

Pada Gambar 5 menunjukkan model akhir yang diperoleh setelah hubungan PR ke ITU telah dihilangkan. Hasil pengujian model fit dapat dilihat pada Tabel 20.



Gambar 5. Model Modifikasi Akhir

TABEL 24.
TABEL NPAR, CMIN, DF, P, CMIN/DF

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 12 | 5,767 | 3 | ,124 | 1,922 |
| Saturated model | 15 | ,000 | 0 | | |
| Independence model | 5 | 372,346 | 10 | ,000 | 37,235 |

Pada Tabel 24, nilai CMIN telah menunjukkan nilai kecil yakni 5,767 dan nilai P yang diperoleh berada di atas 0,05 yakni 0,124. Nilai CMIN/DF yang diperoleh juga telah memenuhi syarat di bawah 3 yakni 1,922.

TABEL 25.
TABEL RMR, GFI, AGFI, PGFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | ,013 | ,989 | ,944 | ,198 |
| Saturated model | ,000 | 1,000 | | |
| Independence model | ,114 | ,498 | ,248 | ,332 |

Pada Tabel 25, nilai RMR yang diperoleh 0,013 yang sudah sesuai memenuhi syarat, yaitu angka mendekati 0. Kemudian dilihat pada nilai GFI dan AGFI yang diperoleh yakni sebesar 0,989 dan 0,944. Nilai GFI

yang diperoleh telah memenuhi syarat fit yaitu nilai berada di atas 0,90. Nilai AGFI yang diperoleh juga telah memenuhi syarat fit yaitu nilai berada di atas 0,90.

Dari hasil Tabel 25 di atas, maka dapat dikatakan bahwa model memenuhi syarat. Berikut pada Tabel 26 di bawah ini menunjukkan nilai NFI, IFI, dan CFI.

TABEL 26.
TABEL BASELINE COMPARISONS

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | ,985 | ,948 | ,993 | ,975 | ,992 |
| Saturated model | 1,000 | | 1,000 | | 1,000 |
| Independence model | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |

Nilai NFI, IFI, dan CFI memiliki rentang nilai 0-1. Dimana model dapat dikatakan sempurna jika nilai yang diperoleh sama dengan 1, dan dapat dikatakan baik jika berada di atas 0,90. Pada Tabel 26 di atas nilai NFI, IFI, dan CFI yang diperoleh adalah 0,985, 0,993, dan 0,992. Ketiga nilai tersebut telah memenuhi syarat uji model fit sehingga model dapat dikatakan baik.

TABEL 27.
TABEL RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | ,068 | ,000 | ,152 | ,282 |
| Independence model | ,427 | ,390 | ,464 | ,000 |

RMSEA adalah singkatan dari *Root Mean Square Error of Approximation*, yaitu nilai yang memperhitungkan kesalahan populasi. Nilai RMSEA yang kurang dari 0,05 dapat dikatakan baik dan nilai di atas 0,08 mengindikasikan bahwa model tidak baik. Pada Tabel 27 di atas, nilai RMSEA yang diperoleh adalah sebesar 0,068. Berdasarkan nilai yang diperoleh masih memenuhi syarat, maka dapat dikatakan model bisa diterima.

TABEL 28.
HASIL UJI REGRESSION WEIGHT

| Variables | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----------|------|------|----------|------|--------|------|
| PU | <--- | T | ,255 | ,062 | 4,104 | *** |
| PU | <--- | PEOU | ,482 | ,068 | 7,121 | *** |
| PR | <--- | T | -,555 | ,090 | -6,150 | *** |
| ITU | <--- | PU | ,216 | ,084 | 2,577 | ,010 |
| ITU | <--- | PEOU | ,339 | ,090 | 3,782 | *** |
| ITU | <--- | T | ,357 | ,076 | 4,672 | *** |

Dapat dilihat pada Tabel 28, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel yang pada kolom P memiliki tanda *** berarti variabel memiliki pengaruh signifikan. Pada variabel PU ke ITU, nilai P menunjukkan 0,010 jadi dapat dikatakan hubungan dari PU ke ITU masih signifikan.

E. Perbandingan Hasil Uji dengan Hipotesis

Berdasarkan hasil yang diperoleh, menunjukkan bahwa semua hipotesis terbukti adanya pengaruh yang signifikan kecuali hipotesis ke 2 yaitu *Perceived Risk* secara signifikan berpengaruh negatif pada *Perceived Usefulness*. Hipotesis yang memiliki pengaruh signifikan adalah *Trust* secara signifikan berpengaruh negatif pada *Perceived Risk*, *Trust* secara signifikan berpengaruh negatif pada *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* secara signifikan berpengaruh positif pada *Perceived Usefulness*, *Perceived Usefulness* secara signifikan berpengaruh positif pada *Intention To Use*, dan *Perceived Ease Of Use* secara signifikan berpengaruh positif pada *Intention To Use*.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian penerapan TAM pada penerimaan situs Traveloka.

1. Semua variabel eksogen dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap variabel endogen lainnya kecuali variabel T terhadap PEOU, PU terhadap PR dan PEOU terhadap PR.

2. Terdapat modifikasi pada model, dikarenakan adanya penambahan dua hubungan yakni T terhadap ITU dan PR terhadap ITU. Namun setelah diuji, hubungan PR terhadap ITU tidak signifikan sehingga hubungan yang ditambahkan adalah hubungan T terhadap ITU saja.

3. Variabel eksogen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap ITU adalah variabel T terhadap ITU. Kepercayaan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan Traveloka. Jadi jika semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi, maka niat penggunaannya ikut meningkat.

4. Hubungan PR terhadap PU yang terdapat pada model awal dihilangkan karena hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti diajukan dari hasil penelitian analisis adopsi situs *E-Commerce* Traveloka menggunakan *Technology Acceptance Model* adalah seperti berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan extended variabel lain yang bisa digunakan untuk tujuan penelitian analisis pengaruh dan penerimaan teknologi lainnya.

2. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan memperbesar area lingkup penelitian seperti meneliti

analisis penerimaan teknologi dalam lingkup Asia Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Davis, F. D., *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, 1989
- [2] Gefen, D., Karahana, E., & Straub, D. W., (2003), *Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model*, MIS Quarterly, Vol.27 No.1, pp 51-90.
- [3] Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Vitale, M., (2000), Consumer Trust in an Internet Store. Information Technology and Management, Vol.1, 45-71.
- [4] Kim, D.J., Ferrin, D.L., & Rao, H.R., *A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents*. Decision Support Systems, 2008.
- [5] Ng-Kruelle, G., Swatman, P., & Kruelle, O., *e-Ticketing Strategy and Implementation in an Open Access System: The Case of Deutsche Bahn*,
- [6] Turban. E., King. D., & Viehland. D.L., *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, New Jersey: Pearson Education, 2015.
- [7] Hartman, A., & Sifonis, J., *Net Ready : Strategies for Success in The E-Conomy*, United States : McGraw-Hill, 2000.
- [8] Fingar, P., Kumar, H., & Sharma, T., *Enterprise E-Commerce*, Meghan Kiffer Press, Tampa, Florida, 2000.
- [9] Kotler, P., & Lane, K. K., *Manajemen Pemasaran*, 12th ed., Indonesia: Indeks, 2007.
- [10] Im, I., Yongbeom, K., & Hyo-Joo, H., (2008), *The Effects of Perceived Risk and Technology Type on Users' Acceptance of Technologies*. Information and Management, Vol.45, pp 1-9.
- [11] Venkatesh & Davis, F. D., *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, Management Science, 2000, Vol. 46 No. 2: pp. 186-204.
- [12] Siregar, S., *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- [13] Kuncoro, M., *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, 3rd ed., Jogjakarta, Indonesia: Erlangga, 2009.
- [14] Kline, R.B., *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, 3rd ed., New York : The Guilford Press, 2011.
- [15] Wibowo, T., *Pengaruh Kemitraan dan komunikasi Terhadap Efektivitas Saluran Distribusi Serta Implikasinya Pada Kinerja Pemasaran*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2005.
- [16] Garson, D., *Path Analysis*, Lecturer Notes, Professor of Public Administration, North Carolina State University, Raleigh, North Carolina, 2008.
- [17] Ghozali, Imam, *Konsep & Aplikasi Dengan Program Amos 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.