

# Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna *Marketplace* Shopee Dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model*

Culita<sup>1</sup>

Address: STMIK Mikroskil, Sistem Informasi, Medan, Indonesia<sup>1</sup>

Email: Callme.culita@gmail.com

\* Corresponding author

## Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong berbagai sektor untuk beradaptasi mengikuti langkah perkembangan. Salah satunya adalah tren pembelanjaan masyarakat yang berubah dari metode konvensional *onsite* menjadi belanja *online* di *marketplace*. Untuk lebih memahami dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh bagi kepuasan pengguna agar pengembangan teknologi informasi *marketplace* lebih efektif maka perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Evaluasi dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *marketplace* C2C ini diukur dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM), yang mempelajari, memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan penyusunan dan pendistribusian instrumen penelitian, pengujian Validitas dan Reliabilitas instrumen, pengumpulan data dan dilanjutkan dengan pengujian regresi dan Uji F. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS dan hasil Pengujian Regresi didapatkan 6 persamaan yakni Persamaan Perceived Ease of Use (PEU) dan Perceived Usefulness (PE) =  $8,016 + 0,565 PEU$ , Persamaan Perceived Ease of Use (PEU) dan Attitude toward Using (ATU) =  $2,192 + 0,542 PEU$ , Persamaan antara Perceived Usefulness (PE) dan Attitude toward Using (ATU) =  $4,105 + 0,461 PE$ , Persamaan antara Perceived Ease of Use (PEU) dan Behavioral Intention to Use (BIU) =  $3,123 + 0,511 PEU$ , Persamaan antara Attitude toward Using (ATU) dan faktor Behavioral Intention to Use (BIU) =  $1,447 + 0,913 ATU$ , Persamaan antara Behavioral Intention to Use (BIU) dan faktor Actual System Use (ASU) =  $3,357 + 0,776 BIU$ . Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji F, diperoleh hasil sebagai berikut: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Perceived Usefulness (PE), Terdapat pengaruh yang signifikan antara Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Attitude toward Using (ATU), Terdapat pengaruh yang signifikan antara Perceived Usefulness (PE) terhadap Attitude toward Using (ATU), Terdapat pengaruh yang signifikan antara Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Behavioral Intention to Use (BIU), Terdapat pengaruh yang signifikan antara Attitude toward Using (ATU) terhadap Behavioral Intention to Use (BIU), Terdapat pengaruh yang signifikan antara terhadap Behavioral Intention to Use (BIU) terhadap Actual System Use (ASU).

**Keywords** – *marketplace, Technology Acceptance Model, Regression*

## 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong berbagai sektor untuk mengikuti dan beradaptasi mengikuti langkah teknologi. Selain mempengaruhi perkembangan dan arah bisnis, teknologi juga mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup manusia. Saat ini banyak orang yang memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari aktivitas

mereka, khususnya kaum muda yang akrab dengan teknologi dan internet. Salah satu hal yang ikut berubah dan berkembang akibat penggunaan teknologi informasi, komunikasi dan internet adalah aktivitas belanja / *shopping*. Tren pembelanjaan masyarakat saat ini mulai beralih dari metode konvensional di pasar atau pusat

pembelanjaan menjadi metode berbasis e-commerce yang di *marketplace*.

Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan [1] Salah satu marketplace yang cukup populer belakangan ini adalah Shopee, yang merupakan marketplace dimana siapapun dapat menjadi penjual dan siapapun dapat menjadi pembeli. Untuk Evaluasi dan analisa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan marketplace C2C ini diukur dengan menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM), metode yang paling baik untuk mempelajari, memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Faktor-faktor yang terdapat dalam TAM yang berupa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan dua faktor utama yang memiliki konsekuensi terhadap sikap konsumen [2].

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai apa saja faktor yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan marketplace Shopee sebagai tempat belanja dan bagaimana penilaian pengguna mengenai aplikasi dari Shopee, maka dilakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna *marketplace* Shopee dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model*. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan sebelumnya maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE)?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU)?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU)?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU)?
5. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU)?
6. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU) terhadap Penggunaan Aplikasi Secara Aktual / Actual System Use (ASU)?
7. Bagaimana kesimpulan dan saran yang akan diberikan terhadap hasil evaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi Shopee?

Shopee merupakan salah satu marketplace yang cukup populer dan banyak digunakan di asia tenggara dan taiwan. Marketplace ini diluncurkan pada tahun 2015, dan merupakan platform yang disesuaikan berdasarkan wilayah pengguna. Tujuan dari Shopee adalah memberikan pelanggan merasakan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui pembayaran yang kuat dan dukungan layanan sepenuhnya. Aktivitas belanja online harus dapat diakses, mudah dan menyenangkan, ini adalah visi yang ingin dicapai Shopee di platform. (6)

Tingkat penerimaan sistem informasi oleh pengguna dapat menjadi suatu tolak ukur untuk menilai penerimaan sebuah teknologi informasi oleh pengguna. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi adalah metode Technology Acceptance Model (TAM). [9] TAM adalah salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (behavioral theory) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. TAM menyatakan faktor-faktor tersebut dapat diprediksi dari beberapa variabel-variabel berikut, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), persepsi manfaat sistem (perceived usefulness), sikap terhadap penggunaan sistem informasi (attitude toward using), intensitas perilaku penggunaan sistem informasi (behavioural intention to use), penggunaan sistem informasi secara aktual (actual system use). Tujuan model TAM untuk menjelaskan tentang persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi itu sendiri. [11]

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Marketplace Shopee dengan menggunakan metode TAM. Manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan melalui penelitian ini maka dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna Aplikasi Marketplace Shopee, khususnya untuk daerah kota Medan. Dengan adanya informasi dari hasil analisis data yang dikumpulkan, maka pihak pengembangan Aplikasi Marketplace Shopee dapat menggunakan sebagai referensi dan masukan untuk meningkatkan dan mengembangkan Aplikasi Marketplace Shopee menjadi lebih baik. Untuk mengetahui hasil analisa dan evaluasi data yang dikumpulkan maka pengolahan dan analisa data akan dilakukan menggunakan SPSS.

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sehingga metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

metode survei. Berikut adalah gambaran tahapan penelitian :

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian
2. Identifikasi Masalah, Rumusan dan Batasan Masalah
3. Kajian Pustaka
4. Menyajikan Hipotesis Penelitian
5. Penyusunan dan Pendistribusian Instrumen Penelitian
6. Menguji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian
7. Analisis Data dengan Pengujian Regresi dan Uji F
8. Menyajikan hasil analisis data dengan SPSS
9. Kesimpulan dan Saran

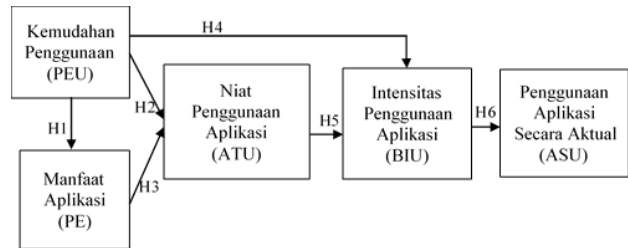
Karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pengguna terhadap aplikasi Shopee sehingga populasi yang diarahkan adalah orang-orang dengan usia produktif yang memiliki potensi untuk belanja online. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berdomisili di Kota Medan dengan usia produktif. Jumlah pengambilan Sampel dalam penelitian ini adalah 32 orang responden dengan menggunakan metode simple random sampling.

Berikut adalah hipotesis yang digunakan dalam penelitian :

- Hipotesis 1 (H1) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE).
- Hipotesis 2 (H2) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU).
- Hipotesis 3 (H3) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU).
- Hipotesis 4 (H4) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU).
- Hipotesis 5 (H5) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU).
- Hipotesis 6 (H6) : Terdapat pengaruh yang signifikan antara terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU) terhadap Penggunaan Aplikasi Secara Aktual / Actual System Use (ASU).

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Google Form yang disebar secara acak kepada para responden. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner berjumlah 24 soal yang terbagi menjadi lima segmen yakni kemudahan penggunaan, manfaat

aplikasi, penilaian terhadap penggunaan aplikasi, intensitas penggunaan aplikasi dan penggunaan sistem secara actual. Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dimulai dengan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, lalu dilakukan pengujian regresi linear untuk mengukur pengaruh dan terakhir adalah uji F.



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

Untuk mengukur kesesuaian dan ketepatan instrumen penelitian maka biasanya akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Uji validitas dilakukan terhadap seluruh pertanyaan dalam instrumen yaitu dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total melalui teknik Pearson Correlation. [15] Untuk mengukur reliabilitas dari suatu analisis dapat digunakan koefisien Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) yang didasarkan pada rata-rata korelasi butir data instrumen pengukuran. Apabila Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) > 0,70 maka akan dikatakan reliabel. [16]

Pengujian Regresi Linear Sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. (13) Rumus yang digunakan yaitu:  $Y = a + bX$

Dimana :

Y = Subjek / nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Nilai Y bila Y = 0 (Nilai konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### 3. Hasil

Dalam setiap kelompok faktor terdapat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yakni dalam faktor Perceived Ease of Use (PEU) terdapat 6 butir pernyataan, dalam faktor Perceived Usefulness (PE) terdapat 6 butir pernyataan, dalam faktor Attitude toward Using (ATU) terdapat 4 butir pernyataan, dalam faktor Behavioral Intention to Use (BIU) terdapat 4 butir

pernyataan, dan dalam Actual System Use (ASU) terdapat 4 butir pernyataan. Responden dari penelitian ini adalah penduduk kota medan dengan rentang usia kurang dari 20 tahun sampai dengan di atas 40 tahun dengan latar belakang yang berbeda-beda

Dari total 32 responden terdapat 40,6% yang terdiri dari laki-laki atau berjumlah 13 orang dan terdapat 59,4% perempuan atau berjumlah 19 orang. Dengan 15,5% yang berumur di bawah 20 tahun atau berjumlah 5 orang dan 31,3% merupakan mereka yang berumur di atas 40 tahun atau berjumlah 10 orang. Sedangkan yang berada pada umur produktif terdapat 21,9% yang berumur sekitar 20-30 tahun atau berjumlah 7 orang dan terdapat 31,3% yang berumur sekitar 30-40 tahun atau berjumlah 10 orang. Sedangkan jika ditinjau dari segi profesi maka terdapat 18,8% yang merupakan tenaga pengajar dan pengusaha atau masing-masing berjumlah 6 orang. Dominan profesi yang paling banyak adalah karyawan swasta dengan persentase 28,1% atau berjumlah 9 orang. Selanjutnya terdapat 5 orang mahasiswa/mahasiswi dengan persentase 15,5% dan sisanya adalah 18,8% responden atau berjumlah 6 orang dengan latar belakang profesi yang berbeda-beda.

Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan uji statistika Cronbach Alpha. Hasil dari uji nilai Cronbach's Alpha > 0.70 maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel. (Ghozali, 2016) Pengujian Reliabilitas ditujukan untuk melihat konsistensi kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian ini. Pengujian Reliabilitas ini akan dilakukan pada enam faktor dalam TAM yakni : PEU, PE, ATU, BIU dan ASU. Berikut rangkuman dari hasil pengujian kelima faktor tersebut:

Table 1 : Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Faktor dalam TAM	Hasil Analisis	Kesimpulan
1	Perceived Ease of Use (PEU)	0,967	Reliabel
2	Perceived Usefulness (PE)	0,958	Reliabel
3	Attitude toward Using (ATU)	0,940	Reliabel
4	Behavioral Intention to Use (BIU)	0,943	Reliabel
5	Actual System Use (ASU)	0,938	Reliabel

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan menggunakan pengujian korelasi Pearson Product Moment dengan dasar pengambilan keputusan yakni: membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Berikut adalah hasil pengujian validitas setiap faktor :

Table 2 : Perbandingan r hitung dan r tabel untuk validitas PEU

No	Faktor PEU	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	PEU 1	0,981	0,361	Valid
2	PEU 2	0,915	0,361	Valid
3	PEU 3	0,949	0,361	Valid
4	PEU 4	0,876	0,361	Valid
5	PEU 5	0,911	0,361	Valid
6	PEU 6	0,939	0,361	Valid

Table 3 : Perbandingan r hitung dengan r tabel untuk validitas PE

No	Faktor PE	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	PE 1	0,869	0,361	Valid
2	PE 2	0,921	0,361	Valid
3	PE 3	0,956	0,361	Valid
4	PE 4	0,940	0,361	Valid
5	PE 5	0,890	0,361	Valid
6	PE 6	0,884	0,361	Valid

Table 4 : Perbandingan r hitung dengan r tabel untuk validitas ATU

No	Faktor ATU	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	ATU 1	0,939	0,361	Valid
2	ATU 2	0,958	0,361	Valid
3	ATU 3	0,897	0,361	Valid
4	ATU 4	0,899	0,361	Valid

Table 5 : Perbandingan r hitung dengan r tabel untuk validitas BIU

No	Faktor BIU	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	BIU 1	0,961	0,361	Valid
2	BIU 2	0,926	0,361	Valid
3	BIU 3	0,882	0,361	Valid
4	BIU 4	0,932	0,361	Valid

Table 1 : Perbandingan r hitung dengan r tabel untuk validitas ASU

No	Faktor ASU	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	ASU 1	0,901	0,361	Valid
2	ASU 2	0,886	0,361	Valid
3	ASU 3	0,927	0,361	Valid
4	ASU 4	0,963	0,361	Valid

Uji regresi linear sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel dependent

terhadap variabel independent. Berikut adalah hasil analisis regresi dan persamaan regresi dari tiap faktor :

Table 7 : Uji Regresi PEU Terhadap PE

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.016	3.172		2.527	.017
	PEU	.565	.150	.567	3.767	.001

a. Dependent Variable: PE

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Perceived Ease of Use (PEU) dan Perceived Usefulness (PE) adalah:  $PE = 8,016 + 0,565 PEU$ .

Table 8 : Uji Regresi PEU Terhadap ATU

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.192	1.093		2.006	.054
	PEU	.542	.052	.886	10.492	.000

a. Dependent Variable: ATU

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Perceived Ease of Use (PEU) dan Attitude toward Using (ATU) adalah:  $ATU = 2,192 + 0,542 PEU$ .

Table 9 : Uji Regresi PE Terhadap ATU

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.105	1.514		2.710	.011
	PE	.461	.074	.752	6.253	.000

a. Dependent Variable: ATU

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Perceived Usefulness (PE) dan Attitude toward Using (ATU) adalah:  $ATU = 4,105 + 0,461 PE$ .

Table 10 : Uji Regresi PEU Terhadap BIU

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.123	1.363		2.291	.029
	PEU	.511	.064	.823	7.932	.000

a. Dependent Variable: BIU

Dari tabel hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Perceived Ease of Use (PEU) dan Behavioral Intention to Use (BIU) adalah:  $BIU = 3,123 + 0,511 PEU$ .

Table 11 : Uji Regresi ATU Terhadap BIU

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.447	1.114		1.298	.204
	ATU	.913	.081	.899	11.220	.000

a. Dependent Variable: BIU

Dari tabel hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Attitude toward Using (ATU) dan faktor Behavioral Intention to Use (BIU) adalah:  $BIU = 1,447 + 0,913 ATU$ .

Table 12 : Uji Regresi BIU Terhadap ASU

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.357	1.729		1.942	.062
	BIU	.776	.123	.754	6.291	.000

a. Dependent Variable: ASU

Dari tabel hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Persamaan regresi antara Behavioral Intention to Use (BIU) dan faktor Actual System Use (ASU) adalah:  $ASU = 3,357 + 0,776 BIU$ .

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel yang satu secara simultan terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini digunakan statistika Anova untuk satu variabel independen dan satu variabel dependen dan jumlah sampel (N) 32 orang.  $DF1 = 1$  dan  $DF2 = n - k - 1 = 30$ . Dengan penggunaan nilai probabilitas 0,05 dengan itu akan mendapatkan nilai dari f tabel yaitu 4,17. Setelah mengetahui nilai dari f tabel selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai statistik Anova hasil analisa SPSS yaitu f hitung.

Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor *Perceived Ease of Use* (PEU) dengan faktor *Perceived Usefulness* (PE)

Table 5.2 : Hasil Uji F antara PEU terhadap PE

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	508.831	1	508.831	14.192	.001 <sup>b</sup>
	Residual	1075.638	30	35.855		
	Total	1584.469	31			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), PEU

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 14,192. Karena nilai F hitung  $14,192 > F$  tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.

Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor *Perceived Ease of Use* (PEU) dengan faktor *Attitude toward Using* (ATU).

Table 5.44 : Hasil Uji F antara PEU terhadap ATU

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	468.353	1	468.353	110.074	.000 <sup>b</sup>
	Residual	127.647	30	4.255		
	Total	596.000	31			

a. Dependent Variable: ATU  
b. Predictors: (Constant), PEU

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 110,074. Karena nilai F hitung 110,074 > F tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.

Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor Perceived Usefulness (PE) dengan faktor Attitude toward Using (ATU).

Table 5.45 : Hasil Uji F antara PE terhadap ATU

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.249	1	337.249	39.101	.000 <sup>b</sup>
	Residual	258.751	30	8.625		
	Total	596.000	31			

a. Dependent Variable: ATU  
b. Predictors: (Constant), PE

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 39,101. Karena nilai F hitung 39,101 > F tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor Perceived Ease of Use (PEU) dengan faktor Behavioral Intention to Use (BIU).

Table 5.46 : Hasil Uji F antara PEU terhadap BIU

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	416.353	1	416.353	62.918	.000 <sup>b</sup>
	Residual	198.522	30	6.617		
	Total	614.875	31			

a. Dependent Variable: BIU  
b. Predictors: (Constant), PEU

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 62,918. Karena nilai F hitung 62,918 > F tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima.

Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor Attitude toward Using (ATU) dengan faktor Behavioral Intention to Use (BIU).

Table 5.47 : Hasil Uji F antara ATU terhadap BIU

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496.537	1	496.537	125.878	.000 <sup>b</sup>
	Residual	118.338	30	3.945		
	Total	614.875	31			

a. Dependent Variable: BIU  
b. Predictors: (Constant), ATU

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 125,878. Karena nilai F hitung 125,878 > F tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima.

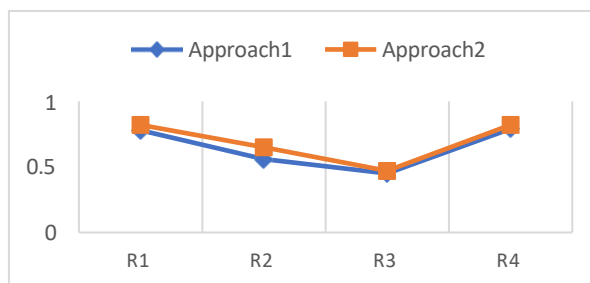
Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS yang dilakukan untuk melihat hubungan dan pengaruh antara faktor Behavioral Intention to Use (BIU) dengan faktor Actual System Use (ASU).

Table 5.48 : Hasil Uji F antara BIU terhadap ASU

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370.235	1	370.235	39.578	.000 <sup>b</sup>
	Residual	280.640	30	9.355		
	Total	650.875	31			

a. Dependent Variable: ASU  
b. Predictors: (Constant), BIU

Berdasarkan nilai F hitung pada hasil pengujian output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 39,578. Karena nilai F hitung 39,578 > F tabel 4.17; maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 diterima.



Gambar 1. Confidence related data medicine

#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dari hasil penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna marketplace Shopee dengan menggunakan metode Technology Acceptance Model adalah:

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE).
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use

(PEU) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU).

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara Manfaat Aplikasi / Perceived Usefulness (PE) terhadap Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU).
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan Penggunaan / Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU).
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara Niat Penggunaan Aplikasi / Attitude toward Using (ATU) terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU).
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi / Behavioral Intention to Use (BIU) terhadap Penggunaan Aplikasi Secara Aktual / Actual System Use (ASU)..

### Acknowledgement

Harap beri tahu siapa saja yang berkontribusi terhadap artikel termasuk siapa saja yang menyediakan layanan atau bahan penulisan profesional.

Penulis harus mendapatkan izin untuk mengakui dari semua yang disebutkan di bagian Ucapan Terima Kasih. Jika tidak memiliki siapapun ucapan terima kasih, diperkenankan untuk tidak memasukkan bagian ini

### References

#### (Periodical style)

- [1] R. Yustiani and R. Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era," *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, vol. VI, no. 2, pp. 43-48, 2017.
- [2] F. Ardiyanto and H. Kusumadewi, "Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia," *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, vol. 3, no. 2, pp. 177-192, 2019.
- [3] A. Kawa and M. Wałęsiak, "Marketplace As A Key Actor in E-Commerce Value Networks," *Scientific Journal of Logistics*, vol. 15, no. 4, pp. 521-529, 2019.
- [4] Sfenrianto, T. Wijaya and G. Wang, "Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors in the," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 13, no. 2, pp. 43-57, May 2018.
- [5] M. Grieger, "Electronic marketplaces: A literature review and a call for supply chain management research," *European Journal of Operational Research*, vol. 144, pp. 280-294, 2003.
- [6] [Online]. Available:

<https://careers.shopee.co.id/about/>. [Accessed April 2020].

- [7] C. Lee and S. J. P, "An Empirical Study on User Satisfaction with Mobile Business Applications Use and Hedonism," *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, vol. 8, no. 3, pp. 57-74, 2006.
- [8] S. Rungsrisawat, T. Sriyakul and K. Jernsittiparsert, "The Era of e-Commerce & Online Marketing: Risks Associated with," *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, vol. 8, no. 8, pp. 201-221, 2019.
- [9] F. S. Rahayu, D. Budiyanto and D. Palyama, "Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta)," *Jurnal Terapan Teknologi Informasi (JUTEI)*, vol. 1, no. 2, pp. 85-95, Oktober 2017.
- [10] F. Sayekti and P. Putarta, "Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah," *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, vol. 9, no. 3, pp. 196-209, Desember 2016.
- [11] E. P. Kusumah, "Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package for the," *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, vol. 2, no. 1, pp. 1-11, 2018.
- [12] E. Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan," *Jurnal Iqra*, vol. 9, no. 1, pp. 1-13, 2015.
- [13] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1 ed., Yogyakarta: Alfabeta, 2017.
- [14] W. L. Neuman, *Metode Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, 7 ed., PT Indeks, 2019.
- [15] Fatmasari and M. Ariandi, "Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penerimaan KRS Online (Studi Kasus : Mahasiswa Ilmu Komputer Universitas Bina Darma Palembang)," *Jurnal Ilmiah Matrik*, vol. 16, no. 2, pp. 1-20, Agustus 2014.
- [16] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

**Culita** Lahir di T. Balai, 9 September 1984. Pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Sistem Informasi di STMIK Mikroskil dan Strata 2 (S2) Magister Teknik Informatika di Universitas Bina Nusantara. Hita adalah seorang dosen dan peneliti di STMIK Mikroskil pada bidang sistem informasi.

