

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

Terbentuknya perilaku individu di tinjauan dari perspektif teori *Theory of Planned Behavior*. Teori ini dapat memahami dan mempelajari perilaku manusia, lebih jauh lagi teori ini untuk mengembang dan mempengaruhi perilaku yang kita kehendaki sehingga, penelitian ini akan menjelaskan *grand theory*, *middle theory* dan *applied theory* yang digunakan. Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai paling yang tidak dirasakan (Okviana, 2015).

Perilaku merupakan seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas dari manusia baik yang diamati maupun tidak dapat diamati oleh interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.

Perilaku secara lebih rasional dapat diartikan sebagai respon organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subyek tersebut. Respon ini terbentuk dua macam yakni bentuk pasif dan bentuk aktif dimana bentuk pasif adalah respon internal yaitu yang terjadi dalam diri manusia dan tidak secara langsung dapat dilihat dari orang lain sedangkan bentuk aktif yaitu apabila perilaku itu dapat diobservasi secara langsung Adventus, dkk (2019).

Menurut Notoatmodjo (2017) perilaku dari segi biologis adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan. Perilaku manusia dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang sangat kompleks sifatnya, antara lain perilaku dalam berbicara, berpakaian, berjalan, persepsi, emosi, pikiran dan motivasi. Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Notoatmojo, 2010),

Notoatmodjo (2011) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Pengertian ini dikenal dengan teori „S-O“R” atau “*Stimulus-Organisme-Respon*”. Wawan (2011) perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Skinner (1938) merumuskan bahwa perilaku

merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar), pengertian ini dikenal dengan teori „S-O“R” atau “*Stimulus-Organisme-Respon*”. Respon dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Respon respondent (*reflexive*)

Respon yang dihasilkan oleh rangsangan-rangsangan tertentu, biasanya respon yang dihasilkan bersifat relatif tetap disebut juga *eliciting stimuli*. Perilaku emosional yang menetap misalnya orang akan tertawa apabila mendengar kabar gembira atau lucu, sedih jika mendengar musibah, kehilangan dan gagal serta minum jika terasa haus.

2. Operan Respon (*instrumental response*)

Respon operan atau instrumental respon yang timbul dan berkembang diikuti oleh stimulus atau rangsangan lain berupa penguatan. Perangsang perilakunya disebut reinforcing stimulus yang berfungsi memperkuat respon. Misalnya, petugas kesehatan melakukan tugasnya dengan baik dikarenakan gaji yang diterima cukup, kerjanya yang baik menjadi stimulus untuk memperoleh promosi jabatan.

Menurut teori Lawrance Green et.al (1997), perilaku manusia dipengaruhi oleh dua faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*behavior causes*) dan faktor diluar perilaku (*non behaviour causes*). Selanjutnya perilaku itu sendiri ditentukan atau terbentuk dari 3 faktor yaitu:

1. Faktor predisposisi (*predisposing factors*), yang mencakup pengetahuan, sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan sebagainya.
 - a. Pengetahuan apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses yang didasari oleh pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng (*long lasting*) daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang, dalam hal ini pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai tingkatan (Notoatmodjo, 2007).
 - b. Sikap Menurut Zimbardo dan Ebbesen, sikap adalah suatu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen cognitive, affective dan behavior (dalam Lingasari (2008), tiga komponen sikap, sehubungan dengan faktor-faktor lingkungan kerja, sebagai berikut:
 - i. Afeksi (*affection*) yang merupakan komponen emosional atau perasaan.

- ii. Kognisi adalah keyakinan evaluatif seseorang. keyakinan evaluatif, dimanifestasi dalam bentuk impresi atau kesan baik atau buruk yang dimiliki seseorang terhadap objek atau orang tertentu.
- iii. Perilaku, yaitu sebuah sikap berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap seseorang atau hal tertentu dengan cara tertentu (Winardi, 2004).

Seperti halnya pengetahuan, sikap terdiri dari berbagai tingkatan, yaitu: menerima (*receiving*), menerima diartikan bahwa subjek mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan. Merespon (*responding*) akan memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap. Menghargai (*valuing*), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga. Bertanggungjawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala risiko merupakan sikap yang memiliki tingkatan paling tinggi menurut Notoatmodjo (2011).

2. Faktor pemungkin (*enabling factor*), yang mencakup lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas-fasilitas atau sarana-sarana keselamatan kerja, misalnya ketersedianya alat pendukung, pelatihan dan sebagainya.
3. Faktor penguat (*reinforcement factor*), faktor-faktor ini meliputi undang-undang, peraturan-peraturan, pengawasan dan sebagainya menurut Notoatmodjo (2007).

2.1.1. Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah grand teory dalam penelitian ini. Perkembangan teknologi, sistem informasi manajemen sangat dibutuhkan untuk membantu kegiatan usaha agar tetap berjalan dengan baik. Setiap bidang membutuhkan sistem yang dapat mengontrol dan mengurus informasi dengan baik dan rapi. Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan suatu sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal di suatu proses bisnis yang terdiri dari pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi, dan prosedur sehingga bagi manajemen untuk memecahkan masalah bisnis laporan keuangan, atau suatu strategi bisnis, sebagai sistem informasi.

Jogiyanto (2003) menjelaskan bahwa istilah baru yang berkembang dan telah banyak digunakan untuk menggantikan sistem teknologi informasi manajemen adalah teknologi informasi (*information technology*). Istilah sistem informasi yang menghasilkan informasi yang berguna. Sistem informasi ini menggunakan teknologi

informasi, sehingga disebut juga sistem teknologi informasi, yaitu system yang menggunakan teknologi informasi.

Sistem teknologi informasi itu sendiri terdiri dari 3 elemen yaitu elemen sistem, elemen teknologi dan elemen informasi. Elemen sistem didefinisikan oleh Wilkinson (2000) sebagai suatu kelompok yang berinteraksi dalam suatu fungsi bersama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sistem tersebut mengkoordinasikan sumber-sumber yang diperlukan untuk mengubah masukan menjadi keluaran. Cushing dan Rommey (1994) mendefinisikan sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu.

Pembuatan sebuah sistem informasi adalah untuk membantu aktivitas bisnis dan pekerjaan manusia sehingga dapat diimplementasikan secara lebih tersistem dan terstruktur serta berkorelasi dengan transformasi digital dalam berbagai bidang, sedangkan tujuan utama dari sistem ini adalah untuk mengumpulkan dan mengatur semua data dari berbagai tingkat kegiatan bisnis, meringkas, kemudian memfasilitasi dan meningkatkan kualitas dari pengambilan keputusan untuk meningkatkan produktivitas dan sisa hasil usaha koperasi. Pengambilan keputusan, menurut Jogiyanto (2003) informasi harus memiliki kualitas tertentu yang mencakup beberapa hal, yaitu tiga pilar sebagai berikut:

a. Relevan

Informasi yang dihasilkan harus mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang yang satu berbeda dengan orang yang lainnya.

b. Tepat waktu

Informasi yang akan disampaikan kepada penerima tidak boleh terlambat, karena informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi, sebab informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan. Hingga apabila pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi. Dewasa ini mahalnya nilai informasi disebabkan harus cepatnya informasi tersebut didapat.

c. Akurat

Akurat berarti informasi yang disajikan harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga bisa berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan (noise) yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut.

2.1.1.1. Definisi Sistem Informasi Manajemen

Definisi Sistem Informasi Manajemen menurut Davis (2010:3) sistem informasi manajemen adalah sebuah sistem manusia atau mesin yang terpadu (integrated) untuk menyajikan informasi dalam mendukung, fungsi operasidan pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi.

Menurut Bodnar dan Hopwood pengertian sistem informasi manajemen atau SIM merupakan kumpulan hardware serta software yang dirancang secara eksklusif untuk bisa melakukan integrasi data menjadi satu informasi digital yang valid dan berguna. Raymond McLeod Jr (1995) pengertian sistem informasi manajemen adalah suatu sistem berbasis komputer yang menyediakan informasi bagi beberapa pemakai yang memiliki kebutuhan yang serupa. Informasi menjelaskan perusahaan atau salah satu sistem utamanya mengenai apa yang telah terjadi di masa lalu, apa yang sedang terjadi dan apa yang mungkin terjadi di masa depan.

Raymond Coleman (diterjemahkan oleh Moekijat 1991:40) pengertian sistem informasi manajemen yang efektif adalah seandainya sistem tersebut dapat memberikan data yang cermat, tepat waktu, dan yang penting artinya bagi perencanaan, analisis, dan pengendalian manajemen untuk mengoptimalkan pertumbuhan organisasi. George M. Scott (diterjemahkan oleh Budiman 2001:100) pengertian sistem informasi manajemen adalah sekumpulan sub-sistem informasi yang menyeluruh, terkoordinasi dan secara rasional terpadu yang dapat mentransformasi data sehingga menjadi informasi lewat serangkaian cara guna meningkatkan produktivitas yang sesuai dengan sifat dan gaya manajer atas dasar kriteria mutu yang telah disepakati.

Danu Wira Pangestu (2007) pengertian sistem informasi manajemen adalah kumpulan dari interaksi sistem-sistem informasi yang berwenang dalam mengumpulkan dan mengolah data guna menyediakan informasi yang bermanfaat bagi semua tingkatan manajemen di dalam kegiatan perencanaan dan pengendalian. Menurut Jogiyanto Hartono (2000:700) pengertian sistem informasi manajemen adalah kumpulan dari interaksi sistem-sistem informasi yang bertanggung jawab mengolah dan mengumpulkan data untuk menyediakan informasi yang berguna untuk semua tingkat manajemen didalam kegiatan perencanaan dan pengendalian.

Dari beberapa pengertian diatas, sistem informasi manajemen diatas dapat disimpulkan secara sederhana yaitu, Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah sebuah proses pengolahan data, analisis, dan bisa menyuguhkan data tersebut dalam memberikan informasi dan dapat menyajikan untuk pengambilan keputusan.

2.1.1.2. Tujuan Sistem Informasi Manajemen

Beberapa tujuan dalam menggunakan sistem informasi manajemen

1. Membantu manajemen dalam pengolahan data mentah sehingga menjadikan suatu informasi yang sangat berguna bagi manajemen
2. Membantu manajemen dalam menyajikan yang diperlukan untuk manajemen atau untuk pihak eksternal dengan cepat dan informatif
3. Mempermudah manajemen dalam melakukan perencanaan bisnis
4. Mempermudah manajemen dalam koordinasi di semua bagian
5. Meningkatkan efisiensi serta aktifitas data yang akan dibutuhkan

2.1.1.3. Manfaat Sistem Informasi Sistem

Manajemen dapat menjadi sumber informasi termasuk informasi penting dalam proses pengambilan keputusan. Untuk mengolah dan memanfaatkan data-data dengan maksimal, Anda dapat menggunakan *management information system (MIS)* yang ada, adapun manfaat dalam menggunakan sistem informasi adalah

- a. Meningkatkan akurasi data
- b. Membantu dalam koordinasi dalam perencanaan dan pengawasan
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
- d. Penghematan dalam biaya organisasi dan bisa meningkatkan produktivitas manajemen

2.1.2. TPB (*Theory of Planned Behavior*)

Middle Theory ini digunakan sebagai pengembangan hipotesis yang patut diuji, bukan sebagai perangkat pengatur studi. Biasanya akan menghasilkan sebuah model penelitian. Middle-range theory disepakati sebagai suatu bidang yang relatif luas dibandingkan dengan suatu fenomena, tapi tidak membahas keseluruhan fenomena itu, serta sangat memperhatikan kedisiplinan dalam membangunnya. Teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980 (Azwar, 2011:11).

Ajzen dan Fishbein mengembangkan TPB dengan menambah konstruk yang belum ada di TRA yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Tujuan dari model TPB adalah untuk memprediksi dan memahami dampak dari niat berperilaku, mengidentifikasi strategi untuk merubah suatu perilaku serta menjelaskan perilaku nyata manusia. Teori perilaku terencana mengasumsikan bahwa manusia yang bersifat rasional akan menggunakan informasi yang ada secara sistematis kemudian memahami dampak perilakunya sebelum memutuskan untuk mewujudkan perilaku tersebut.

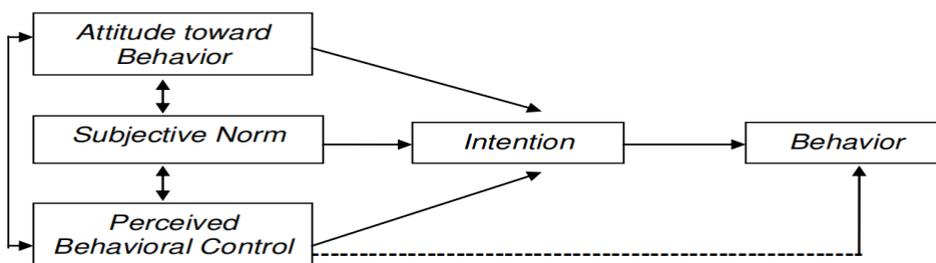
Secara garis besar, TPB mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku yang semuanya di bawah kontrol penuh individu. Pada Teori Perilaku terencana,

perilaku yang ditampilkan individu timbul karena adanya intensi untuk berperilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha untuk menampilkan suatu perilaku jadi, semakin keras niat seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku maka semakin besar pula kecenderungan orang untuk melakukan perilaku tersebut. Intensi individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh.

Teori perilaku terencana ada beberapa tujuan dan manfaat diantaranya untuk meramalkan dan memahami pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individunya sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan suatu strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada setiap aspek penting beberapa perilaku manusia.

Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis (Achmat, 2010). Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu. Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku.

Berdasarkan teori tersebut, hal utama dari teori adalah intensi untuk berperilaku. Teori perilaku terencana ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional dan mereka menggunakan informasi yang mungkin baginya secara sistematis. Teori perilaku terencana ini menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward the Behavior*), tekanan dari pihak luar (*Subjective Norm*) dan persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*).



Gambar 2.1. Model *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) sangat sesuai untuk digunakan dalam menjelaskan berbagai perilaku didalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen (1991) bahwa TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apa pun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan.

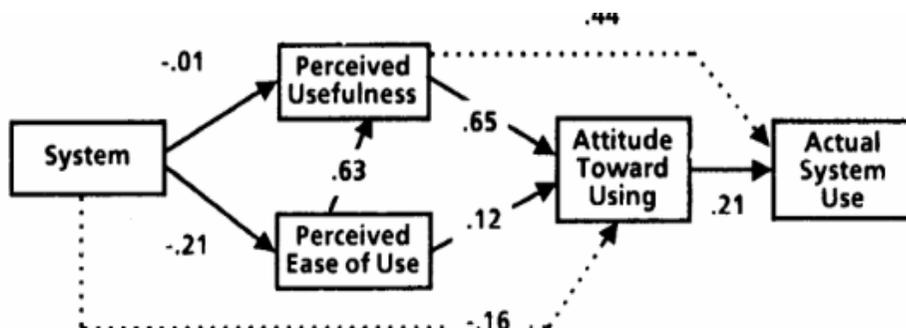
2.1.3. Technology Acceptance Model (TAM)

Applied Theory dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* yang diajukan oleh Davis (1986), Subjective Norm (Venkatesh & Davis, 2000), Experience (Venkatesh & Davis, 2000), Expectancy (Vroom, 2000), Perceived Usefulness (Davis, 1989), Perceived Ease of Use (Davis, 1989), Intention to Use (Davis, 1989), Transfer Training (Burke-Smalley & Hutchins, 2007) dan Implementation (Davis, 1989)

Konsep dalam model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* – TAM) adalah bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat baginya. Dalam TAM, penerimaan pemakai teknologi ditentukan oleh dua faktor kunci yaitu *perceived usefulness* dan *perceived easy of use*. *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali dikemukakan oleh Davis (1986) dalam tesisnya yang dikembangkan dari *Theaory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen& Fishbein (1980) untuk melihat bagaimana tingkat adopsi responden dalam menerima teknologi informasi.

Model TRA menjadi dasar dari TAM dikarenakan keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. TAM menambah dua konstruk utama ke dalam model TRA, yakni persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).

Davis (1986) membuktikan bahwa kedua konstruk tersebut membangun perilaku niat (*behavior intention*), maknanya bahwa niat seseorang dalam menggunakan sistem/teknologi akan terbentuk apabila, ia merasa bahwa sistem/teknologi memberikan manfaat dan mudah digunakan, secara vertikal, *perceived usefulness* dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, namun tidak sebaliknya. Model dari TAM dapat dilihat pada gambar berikut:

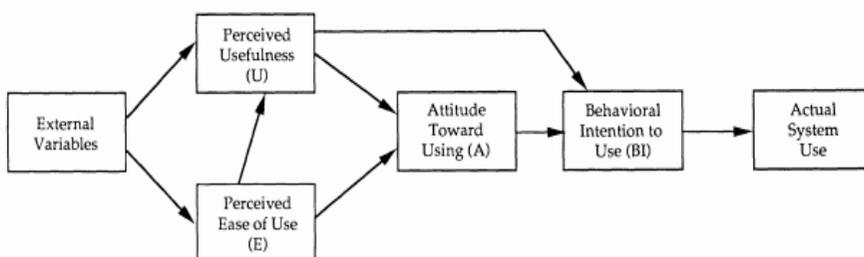


Gambar 2.2 *Technology Acceptance Model – TAM*

Sumber: Davis (1986)

Model ini kemudian dikembangkan kembali, baik oleh Davis (1989) maupun oleh beberapa peneliti lain seperti Adam *et.al.* (1992), Igbaria *et.al.* (1995), Szajna (1996), dan Venkatesh & Davis (2000). Pada tahun 1989 Davis menerbitkan dua artikel, di mana pada satu artikel ia memperbaiki model dari TAM yang diajukan saat tesis (Gambar 2.2) dan pada artikel lainnya ia berfokus pada pengukuran *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Pada pengembangan TAM, Davis *et.al.* (1989) menduga bahwa banyak faktor yang dapat membentuk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, oleh karenanya dalam TAM yang diperbaikinya ditambahkan konstruk eksogen yang dilabeli dengan “*External Variables*” tanpa memastikan konstruk apa saja yang termasuk di dalamnya.

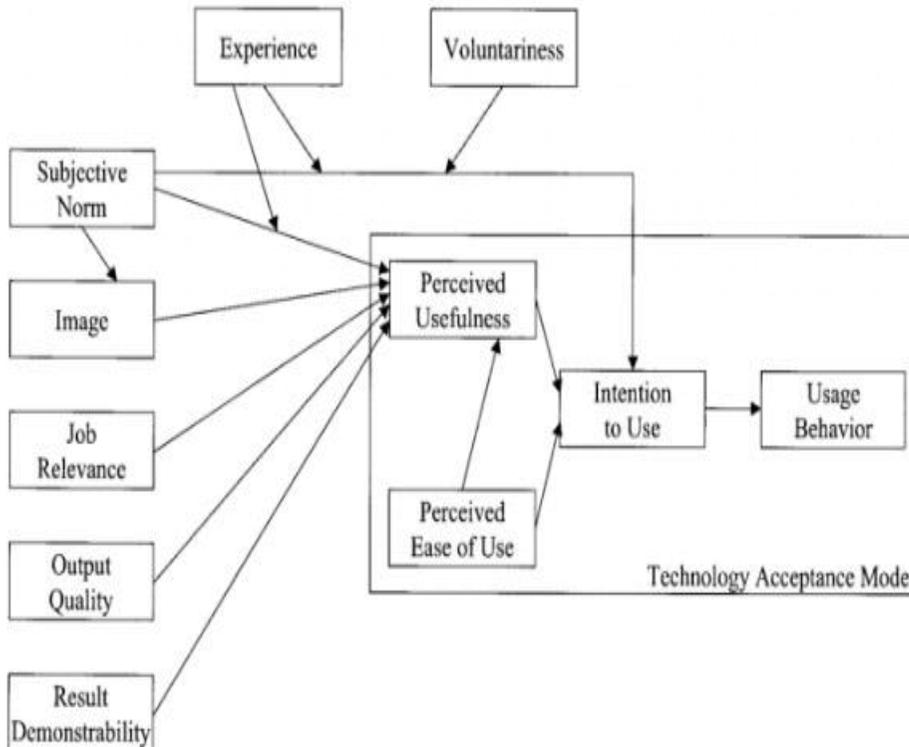


Gambar 2.3 *Technology Acceptance Model – TAM*

Sumber: Davis *et.al.* (1989)

Kemudian pada tahun 2000, Davis bersama dengan Venkatesh mengembangkan TAM lebih lanjut dengan menambahkan beberapa faktor eksogen yang membentuk konstruk *perceived usefulness* dan menghasilkan *Extended Technology Acceptance Model* atau lebih dikenal sebagai TAM2. Dugaan pertama

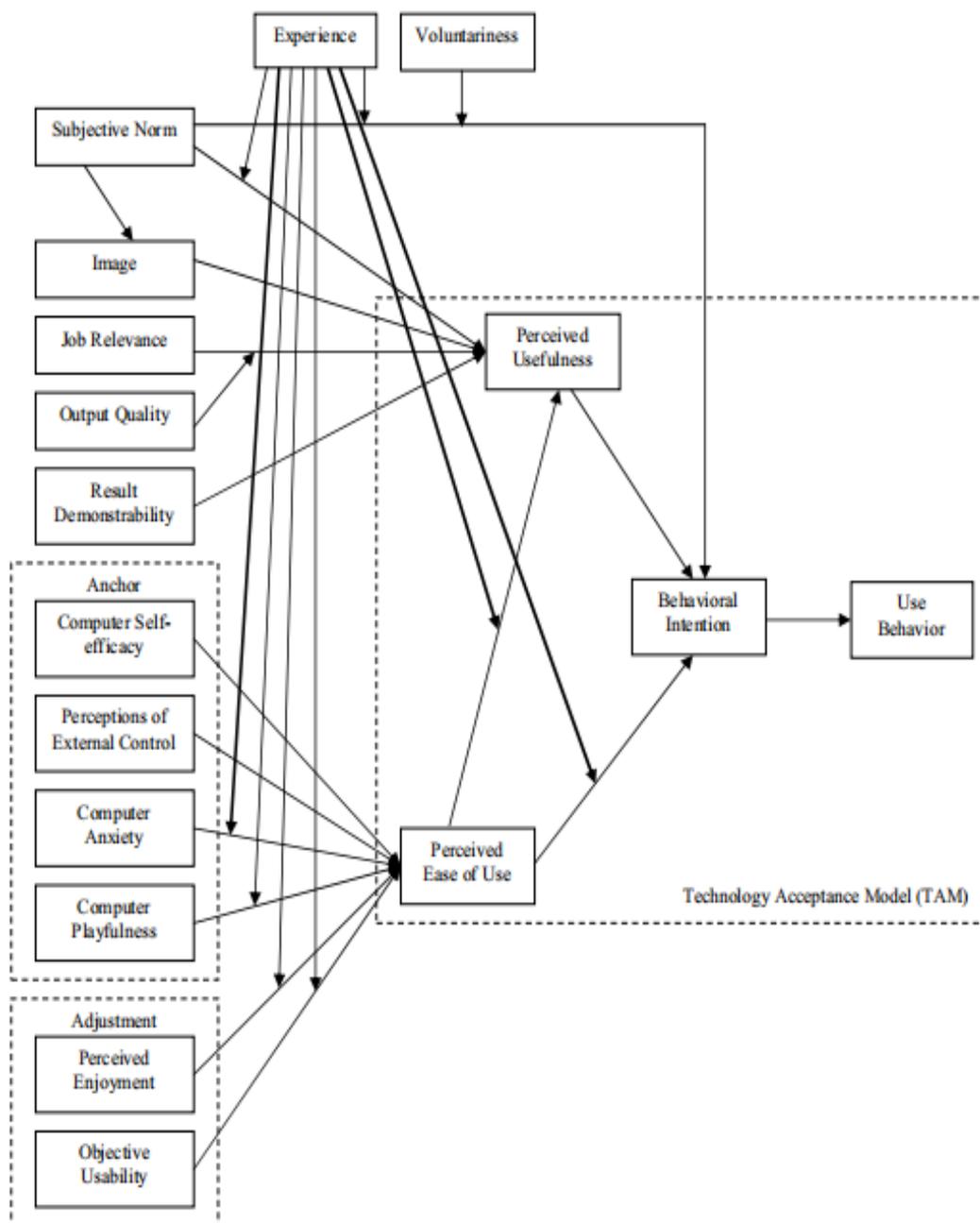
mereka, *perceived usefulness* berkaitan dengan harapan bahwa sistem/teknologi akan membantu pengguna untuk melakukan pekerjaan lebih baik, sedangkan *perceived ease of use* berkaitan dengan keyakinan sulit atau mudahnya dalam menggunakan sistem/teknologi.



Gambar 2.4 *Technology Acceptance Model2* – TAM2.

Sumber: Venkatesh & Davis(2000)

Kemudian Venkatesh & Bala (2008) mengusulkan pengembangan TAM yang lebih baru dan lebih rumit dengan banyak “*external variables*” yang membentuk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Model ini dikenal dengan sebutan TAM 3.



Gambar 2.5 *Technology Acceptance Model3 – TAM3.*

Sumber: Venkatesh & Bala (2008)

2.1.3.1. Kelebihan dan Kelemahan Technology Acceptance Model

Jogiyanto (2007:134) mengemukakan bahwa TAM memiliki kelebihan sebagai berikut;

1. TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab kegagalan sistem/teknologi yang diterapkan karena tidak adanya minat pengguna untuk menggunakannya;
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat karena telah diuji dalam penelitian-penelitian yang mendukung model tersebut;
3. TAM merupakan model parsimoni yaitu model sederhana yang valid.

TAM juga memiliki kelemahan sebagai berikut;

1. TAM hanya memberikan informasi atau hasil yang sangat umum saja tentang minat dan perilaku pengguna dalam menerima sistem teknologi informasi;
2. TAM tidak memiliki kontrol perilaku; perilaku yang diukur di TAM seharusnya penggunaan teknologi sesungguhnya;
3. Penelitian TAM umumnya hanya menggunakan sebuah sistem teknologi informasi;
4. Model TAM umumnya kurang dalam menjelaskan sepenuhnya hubungan antar variabel di dalam model;
5. Model TAM tidak mempertimbangkan perbedaan kultur.

2.1.4. Subjective Norm

2.1.4.1. Definisi Subjective Norm

Fishbein & Ajzen (1975: 302) mendefinisikan *Subjective Norm* sebagai persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang melakukan sesuatu hal tertentu adalah normal, yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku dalam pertanyaan. *Subjective Norm* pada awalnya merupakan bagian dari *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen 1991). Menurut Jogiyanto (2007:42), norma subjektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Baron dan Byren menjelaskan bahwa norma subjektif adalah suatu persepsi dari seseorang tentang apakah orang lain apabila ia melakukan suatu hal akan mendukung hal tersebut atau tidak, sehingga dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan sesuatu atau tidak sedangkan, menurut Kreiner & Kinicki menjelaskan bahwa norma subjektif merupakan penerimaan dari tekanan sosial dalam memberikan suatu perilaku yang spesifik. Bisa diambil kesimpulan bahwa norma

subjektif (subjective norm) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan terhadap apa yang ia lakukan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) berkaitan dengan sumber daya-sumber daya yang dimiliki dan kesempatan yang ada untuk melakukan sesuatu (Tan and Thomson, 2000)

2.1.4.2. Tujuan Subjektive Norm

Norma subyektif sebagai persepsi individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan. Norma subjektive memiliki tujuan yaitu menakutkan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka akan berpikir subjek seharusnya atau tidak seharusnya akan melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan dan memotivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

2.1.4.3. Manfaat Subjektif Norm

Manfaat penggunaan subjektif norm dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan suatu fenomena, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Norma subyektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya (misalnya, saudara, teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka

2.1.4.4. Indikator Subjektive Norm

Empat indikator yang digunakan dalam pengukuran *Subjective Norm* adalah:

1. *Voluntariness and Compliance with Social Influence*, yang maknannya bahwa *Subjective Norm* akan berpengaruh langsung positif pada niat untuk menggunakan ketika penggunaan sistem dianggap wajib dan tidak akan memiliki pengaruh ketika penggunaan sistem dianggap sukarela.
2. *Internalization of Social Influence* mengacu pada proses di mana, ketika seseorang merasakan bahwa ketika ada referensi berpikir bahwa ia harus menggunakan suatu sistem, maka ia memasukkan keyakinan referensi tersebut ke dalam struktur keyakinannya sendiri.
3. *Image and Social Influence*. Norma subjektif akan mempengaruhi citra secara positif karena, jika individu dari suatu kelompok sosial mempercayai bahwa

dengan berperilaku perilaku spesifik (misalnya, menggunakan suatu sistem), maka perilaku itu dapat meningkatkan kedudukannya dalam kelompok.

4. *Changes in Social Influence with Experience*. efek langsung dari norma subjektif pada niat untuk konteks penggunaan wajib akan kuat sebelum implementasi dan selama penggunaan awal, tetapi akan melemah seiring waktu karena peningkatan pengalaman langsung dengan sistem memberikan dasar yang berkembang untuk niat menuju penggunaan yang berkelanjutan.

2.1.5. Experience

2.1.5.1. Defenisi *Experience*

Pengalaman merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Pengalaman juga sangat berharga bagi setiap manusia, dan pengalaman juga dapat diberikan kepada siapa saja untuk digunakan dan menjadi pedoman serta pembelajaran manusia. Secara keseluruhan, pengalaman merangsang panca indra, emosi, kognitif, tingkah laku dan nilai hubungan yang mengakibatkan nilai fungsional.

Definisi *experience* menurut Schmitt (1999:60), pengalaman merupakan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi dikarenakan adanya stimulus tertentu pine II & Gilmore (1999:12), berpendapat bahwa pengalaman adalah suatu kejadian yang terjadi dan mengikat pada setiap individu secara personal. Kotler (2005:217) sependapat dengan mendefinisikan pengalaman sebagai suatu proses pembelajaran yang mempengaruhi perubahan perilaku seseorang. Sedangkan Irawan & Farid (2000:45) pengalaman adalah proses belajar yang mempengaruhi perubahan dalam perilaku seseorang individu.

Pengalaman merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku dan dapat diperoleh dari semua perbuatannya di masa lalu atau dapat pula dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman (Swastha & Irawan, 2008:111).

Pengalaman merupakan suatu proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non formal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang kepada suatu pola tingkah laku yang lebih tinggi. Suatu pembelajaran juga mencakup perubahan yang relatif tepat dari perilaku yang diakibatkan pengalaman, pemahaman dan praktek (Knoers & Haditono, 1999) disebabkan karena ada perbedaan di setiap individu. Seorang karyawan akan merasa nyaman dan memberikan loyalitas yang tinggi pada perusahaan jika memperoleh *expectation* sesuai yang diharapkan.

2.1.5.2. Tujuan *Experience*

Experience dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui peran pengalaman untuk penggunaan dalam mengimplmentasikan program/software, dimana pengguna dalam penelitian ini bisa terdiri dari yang sudah mempunyai pengalaman dalam penggunaan software ataupun yang belum pengalaman dalam penggunaan software serta penggunaan *experience* bisa mengetahui proses pembelajaran dalam mempengaruhi perilaku pengguna.

2.1.5.3. Manfaat *Experience*

Manfaat dari *experience* adalah untuk mengetahui perkembangan potensi perilaku seseorang dan membawa seseorang pada pola perilaku yang lebih baik, dan juga akan membetrakan loyalitas seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga mendapatkan atau memperoleh sesuai yang di harapkan.

2.1.5.4. Indikator *Experience*

Pengalaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasai, ditanggung). McCarthy & Wright (2004) mengemukakan dimensi dari pengalaman yakni:

1. *Compositional*, bagaimana unsur-unsur pengalaman cocok bersama untuk membentuk keseluruhan yang koheren? Mengacu pada struktur naratif, kemungkinan tindakan, masuk akal, konsekuensi dan penjelasan tindakan. Ketika kita mengajukan pertanyaan seperti, "Tentang apa ini?", "Apa yang akan terjadi selanjutnya?" dan "Bagaimana cara mengatasi masalah ini?" komposisi pengalamannya tidak jelas bagi kami.
2. *Sensual*, Apa yang desain dan tekstur serta suasana keseluruhan membuat apa yang kita rasakan? Mengarahkan pada karakter pengalaman yang konkret, gamblang, dan mendalam yang dipahami secara pra-reflektif dalam pengertian langsung dari suatu situasi; misalnya, tampilan dan nuansa ponsel dan rasa hangat di ruang sosial.
3. *Emotional*, Emosi apa yang mewarnai pengalaman itu bagi kita? Ini mengacu pada penilaian nilai (misalnya, frustrasi dan kepuasan) yang menganggap penting orang lain dan hal-hal sehubungan dengan kebutuhan dan keinginan kita. Kualitas emosional dari sebuah pengalaman cenderung merangkum pengalaman itu bagi kita; misalnya menyenangkan, menggairahkan, atau membuat frustrasi. Ini adalah bagaimana kita cenderung mengingat sebuah pengalaman.
4. *Spatio-Temporal*. Apa pengaruh tempat dan waktu terhadap pengalaman kita? Ini menarik perhatian pada kualitas dan rasa ruang-waktu yang meliputi

pengalaman. Waktu dapat mempercepat atau memperlambat; kecepatan dapat meningkat atau menurun; ruang dapat membuka atau menutup, mempengaruhi kesediaan kita untuk berlama-lama atau mengunjungi kembali tempat-tempat tersebut.

2.1.6. Expectancy

2.1.6.1. Definisi *Expectancy*

Expectancy theory, adalah teori – teori yang termasuk dalam 1 kategori yaitu *process theories*. Berbeda dengan *content theories* yang berkerja dengan asumsi bahwa manusia termotivasi melakukan sesuatu untuk memuaskan kebutuhan mereka (teori – teori seperti hierarki kebutuhan Maslow dan *two-factor theory*), *process theories* lebih fokus kepada proses berpikir yang mempengaruhi tingkah laku manusia. Para peneliti menyampaikan beberpa teori tentang tentang motivasi yang dilatar belakangi masing peneliti, dari masing peneliti dijadikan 2 kelompok besar yaitu.

1. *Content Theory* : teori ini dikemukakan atas pendekatan faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang mengakibatkan individu tersebut bertindak dan berperilaku cara atas tertentu, sehingga bisa di katakan bahwa seseorang akan bertindak dengan semangat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan individu itu sendiri. Pada dasarnya semakin semangat bekerja maka semakin besar mencerminkan semangat kerjanya. Teori yang termasuk dalam content teori ini :
 - a. Teori Motivasi Klasik dari F.W. Taylor
 - b. Maslow's Need Hierarchy Theory dari A.H. Maslow
 - c. Herzberg's two Factor Theory dari Frederick Herzberg
 - d. Mc. Clelland's Achievement Motivation Theory oleh Mc. Clelland
 - e. Alderfer's Existence Relatedness and Growth (ERG) Theory dari Alderfer
 - f. Teori Motivasi Human Relation
 - g. Teori Motivation Cloude S. George
2. *Process Theory*. teori ini terjadi dari proses “ sebab-akibat” bagaimana individu itu bekerja dan hasil apa yang akan dicapainya. Jika melakukan pekerjaan yang baik hari ini atau sekarang , maka akan memperoleh hasil lebih baik di kemudian hari, sehingga hasil yang dicapai atas pekerjaan yang terdahulu
 - a. *Expectancy theory* dikemukakan oleh Victor H. Vroom : teori ini mengatakan bahwa kekuatan yang akan memotivasi individu untuk melakukan pekerjaan yang sungguh-sungguh dalam pekerjaannya tergantung dari hasil timbal balik dari pekerjaan tersebut. Jika hasil

tersebut sesuai dengan harapannya cukup besar untuk memperoleh kepuasan, maka individu akan bekerja keras pula, begitu pula sebaliknya. Tiga harapan yang disampaikan dalam teori ini : 1). *Expectancy*, 2) *Valence*, dan 3) *Instrumentality*. Teori Expectancy ini yang akan di pakai di penelitian ini yaitu seseorang akan mempunyai motivasi karena memiliki harapan yang di capai. *Expectancy* merupakan sesuatu yang ada dalam diri individu yang terjadi karena adanya keinginan untuk mencapai hasil sesuai dengan tujuan. *Expectancy* merupakan salah satu penggerak yang mendasari seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Karena dengan adanya usaha yang keras tersebut, maka hasil yang didapat akan sesuai dengan tujuan. Dalam teori ini disebutkan bahwa seseorang akan memaksimalkan usaha dan meminimalkan segala yang menghalangi pencapaian hasil maksimal.

Teori ekspektansi berasumsi bahwa seseorang mempunyai keinginan untuk menghasilkan suatu karya pada waktu tertentu tergantung pada tujuan-tujuan khusus orang yang bersangkutan dan juga pemahaman seseorang tersebut tentang nilai suatu prestasi kerja sebagai alat untuk mencapai tujuan tersebut. *Expectancy* menekankan pada hasil yang akan dicapai. Hasil yang diinginkan dipengaruhi oleh tujuan pribadi seseorang dalam mencakup kebutuhan. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa, *expectancy theory* bisa dikatakan berfokus kepada 3 hubungan: hubungan antara usaha dan kinerja, hubungan antara kinerja dan imbalan, dan hubungan antara imbalan dan daya tarik imbalan tersebut. Hubungan antara usaha dan kinerja, karyawan akan termotivasi untuk bekerja bila, menurut persepsi mereka, usaha yang mereka lakukan akan meningkatkan hasil pekerjaan mereka. Hasil disini juga tergantung akan persepsi mereka terhadap penilaian yang dilakukan oleh atasan mereka. Hubungan antara kinerja dan imbalan, hubungan kedua adalah antara kinerja yang mereka hasilkan dan imbalan yang mereka terima. Seperti teori – teori sebelumnya, imbalan bisa berupa uang tetapi juga pujian, pengakuan, prestasi, tanggung jawab, dan lain -lain. Bila karyawan kita mempercayai bahwa bila mereka menghasilkan tingkat kinerja yang lebih tinggi mereka akan mendapatkan imbalan yang lebih besar, mereka akan termotivasi.

Hubungan antara imbalan dan daya tariknya adalah daya tarik imbalan yang mereka dapat juga akan mempengaruhi motivasi mereka. Daya tarik imbalan tersebut bisa terpengaruh oleh apakah imbalan tersebut akan memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka, atau bisa juga berhubungan dengan tujuan pribadi mereka. Bila seseorang sedang ingin berkembang, maka mungkin mereka lebih tertarik akan kesempatan untuk berkembang daripada uang saja.

b. *Equity Theory*

Beranggapan bahwa kepuasan dari seseorang tergantung dari apakah seseorang tersebut merasakan ada rasa keadilan (*equity*) atau tidak adil (*inequity*) atas situasi yang dialami

c. *Reinforcement*

Tanggapan yang positif yang diberikan dari pengajar kepada siswa dalam suatu proses pembelajaran, dengan tujuan untuk memberikan ke siswanya sebuah informasi atau umpan balik (*feedback*), memantapkan dan meneguhkan hal-hal tertentu yang dianggap baik sebagai suatu tindakan dorongan maupun koreksi sehingga siswa tersebut bisa mempertahankan atau meningkatkan perilaku baik tersebut.

Menurut Sweeney & McFarlin, 2002, teori harapan didasarkan pada asumsi bahwa karyawan akan memilih untuk memberikan usaha yang maksimal apabila terdapat kesempatan yang patut bahwa pekerjaan yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan apa yang diinginkan. Vroom dalam Koontz (1990) mengemukakan bahwa orang-orang akan termotivasi untuk melakukan hal-hal tertentu guna mencapai tujuan apabila mereka yakin bahwa tindakan mereka akan mengarah pada pencapaian tujuan tersebut. Menurut Roese & Sherman (2007) faktor penentu dan parameter harapan adalah:

1. *Likelihood* (kemungkinan)
2. *Confidence* (kepercayaan diri)
3. *Abstractness*
4. *Accessibility*
5. *Attractiveness*

2.1.6.2. Tujuan *Expectancy*

Dalam teori harapan mempunyai tujuan, jika seseorang akan mampu memaksimalkan sebuah hasil dan semakin mempersempit hasil yang akan dicapai akhirnya. Asumsi dari teori harapan adalah individu ingin sekali mencapai target dihasilkannya atau sebuah prestasi untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

2.1.6.3. Manfaat *Expectancy*

Dengan *expectancy* akan memberikan manfaat bagi pengelola koperasi yang harus memastikan bahwa karyawan dapat mencapai tingkat kinerja yang ditunjukkan, sehingga, karyawan layak harus dihargai untuk kinerja luar biasa mereka. Pengurus juga bisa akan mendesain bentuk pekerjaan yang dinamis dan menantang.

2.1.6.4. Indikator *Expectancy*

Vroom (1964) menjelaskan bahwa setiap orang akan termotivasi melakukan hal-hal untuk mencapai sasaran yang dianggapnya berharga dan ia melihat bahwa apa yang dilakukannya akan membantu tercapainya sasaran tersebut

Menurut Vroom (1964), teori ekspektasi mencakup tiga hubungan, yaitu:

1. *Expectancy*, atau tautan usaha dan kinerja, yakni tingkat probabilitas yang dirasakan oleh individu bahwa dengan mengerahkan sejumlah usaha akan menghasilkan tingkatan kinerja tertentu.
2. *Instrumentality*, atau tautan kinerja dan imbalan, adalah tingkat probabilitas yang dirasakan oleh individu bahwa dengan memberikan kinerja pada tingkat tertentu merupakan sarana yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
3. *Valency*, atau daya tarik imbalan, adalah tingkat probabilitas yang dirasakan oleh individu bahwa hasil atau imbalan potensial yang dapat dicapai dari suatu pekerjaan dipertimbangkan terhadap tujuan maupun kebutuhan individu.

2.1.7. Perceived Usefulness

2.1.7.1. Defenisi Perceived Usefulness

Perspektif manfaat (*perceived usefulness*) adalah merupakan suatu fase dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Thompson *et.al.* (1991) kemudian mengemukakan bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan dampak yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam menjalankan tugas mereka. *Ibid_* juga menyatakan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi, jika orang tersebut memiliki pemahaman mengenai manfaat atau kegunaan (*usefulness*) yang baik atas kegunaannya. Pengukuran manfaat tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas/keragaman aplikasi yang dijalankan.

Kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu poin dalam TAM, yang telah diuji dalam penelitian Davis *et.al.* (1989). Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor ini terbukti secara empiris, dapat menjelaskan alasan pengguna akhir dalam menggunakan sistem informasi serta menjelaskan

bahwasanya system baru yang ketika itu sedang dikembangkan, diterima oleh para pengguna akhir.

Usefulness didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance* (suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut) (Davis, 1989). Dalam penelitiannya Bashir & Madhaviah (2014) mengatakan bahwa kegunaan (*Usefulness*) didefinisikan sebagai seberapa tinggi tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kemampuannya. Penelitian yang dilakukan Islamet., al. (2013) mendefinisikan kegunaan (*Usefulness*) sebagai sarana yang bagi seseorang untuk mendapatkan akses informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh penyedia produk atau jasa dari mana saja dan kapan saja sesuai keinginan orang tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lu & Su (2009) kegunaan (*Usefulness*) adalah persepsi terhadap suatu tindakan dari perilaku individu untuk mendapatkan manfaat tertentu dan mempengaruhi sikap individu untuk mendapatkan akses dimana saja dan kapan saja terhadap informasi dari sebuah produk atau layanan.

Usefulness dan mudah digunakan (*Ease of Use*) bagi para konsumen agar dapat menimbulkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut merupakan salah satu pra-syarat yang harus dimiliki bagi konsumen untuk mempertimbangkan atau mencoba sebuah teknologi (Thakur & Srivastava, 2013). Davis (1986) mengemukakan bahwa sikap pengguna terhadap sebuah teknologi dapat dijelaskan melalui dua variabel yaitu persepsi mengenai kegunaan (*Usefulness*) dan persepsi mengenai kemudahan penggunaan (*Ease of Use*). Kegunaan (*Usefulness*) yang dirasakan pengguna dipengaruhi oleh pengalaman pengguna tersebut dalam menggunakan sebuah teknologi di dalam kehidupannya sehari-hari (Rivera et al. 2015).

Penelitian Wixom & Todd (2005) mengatakan bahwa kegunaan (*Usefulness*) merupakan sebuah sistem yang berkualitas dan dapat memberikan informasi kepada pengguna untuk membantu menentukan persepsi mengenai teknologi yang digunakan. Ketika sebuah teknologi tidak efisien dan membutuhkan waktu yang banyak dalam menggunakan teknologi tersebut maka kegunaan (*Usefulness*) yang dirasakan dari sebuah teknologi dapat berkurang (Zhou, 2011). Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa kegunaan dari penggunaan sistem/teknologi dapat menambah kinerja, prestasi kerja siapapun yang menggunakannya.

Menurut Wijaya (2005) persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna.
2. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna.
3. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna

2.1.7.2. Tujuan Perceived Usefulness

Penerimaan pemakai terhadap suatu sistem informasi ditentukan oleh dua faktor kunci, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Konsep *perceived usefulness* mempunyai tujuan untuk menunjukkan keyakinan pemakai padakontribusisistem informasi terhadap kinerja pemakai serta untuk mengukur keyakinan pekerja dalam hal ini, pengurus bahwa dengan menggunakan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja.

2.1.7.3. Manfaat Perceived Usefulness

Manfaat yang akan diperoleh dengan menggunakan *Perceived Usefulness* adalah jika seseorang percaya bahwa dengan berkerja menggunakan sistem bisa berguna , kama mereka akan menggunakannya tetapi sebaliknya, jika sistem tersebut tidak berguna mereka tidak akan menggunakannya.

2.1.7.4. Indikator

Sedangkan Chin & Todd (1995) membagi menjadi dua kategori yaitu: kemanfaatan dan efektivitas, dengan dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagaiberikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi:
 - a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*),
 - b. Bermanfaat (*usefulness*),
 - c. Menambah produktivitas (*increase productivity*).
2. Efektivitas meliputi dimensi:
 - a. Mempertinggi efektivitas (*enchance my effectiveness*),
 - b. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).

2.1.8. Perceived ease Of Use

2.1.8.1. Definisi Perceived ease Of Use

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat dengan mudah dipahami. Menurut Goodwin (1987); Silver (1988) intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan

menunjukkan bahwa teknologi informasi tersebut lebih dikenal lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual).

Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa Sistem Informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compartible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Menurut Jen & Hung (2010) *Ease of Use* adalah seberapa tinggi keyakinan pengguna bahwa ketika menggunakan teknologi tersebut harus bebas dari usaha, yaitu kemudahan dalam memahami atau mengoperasikan. *Ease of Use* merupakan suatu kemudahan yang didapatkan seseorang untuk yakin ketika menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya yang sulit. Hal ini telah didukung penelitian empiris oleh Hanafizadeh *et.al.* (2014), sedangkan upaya adalah sumber daya terbatas yang dialokasikan seseorang dalam kegiatan-kegiatan yang bertanggungjawab.

Beberapa peneliti terdahulu menunjuk kanbahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*, Davis (1989); Venkatesh dan Davis (2000); Pikkarainen *et.al* (2004). Model yang dikembangkan Pikkarainen *et.al* (2004) tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan dan kenikmatan informasi, keamanan dan privasi, dan kenikmatan internet adalah penentu penggunaan *e-banking*.

Ease of Use juga dapat memainkan peran penting dalam menentukan niat pelanggan untuk menggunakan teknologi tersebut (Püschel *et. al.* 2010). Kim *et.al* (2008) berpendapat kemudahan teknologi informasi bagi penggunaan dalam suatu system teknologi akan menunjukan kualitas sistem yang baik yang memberikan efek positif kepada penggunanya. Dalam penelitian Chen *et.al* (2008) telah menemukan bahwa persepsi *Ease of Use* dalam niat perilaku penggunaan teknologi informasi juga merupakan kunci utama dalam menggunakan teknologi informasi. *Ease of Use* membangun peran penting dalam memberikan pengaruh untuk menciptakan persepsi keuntungan alat yang tersedia, sehingga mendorong penerimaan penggunanya.

Penelitian yang telah dilakukan dimana dalam pengambilan keputusan perilaku menunjukkan bahwa individu berusaha untuk meminimalkan usaha dalam perilaku mereka, yang dalam hal system baru menunjukkan bahwa system lebih

dianggap berguna bagi individu. Dasarnya dilihat dari indikator upaya kognitif yang diperlukan untuk belajar dan memanfaatkan teknologi informasi baru (Gefen *et.al.* (2003). Lu & Su(2009) didalam penelitiannya mengungkapkan bahwa khawatir seseorang akan muncul ketika mereka tidak terampil dalam menggunakan suatu teknologi yang baru digunakannya.

Kwon *et., al.* (2007) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari suatu system atau aplikasi tertentu.sehingga pengguna system atau aplikasi mempercayai bahwa sistem atau aplikasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*). Penelitian yang dilakukan oleh Bhattacharjee & Sanford (2006) menggunakan indikator instrument testimasi 2 faktor yaitu mudah dipahami dan mudah dioperasikan. Mudah di pahami artinya ketika pengguna pada saat pertama kali menggunakan system tersebut, system tersebut mudah dipahami atau dimengerti.

Mudah dioperasikan berarti bahwa pada saat pertama kali mencoba menggunakan system tersebut pengguna merasakan kemudahan ketika mengoperasikan ataupun saat digunakan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Saadeet,*al* (2007) menemukan bahwa *ease of use* memiliki hubungan yang positif terhadap *usefulness*. Dengan adanya suatu kemudahan dalam system teknologi informasi atau aplikasi, seseorang akan merasakan manfaat atas suatu system atau aplikasi tersebut.

Ease of Use telah ditemukan memiliki kemudahan dalam menggunakan (*EaseofUse*) dari sebuah teknologi dengan manfaat yang dirasakan (*Usefulness*) secara jelas telah diakui di *Technolgy Acceptance Model* (Marosan, 2012). Penelitian yang dilakukan Lu & Su (2009), Hsu & Lu(2007), Agarwal & Karahanna (2000), Venkatesh (2000) mengatakan, bahwa dalam menentukan niat untuk menggunakan teknologi tersebut diharapkan nantinya dapat menimbulkan dampak yang positif pada penggunaan teknologi, sehingga sebuah teknologi informasi harus mudah untuk dipelajari dan mudah untuk digunakan.

Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain meliputi:

1. Teknologi informasi (TI) sangat mudah dipelajari
2. TeknoLogi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
3. Keterampilan penggunaan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi
4. TeknoLogi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

2.1.8.2. Tujuan *Perceived ease Of Use*

Penggunaan variabel *Perceived Ease of Use* mempunyai tujuan dimana seseorang harus percaya bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem tertentu akan mempermudah suatu pekerjaan dan meningkatkan pekerjaan mereka serta dengan mengunkana teknologi dapat pula menyelesaikan dengan cepat dan tepat waktu. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan npenggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari teknoLogi informasi

2.1.8.3. Manfaat *Perceived ease Of Use*

Manfaat dengan mempunyai *Perceived ease Of Use* dapat mempercepat suatu pekerjaan , sehingga bisa memberikan informasi apabila diperlukan dengan cepat dan dengan *Perceived ease Of Use* dapat memberikan informasi dengan akurat dan relevan dikarenakan pengunkan mempunyai keyakinan dengan pgunaan sistem.

2.1.8.4. Indikator *Perceived ease Of Use*

Davis *et.al.*, (1989) menjelaskan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) mengacu pada pengguna ssitem sejauh mana calon mengharapkan sistem mempunyai target bebas dari pgunaan sistemnya. Sebagaimana beberapa penelitian telah menemukan variabel yang mirip dengan ini terkait dengan sikap dan pgunaan.

Indikator *Perceived Ease of Use* menurut (Davis, 1989: 324) adalah:

1. Sistem sangat mudah dipelajari.
2. Mudah untuk mencapai tujuan.
3. Jelas dan mudah dipahami.
4. Fleksibel.
5. Bebas dari kesulitan.

2.1.9. Intention To Use

2.1.9.1. Defenisi *Intention To Use*

Minat perilaku pengguna merupakan betuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Minat Perilaku Penggunaan merupakan bentuk keyakinan seseorang dalam penggunaan teknologi informasi meningkatkan minat seseorang yang pada akhirnya akan menggunakan teknologi informasi dalam melakukan pekerjaan (Venkateshet.,al,

2003). Tingkat pengguna sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan dalam menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap terus menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Minat pemanfaatan teknologi informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi. Seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila pengguna tersebut meyakini dengan menggunakan teknologi informasi tersebut akan meningkatkan kinerjanya, menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, dan si pengguna tersebut mendapatkan pengaruh lingkungan sekitarnya dalam menggunakan teknologi informasi tersebut (Sekarini, 2013).

Davis (1989) *Behavioral intention to use* merupakan suatu tingkatan seseorang rencananya secara sadar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang yang telah ditentukan sebelumnya. Keterangan diatas mengenai intention of use, bisa di simpulkan Minat pemanfaatan teknologi informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi.

2.1.9.2. Tujuan Intention Of Use

Intention of use mempunyai tujuan untuk mengetahui kecenderungan perilaku dari pengguna untuk menggunakan suatu teknologi yang diberikan, sehingga bisa bisa menimbulkan niat dalam menggunakannya serta dengan menggunakan sistem informasi bisa memberikan manfaat bagi pengguna

2.1.9.3. Manfaat Intention Of Use

Manfaat dengan mempunyai niat dalam menggunakan suatu sistem, bisa menambah keyakinan untuk pengguna bahwa dengan menggunakan sistem dipekerjaannya akan menambahkan nilai dalam melakukannya yaitu, dengan pekerjaannya bi dilakukan dengan cepat dan tepat.

2.1.9.4. Indikator Intention Of Use

Menurut Davis *et.al*, (1989) *Intention to use* merupakan keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu yang dianggap benar.

Indikator *Intention To Use* menurut Venkatesh & Davis (2000) adalah:

1. Kemungkinan akan menggunakan.
2. Tertarik menggunakan dalam waktu dekat.

3. Ingin menggunakan ketika ada kesempatan.

2.1.10. Implementation

2.1.10.1. Definisi *Implementation*

Implementasi merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Grindle (1980) menyatakan bahwa, implementasi merupakan proses umum tindakan administratif yang dapat diteliti pada tingkat program tertentu. Sudut pandang yang berbeda, Lister (1991) karena berkaitan dengan hasil, maka implementasi menyangkut tindakan seberapa jauh arah yang telah diprogramkan itu benar-benar memuaskan.

Penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa Implementasi merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan

2.1.10.2. Tujuan *Implementation*

Tujuan dalam *implementation* adalah

1. Memastikan aplikasi berjalan sesuai dengan yang di rencanakan
2. Melakukan pengecekan/pengetesan modul-modul untuk pemenuhan dan konsistensi dengan melakukan evaluasi hasil terhadap kebutuhan yang telah ditetapkan
3. Melakukan validasi untuk dapat melihat kebenaran sistem, apakah proses yang telah ditulis dalam bentuk manual, bisa di aplikasikan pada sistem

2.1.10.3. Manfaat *Implementation*

Manfaat dari *implementation* adalah

1. Meningkatkan kepercayaan pada pengguna yang dapat diterima
2. Menyediakan informasi yang dapat mencegah terulangnya kesalahan dalam transaksi.
3. Mencari kesalahan ataupun kekurangan /keterbatasan system
4. Mencari sejauh harapan kemampuan dari system
5. Menyediakan informasi yang berkualitas

2.1.10.4. Indikator *Implementation*

Menurut Purwanto & Sulistyastuti (2012), beberapa faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu proses implementasi yaitu:

1. Kualitas input.

2. Kecukupan input
3. Ketepatan instrumen yang dipakai
4. Kapasitas implementor
5. Karakteristik dan dukungan kelompok sasaran
6. Kondisi lingkungan.

2.1.11. Transfer Training

2.1.11.1. Definisi Transfer Training

Transfer pelatihan (*transfer training*) adalah tingkat pengetahuan, keahlian, kemampuan atau karakteristik lainnya yang dipelajari dalam pelatihan terhadap pekerjaan (Simamora, 2004). Burke-Smalley & Hutchins (2007) menjelaskan bahwa transfer pelatihan mengacu pada penggunaan pengetahuan dan keterampilan yang terlatih kembali pada pekerjaan. Agar transfer terjadi "perilaku yang dipelajari harus digeneralisasikan ke konteks pekerjaan dan dipertahankan selama periode waktu di tempat kerja" (Baldwin & Ford, 1988: 63). Karakteristik pembelajar mempengaruhi hasil pelatihan merupakan konsep yang umum dalam literatur-literatur psikologi (Sackett, 1998). 10% pelatihan menghasilkan perubahan perilaku (Georgenson, 1982).

Transfer pelatihan sangat penting dilakukan agar program berjalan dengan efektif dan efisien (Nijman et al., 2006). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa transfer pelatihan adalah sejauh mana kemampuan penguapan pelatihan dalam menerapkan software yang didapatkan di tempat pelatihan ke dalam pekerjaan di koperasi.

Moekijat (2008:4) berpendapat bahwa pelatihan adalah suatu bagian dari pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk mendapatkan dan meningkatkan keterampilan di luar sistem pendidikan yang berlaku, dalam waktu yang relatif singkat dengan metode yang lebih mengutamakan praktik daripada teori. Menurut Tziner, et al., dalam Kustini (2005) yang menjadi dasar tujuan pelatihan adalah membantu orang mengembangkan keahlian dan kemampuannya, ketika menerapkan ke pekerjaan akan dapat meningkatkan kinerja mereka.

Definisi lain yang dikemukakan oleh Campbell dalam Kustini (2005) mengatakan bahwa pelatihan adalah sebuah perencanaan untuk belajar yang dirancang untuk membawa perubahan pada pengetahuan, kemampuan, atau keahlian pengguna, jadi bisa disimpulkan bahwa, usaha untuk meningkatkan ketrampilan dalam meningkatkan ketrampilan dalam menjalankan pekerjaannya

2.1.11.2. Tujuan transfer Training

Tujuan pelatihan ini bisa di lihat dari segi sejauhmana perubahan perilaku seseorang yang diharapkan terjadi dari hasil pelatihan tersebut serta untuk memperoleh perubahan perilaku seseorang.

2.1.11.3. Manfaat *Trasfer Training*

Manfaat dari transfer training adalah memberikan kecakapan kepada karyawan baru setelah pelatihan berakhir, dalam pelatihan ini, pengawasan dan instruksi langsung diberikan kepada peserta pelatihan ditempat kerjanya dan dengan demikian karyawan akan lebih mudah dalam menguasai pekerjaannya serta proses belajar yang memberikan proses langkah/urutan pekerjaan dimana petunjuk pekerjaan diberikan secara langsung, dimana bantuan-bantuan instruktur biasanya digunakan untuk melatih karyawan tentang cara-cara pelaksanaan pekerjaannya

2.1.11.4. Indikator *Transfer Training*

Hasil survei Saks (2002) menunjukkan sekitar 40% peserta pelatihan gagal untuk mentransfer segera setelah pelatihan sehingga hanya 50% dari investasi pelatihan yang menghasilkan perbaikan organisasi atau individu. Pengukuran dalam Transfer Training sebagai berikut :

1. *Cognitive Ability* (Kemampuan kognitif /kecerdasan)
Kemampuan kognitif adalah kemampuan untuk memperoleh makna pengetahuan dari pengalaman dan informasi.
2. *Self efficacy*
Self-efficacy adalah penilaian yang dibuat individu tentang kompetensi mereka untuk melakukan tugas yang ditentukan.
3. *Anxiety* (Kecemasan)
Kecemasan menghasilkan korelasi negatif dengan setiap hasil pelatihan, maknanya kecemasan peserta pelatihan menyebabkan berkurangnya motivasi pelatihan (yang pada gilirannya dapat mempengaruhi transfer).
4. *Openness to Experience* (Keterbukaan terhadap pengalaman)
Keingin-tahuan intelektual memungkinkan peserta pelatihan untuk mengeksplorasi, secara fleksibel menerima, dan mengadopsi keterampilan baru.
5. *Perceived Utility* (Kegunaan yang dirasakan)
Transfer dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan atau nilai yang terkait dengan pelatihan. Peserta yang percaya pada manfaat atau relevansi pelatihan akan memberikan lebih mungkin untuk menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam pelatihan.
6. *Career Planning* (Perencanaan Karir)

Peserta pelatihan merasakan lebih banyak manfaat potensial dari pelatihan untuk meningkatkan kinerja pekerjaan mereka saat ini atau di masa depan

7. *Organizational Commitment* (Komitmen terhadap Organisasi)

Peserta pelatihan dengan keterlibatan kerja yang tinggi lebih termotivasi untuk mentransfer pengetahuan baru di tempat kerja.

2.2. Penelitian terdahulu

Hubungan *Subjective Norm* terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

1. *The psychological origins of perceived usefulness and ease-of-use* (Karahanna, E. and Straub, D.W., 1999).

Tujuan penelitian dengan 178 guru SDK PENABUR ini adalah untuk menjelaskan asal-usul psikologis kegunaan dan kemudahan penggunaan. Disimpulkan hasil bahwa *Perceived Usefulness* media yang, pada gilirannya, dipengaruhi oleh tingkat *Social Influence* yang diberikan oleh pengawas.

2. *Social Influence for Perceived Usefulness and Ease-of-Use of Course Delivery Systems* (Shen, D.; Laffey, J.; Lin, Y. and Huang, X., 2006).

Tujuan penelitian dengan 187 siswa dalam 19 kursus online pemberian kredit selama satu semester ini adalah untuk mengeksplorasi sejauh mana keyakinan norma subjektif dari pelajar online membentuk persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan untuk penggunaan sistem penyampaian kursus. Disimpulkan hasil bahwa *Instructor influence* dan *Mentor influence* merupakan kontributor yang signifikan terhadap *Perceived Usefulness* siswa dari sistem penyampaian kursus.

3. *The Effects of Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks* (Qin, L.; Kim, Y.; Hsu, J. and Ta, X., 2011).

Tujuan penelitian mengenai penggunaan jaringan sosial online 284 pengguna jejaring sosial online yang terdaftar di kelas MIS di universitas yang terletak di timur laut Amerika Serikat ini disimpulkan hasil bahwa *Social Influence* secara signifikan mempengaruhi *Perceived Usefulness*.

4. *Purchasing Wine Online: The Effects of Social Influence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Wine Involvement* (Bonn, M.A.; Kim, W.G.; Kang, S. and Cho, Meehee, 2015).

Tujuan penelitian dengan 425 responden ini adalah untuk mengidentifikasi perilaku pembelian konsumen anggur online. Disimpulkan hasil bahwa Ada hubungan yang signifikan antara dan *Perceived Usefulness* pada situs anggur online.

5. ***Developing a General Extended TAM for E-Learning (GETAMEL) by Analysing Commonly Used External Factors (Fazil Abdullah & Rupert Ward, 2016).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal TAM yang paling umum digunakan dalam konteks adopsi e-learning menggunakan variabel *Enjoyment*, *Experience*, *Self-Efficacy*, *Computer Anxiety* dan *Subjektif Norm* sebagai variabel eksternal dalam TAM. Ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

6. ***A model for preservice teachers' intentions to use ICT in future lessons (Baydas, O.and Goktas, Y., 2017).***

Tujuan penelitian dengan 2904 dosen prajabatan dari 21 universitas ini adalah untuk mengidentifikasi perilaku pembelian konsumen anggur online. Disimpulkan hasil bahwa *subjective norm* memiliki efek langsung yang rendah terhadap *Perceived Usefulness*.

7. ***Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios (Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, 2017)***

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 242 mahasiswa sarjana UK yang telah mengetahui e-portofolio tentang kegunaan, kemudahan dan keinginan untuk menggunakan e-Portofolio ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* merupakan prediktor dari *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

8. ***Social influence and cognitive instrumental factors as facilitators of perceived usefulness of electronic resources among library personnel in private universities in South-west, Nigeria (Izuagbe, R. and Popoola, S.O., 2017)***

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 212 personel perpustakaan di 21 universitas swasta di Nigeria Barat Daya tentang penggunaan M-wallet ditemukan hasil bahwa *Social Influence* secara signifikan memiliki hubungan dengan dan memfasilitasi *Perceived Usefulness*.

9. ***Exploring the extension of unified theory of acceptance and use of technology, UTAUT2, factors effect on perceived usefulness and ease of use on mobile commerce in Egypt (Bendary, N. and Al-Sahouly, I., 2018)***

Dalam penelitian mengenai belanja online disimpulkan bahwa *Sosial Influence* adalah faktor signifikan untuk meningkatkan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dari *mobile commerce* di Mesir.

10. *Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains-Indian context* (Kamble, S.; Gunasekaran, A. and Arha, H., 2018)

Dalam penelitian mengenai Blockchain Technology terhadap 181 profesional rantai pasokan dari empat kota besar di India (Mumbai, New Delhi, Bangalore, dan Chennai) disimpulkan bahwa *Subjective Norm* mempengaruhi *Perceived Usefulness*.

11. *Determinants of E-government Adoption: Testing the Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use* (Chen, L. and Aklirikou, A.K., 2019)

Dalam penelitian bertujuan untuk mengusulkan model adopsi e-government untuk menentukan faktor-faktor yang menyebabkan adopsi warga terhadap layanan *e-government* di Togo terhadap 482 warga Togo, disimpulkan bahwa *Sosial Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness*.

12. *Perceived Satisfaction and Perceived Usefulness of ELearning: The Role of Interactive Learning and Social Influence* (Amsal, A.A.; Putri, S.L.; Rahadi, F. and Fitri, M.E.Y., 2020)

Dalam penelitian mengenai E-learning disimpulkan bahwa *Sosial Influence* memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Perceived Usefulness*.

13. *Predicting the Intention to Use Social Media Sites: A Hybrid SEM - Machine Learning Approach* (Salloum, S.A.; AlAhbabi, N.M.N.; Habes, M.; Aburayya, A. and Akour, I., 2021)

Dalam penelitian bertujuan untuk membentuk model konseptual untuk menghitung penerimaan siswa terhadap media sosial dalam pendidikan dan faktor-faktornya terhadap 369 siswa terdaftar di universitas terkemuka di Uni Emirat Arab, disimpulkan bahwa *Sosial Influence* akan memprediksi *Perceived Usefulness* dari jaringan media sosial.

Hubungan *Subjective Norm* terhadap *Perceived Ease of Use* (PEU)

1. *The psychological origins of perceived usefulness and ease-of-use* (Karahanna, E. and Straub, D.W., 1999).

Tujuan penelitian dengan 178 guru SDK PENABUR ini adalah untuk menjelaskan asal-usul psikologis kegunaan dan kemudahan penggunaan. Disimpulkan hasil bahwa *Perceived Usefulness* media yang, pada gilirannya, dipengaruhi oleh tingkat *Sosial Influence* yang diberikan oleh pengawas.

2. *Social Influence for Perceived Usefulness and Ease-of-Use of Course Delivery Systems* (Shen, D.; Laffey, J.; Lin, Y. and Huang, X., 2006).

Tujuan penelitian dengan 187 siswa dalam 19 kursus online pemberian kredit selama satu semester ini adalah untuk mengeksplorasi sejauh mana keyakinan

norma subjektif dari pelajar online membentuk persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan untuk penggunaan sistem penyampaian kursus. Disimpulkan hasil bahwa *Mentor influence* merupakan kontributor yang signifikan terhadap *Perceived Usefulness* siswa dari sistem penyampaian kursus.

3. *The Effects of Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks* (Qin, L.; Kim, Y.; Hsu, J. and Ta, X., 2011).

Tujuan penelitian mengenai penggunaan jaringan sosial online 284 pengguna jejaring sosial online yang terdaftar di kelas MIS di universitas yang terletak di timur laut Amerika Serikat ini disimpulkan hasil bahwa *Social Influence* secara signifikan mempengaruhi *Perceived Usefulness*.

4. *Purchasing Wine Online: The Effects of Social Influence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Wine Involvement* (Bonn, M.A.; Kim, W.G.; Kang, S. and Cho, Meehee, 2015).

Tujuan penelitian dengan 425 responden ini adalah untuk mengidentifikasi perilaku pembelian konsumen anggur online. Disimpulkan hasil bahwa Ada hubungan yang signifikan antara dan *Perceived Usefulness* pada situs anggur online.

5. *Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence, Dan System Terhadap Customer Attitude Melalui Perceived Ease Of Use (Studi Pada Apple Store)* (Haryono, S. and Brahmanak, R.K.M.R., 2015).

Tujuan penelitian dengan 100 pembeli aplikasi di App Store ini adalah untuk menganalisa pengaruh dari shopping orientation, social influence dan system terhadap customer attitude dalam pembelian online App Store. Disimpulkan hasil bahwa *Social Influence* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use*.

6. *A model for preservice teachers' intentions to use ICT in future lessons* (Baydas, O.and Goktas, Y., 2017).

Tujuan penelitian dengan 2904 dosen prajabatan dari 21 universitas ini adalah untuk mengidentifikasi perilaku pembelian konsumen anggur online. Disimpulkan hasil bahwa *subjective norm* memiliki efek langsung yang rendah terhadap *Perceived Ease of Use*.

7. *Developing a General Extended TAM for E-Learning (GETAMEL) by Analysing Commonly Used External Factors* (Fazil Abdullah & Rupert Ward, 2016).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal TAM yang paling umum digunakan dalam konteks adopsi e-learning menggunakan variabel *Enjoyment, Experience, Self-Efficacy, Computer Anxiety* dan *Subjektif*

Norm sebagai variabel eksternal dalam TAM. Ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

8. Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios (Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, 2017)

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 242 mahasiswa sarjana UK yang telah mengetahui e-portofolio tentang kegunaan, kemudahan dan keinginan untuk menggunakan e-Portofolio ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* merupakan prediktor dari *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

9. Social influence and cognitive instrumental factors as facilitators of perceived usefulness of electronic resources among library personnel in private universities in South-west, Nigeria (Izuagbe, R. and Popoola, S.O., 2017)

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 212 personel perpustakaan di 21 universitas swasta di Nigeria Barat Daya tentang penggunaan M-wallet ditemukan hasil bahwa *Social Influence* secara signifikan memiliki hubungan dengan dan memfasilitasi *Perceived Usefulness*.

10. Exploring the extension of unified theory of acceptance and use of technology, UTAUT2, factors effect on perceived usefulness and ease of use on mobile commerce in Egypt (Bendary, N. and Al-Sahouly, I., 2018)

Dalam penelitian mengenai belanja online disimpulkan bahwa *Sosial Influence* adalah faktor signifikan untuk meningkatkan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dari *mobile commerce* di Mesir.

11. Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains - Indian context (Kamble, S.; Gunasekaran, A. and Arha, H., 2018)

Dalam penelitian mengenai Blockchain Technology terhadap 181 profesional rantai pasokan dari empat kota besar di India (Mumbai, New Delhi, Bangalore, dan Chennai) disimpulkan bahwa *Subjective Norm* mempengaruhi *Perceived Usefulness*.

12. Determinants of E-government Adoption: Testing the Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use (Chen, L. and Aklidikou, A.K., 2019)

Dalam penelitian bertujuan untuk mengusulkan model adopsi e-government untuk menentukan faktor-faktor yang menyebabkan adopsi warga terhadap layanan *e-government* di Togo terhadap 482 warga Togo, disimpulkan bahwa *Sosial Influence* tidak ditemukan signifikan pada *Perceived Ease of Use*.

13. ***Perceived Satisfaction and Perceived Usefulness of ELearning: The Role of Interactive Learning and Social Influence* (Amsal, A.A.; Putri, S.L.; Rahadi, F. and Fitri, M.E.Y., 2020)**

Dalam penelitian mengenai E-learning disimpulkan bahwa *Sosial Influence* memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Perceived Usefulness*.

14. ***Predicting the Intention to Use Social Media Sites: A Hybrid SEM - Machine Learning Approach* (Salloum, S.A.; AlAhbabi, N.M.N.; Habes, M.; Aburayya, A. and Akour, I., 2021)**

Dalam penelitian bertujuan untuk membentuk model konseptual untuk menghitung penerimaan siswa terhadap media sosial dalam pendidikan dan faktor-faktornya terhadap 369 siswa terdaftar di universitas terkemuka di Uni Emirat Arab, disimpulkan bahwa *Sosial Influence* akan memprediksi *Ease of Use* dari jaringan media sosial.

Hubungan Subjective Norm terhadap Intention to Use

1. ***Technology Acceptance in Malaysian Banking Industry* (Zarehan Selamat, Nahariah Jaffar & Ong Hway Boon, 2009).**

Dalam penelitian terhadap 69 bankir di Malaysia, ditemukan hasil bahwa Tekanan sosial dari supervisor dan rekan adalah dua motivasi penting bagi para bankir untuk menggunakan TI.

2. ***Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators* (Baptista, G. and Oliveira, T., 2015).**

Dalam penelitian terhadap 429 nasabah bank dari enam kota terbesar di KSA [Riyadh, Jeddah, Mekah, Madinah, Al-Ahsa, dan Ta'if] tentang penggunaan mobile banking, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* tidak signifikan secara statistik terhadap *Intention to Use*.

3. ***Understanding Factors Influencing the Adoption of mHealth by the Elderly: An Extension of the UTAUT Model* (Rakibul Hoque & Golam Sorwar, 2015).**

Dalam penelitian terhadap 300 peserta di atas usia 60 tahun di Bangladesh, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pengguna untuk mengadopsi layanan *mHealth*.

4. ***The influence of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on intention to return to work: A case of socso's insured employees* (Yean, T.F.; Johari, J. and Mohd Sukery, A.F, 2015).**

Dalam penelitian terhadap 160 karyawan SOCSO yang diasuransikan berlokasi di seluruh Malaysia mengenai keinginan untuk kembali bekerja

setelah sakit parah, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan untuk kembali bekerja.

5. ***The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking* (Danurdoro, K. and Wulandari, D., 2016).**

Dalam penelitian terhadap 368 mahasiswa ISP Universitas Malang angkatan 2013 tentang penggunaan *Internet Banking*, ditemukan hasil bahwa *subjective norm* tidak signifikan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*.

6. ***The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth* (Hasbullah, N.A.; Osman, A.; Abdullah, S.; Salahuddin, S.N.; Ramlee, N.F. and Soha, H.M., 2016).**

Dalam penelitian terhadap 253 remaja di Malaysia tentang keinginan untuk membeli secara online, ditemukan hasil bahwa niat remaja berhubungan secara signifikan dari norma subjektif.

7. ***Understanding Factors Influencing the Adoption of mHealth by the Elderly: An Extension of the UTAUT Model* (Hoque, R. and Sorwar, G., 2016).**

Dalam penelitian terhadap 300 peserta di atas usia 60 tahun di Bangladesh tentang layanan *mHealth*, ditemukan hasil bahwa pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pengguna untuk mengadopsi layanan *mHealth*.

8. ***Predicting positive user responses to social media advertising: The roles of emotional appeal, informativeness, and creativity* (Lee, J. and Hong, I.B., 2016).**

Dalam penelitian terhadap 415 pengguna Facebook tentang iklan SNS di Facebook, ditemukan hasil bahwa *Subyektif Norm* secara signifikan terkait dengan *Intention*.

9. ***The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products* (Shin, Y.H. and Hancer, M., 2016).**

Dalam penelitian terhadap 695 konsumen di AS tentang keinginan untuk membeli produk makanan lokal, ditemukan hasil bahwa *Subyektif Norm* memiliki dampak pada niat untuk membeli makanan lokal.

10. ***A Model For Preservice Teachers' Intentions To Use ICT in Future Lessons* (Ozlem Baydas & Yuksel Goktas, 2017).**

Dalam penelitian terhadap 2904 guru pra-jabatan dari 21 universitas tentang niat untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam pelajaran masa depan, ditemukan hasil bahwa pengaruh sosial (*Social Influence*) memiliki efek langsung yang rendah terhadap *Intention to Use*.

11. *Adoption of e-government services in Turkey* (Kurfalı, M.; Arifog̃lu, A.; Tokdemir, G. and Paçın, Y., 2017).

Dalam penelitian terhadap 529 masyarakat Turki tentang niat untuk menggunakan layanan *e-government*, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* signifikan terhadap *Behavior Intention*.

12. *Role of attitude as mediator of the perceived ease of use and behavioural intention relationship* (Verma, P. and Sinha, N., 2017).

Dalam penelitian terhadap 173 petani tentang niat untuk menggunakan layanan penyuluhan pertanian berbasis seluler, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* mempengaruhi *Behavior Intention* secara langsung.

13. *Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse* (Alalwan, A.A., 2018).

Dalam penelitian terhadap 500 pengguna smartphone yang telah mengadopsi dan menggunakan MFOA di Yordania, ditemukan *Social Influence* gagal dalam memprediksi niat berkelanjutan untuk menggunakan kembali MFOA.

14. *Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains-Indian context* (Kamble, S.; Gunasekaran, A. and Arha, H., 2018).

Dalam penelitian terhadap 181 profesional rantai pasokan dari empat kota besar di India (Mumbai, New Delhi, Bangalore, dan Chennai) mengenai *Blockchain Technology*, ditemukan *Subjective Norm* ditemukan memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada *Behavior Intention*.

15. *Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model* (Dwivedi, Y.K.; Rana, N.P.; Jeyaraj, A. Clement, M. and Williams, M.D., 2019).

Dalam penelitian Meta-analisis didasarkan pada 1600 pengamatan pada 21 hubungan yang dikodekan dari 162 penelitian sebelumnya mengenai penggunaan SI/TI, ditemukan *Social Influence* memiliki efek langsung yang lebih kuat pada sikap daripada niat perilaku.

16. *The Influence Of Perceived Usefulness, Social Influence, Internet Self-Efficacy And Compatibility On Users' Intentions To Adopt E-Learning: Investigating The Moderating Effects Of Culture* (Faqih, K.M.S., 2019).

Dalam penelitian pada 262 responden mengenai Teknologi *e-learning*, ditemukan *Social Influence* adalah prediktor penting dari *Behavior Intention* individu untuk mengadopsi teknologi *e-learning*.

17. ***Passengers' Perceptions on The Use of Biometrics At Airports: A Statistical Model of The Extended Theory of Planned Behavior*** (Kabir O. Kasim, Scott R. Winter, Dahai Liu, Joseph R. Keebler & Tyler B. Spence, 2021).

Dalam penelitian terhadap 689 penumpang pesawat terbang yang bersedia untuk berpartisipasi, ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* memiliki korelasi yang positif terhadap *Intention to Use*.

18. ***Acceptance towards digital health interventions – Model validation and further development of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*** (Paula Philippi, Harald Baumeister, Jennifer Apolina´rio-Hagen, David Daniel Ebert, Severin Hennemann, Leonie Kott, Jiaxi Lin, Eva-Maria Messner & Yannik Terhorst , 2021).

Dalam penelitian terhadap 10 studi relevan yang menilai penerimaan peserta terhadap IMI berdasarkan UTAUT, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* berhubungan positif dengan *Behavioral Intention*.

19. ***Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model*** (Raza, S.A.; Qazi, W.; Khan, K.A. and Salam, J., 2021).

Dalam penelitian terhadap 516 siswa mengenai *Learning Management System*, ditemukan hasil bahwa *Social Influence* berhubungan positif dengan *Behavioral Intention*.

20. ***An Investigation of Technology-Dependent Shopping in The Pandemic Era: Integrating Response Efficacy & Identity Expressiveness into TPB*** (Xueqin Wang, Yiik Diew Wong, Tianyi Chen & Kum Fai Yuen, 2022).

Dalam penelitian terhadap 519 pembeli berusia dewasa di Singapura tentang *Technology-Dependent Shopping*, ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* berhubungan positif dengan niat (*Intention*) pembeli untuk terlibat dengan belanja yang bergantung pada teknologi.

21. ***Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior*** (Kieran Mathieson, 2022).

Dalam penelitian terhadap 163 mahasiswa & 22 mahasiswi berusia rata-rata 22 tahun yang telah mengikuti pelajaran komputer, ditemukan hasil bahwa *Intention* tidak diprediksi oleh *Subjective Norm*.

22. ***Smartphone use among young drivers: Applying an extended Theory of Planned Behaviour to predict young drivers' intention and engagement in concealed responding*** (Eren, H. and Gauld, C., 2022).

Dalam penelitian terhadap 154 warga Australia berusia 17–25 tahun, memiliki lisensi sementara atau lisensi terbuka, dan memiliki ponsel pintar, ditemukan hasil bahwa *Subjective Norm* adalah prediktor *Intention* yang signifikan.

Hubungan *Experience* terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

1. ***Prior Experience, Perceived Usefulness and the Web: Factors Influencing Agricultural Audiences' Adoption of Internet Communication Tools (Irani, T. 2000).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh pengalaman sebelumnya pada persepsi subjek tentang kegunaan yang dirasakan dan niat untuk menggunakan alat komunikasi Internet pada 120 mahasiswa pertanian. Ditemukan hasil bahwa responden yang memiliki *Prior Experience* yang relevan memiliki persepsi yang paling baik tentang *Perceived Usefulness* dari teknologi ini.

2. ***Developing a General Extended TAM for E-Learning (GETAMEL) by Analysing Commonly Used External Factors (Fazil Abdullah & Rupert Ward, 2016).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal TAM yang paling umum digunakan dalam konteks adopsi e-learning menggunakan variabel *Enjoyment, Experience, Self-Efficacy, Computer Anxiety* dan *Subjektif Norm* sebagai variabel eksternal dalam TAM. Ditemukan hasil bahwa *Experience* memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada *Perceived Usefulness*.

3. ***Perceived usefulness, personal experiences, risk perception and trust as determinants of adoption of e-government services in The Netherlands (Horst, M.; Kuttschreuter, M. and Gutteling, J.M, 2007).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak inovasi TI pada kinerja perusahaan pada 238 warga negara Belanda. Ditemukan hasil bahwa pengalaman pribadi ditemukan secara signifikan memprediksi *Perceived Usefulness* dari layanan elektronik secara umum.

4. ***Perceived usefulness and Perceived Ease Of Use Of Electronic Health Records Among Nurses: Application of Technology Acceptance Model (Ahmad Tubaisat, 2017).***

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi 1539 perawat dari 15 RS di Yordania tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan e-

Health Records ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* dipengaruhi oleh pengalaman keperawatan dan EHR, dan keterampilan komputer.

5. ***Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse* (Ali Abdallah Alalwan, 2018)**

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 500 pengguna smartphone yang telah mengadopsi dan menggunakan MFOA di Yordania ditemukan hasil bahwa pengaruh sosial tidak memprediksi niat berkelanjutan untuk menggunakan kembali MFOA.

6. ***The Virtual Reality Hardware Acceptance Model (VR-HAM): Extending and Individuating the Technology Acceptance Model (TAM) for VR-HAM* (Kerry T. Manis & Danny Choi, 2019).**

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur persepsi konsumen tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, kenikmatan, dan sikap terhadap penggunaan dan pembelian perangkat keras VR dengan dampak usia, keingintahuan, penggunaan sebelumnya, dan harga yang bersedia dibayar sebagai anteseden utama. Ditemukan hasil bahwa *Experience (Experience)* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*.

Hubungan *Experience* terhadap *Perceived Ease of Use* (PEU)

1. ***Computer playfulness and anxiety: Positive and negative mediators of the system experience effect on Perceived Ease of Use* (Hackbartha, G.; Groverb, V. and Yi, M.Y., 2003).**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan kelelahan dengan konteks pendidikan yang dirasakan, efektivitas pengajaran yang dirasakan (pribadi dan kolektif), dan kepuasan kerja dan komitmen pada 55 mahasiswa sarjana di sebuah universitas besar di Amerika Serikat Tenggara dan 116 mahasiswa pascasarjana dan sarjana tingkat atas terdaftar dalam kursus IS di universitas yang sama. Ditemukan hasil bahwa *System Experience* secara signifikan terkait dengan *Perceived Ease of Use*.

2. ***Mediating the impact of technology usage on perceived ease of use by anxiety* (Saade, R.G. and Kira, D., 2007).**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh kecemasan dalam memediasi dampak pengalaman komputer dan internet pada persepsi kemudahan penggunaan pada 114 mahasiswa. Ditemukan hasil bahwa pengaruh *Computer Experience* pada *Perceived Ease of Use* signifikan.

3. ***Developing a General Extended TAM for E-Learning (GETAMEL) by Analysing Commonly Used External Factors (Fazil Abdullah & Rupert Ward, 2016).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal TAM yang paling umum digunakan dalam konteks adopsi e-learning menggunakan variabel *Enjoyment*, *Experience*, *Self-Efficacy*, *Computer Anxiety* dan *Subjektif Norm* sebagai variabel eksternal dalam TAM. Ditemukan hasil bahwa *Experience* memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada *Perceived Usefulness*.

4. ***Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios (Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, 2017)***

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 242 mahasiswa sarjana UK yang telah mengetahui e-portofolio tentang kegunaan, kemudahan dan keinginan untuk menggunakan e-Portofolio ditemukan hasil bahwa prediktor terbaik dari *Perceived Ease of Use e-portofolio* siswa adalah *Experience*.

5. ***Perceived usefulness and Perceived Ease Of Use Of Electronic Health Records Among Nurses: Application of Technology Acceptance Model (Ahmad Tubaishat, 2017).***

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi 1539 perawat dari 15 RS di Yordania tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan e-Health Records ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* dipengaruhi oleh pengalaman keperawatan.

6. ***The Virtual Reality Hardware Acceptance Model (VR-HAM): Extending and Individuating the Technology Acceptance Model (TAM) for VR-HAM (Kerry T. Manis & Danny Choi, 2019).***

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur persepsi konsumen tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, kenikmatan, dan sikap terhadap penggunaan dan pembelian perangkat keras VR dengan dampak usia, keingintahuan, penggunaan sebelumnya, dan harga yang bersedia dibayar sebagai anteseden utama. Ditemukan hasil bahwa *Past Use* berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*.

Hubungan *Experience* terhadap *Intention to Use*

1. ***Prior Experience, Perceived Usefulness and the Web: Factors Influencing Agricultural Audiences' Adoption of Internet Communication Tools (Irani, T. 2000).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh pengalaman sebelumnya pada persepsi subjek tentang kegunaan yang dirasakan dan niat untuk menggunakan alat komunikasi Internet pada 120 mahasiswa pertanian. Ditemukan hasil bahwa responden yang memiliki *Prior Experience* adalah prediktor terkuat dari *Behavioral Intention* untuk menggunakan alat komunikasi Internet.

2. *The Effects of Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Tourist Revisit Intention* (Sam, H.S., 2006)

Dalam penelitian pada 501 warga China yang berwisata ke Hongkong tentang keinginan untuk berkunjung kembali, ditemukan hasil bahwa *Experience* tidak memiliki pengaruh pada niat untuk kembali.

3. *Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention* (Nasermoadeli, A.; Ling, K.C. and Maghnati, F., 2013)

Dalam penelitian pada 330 pelanggan tentang *purchase intention*, ditemukan hasil bahwa *Emotional Experience* dan *Social Experience* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli.

4. *Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism* (Faizan Ali, Kisang Ryu & Kashif Hussain, 2015)

Dalam penelitian yang bertujuan untuk menjembatani kesenjangan penelitian ini dengan memeriksa efek pengalaman wisatawan kreatif pada ingatan, kepuasan, dan niat perilaku, dilakukan pada 296 wisatawan, ditemukan hasil bahwa *Creative Tourist Experience* adalah prediktor yang baik dari *Memories*, *Satisfaction* dan *Behavioral Intention* mereka.

5. *Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention* (Francesc Miralles, Ferran Giones & Carla Riverola, 2015).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari dampak dari pengalaman sebelumnya pada niat kewirausahaan pada 431 wirausahawan yang berpengalaman. Ditemukan hasil bahwa Pengetahuan kewirausahaan (*Experience*) berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha dan pengaruh ini dimediasi oleh variabel persepsi model TPB (*Personal Attitude, Social Norm, Perceived Behavioral Control*).

6. *The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking* (Kevin Danurdoro & Dwi Wulandari, 2016).

Dalam penelitian terhadap 368 mahasiswa ISP Universitas Malang angkatan 2013, ditemukan hasil bahwa *Experience* secara signifikan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan internet banking.

7. *Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios (Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, 2017)*

Dalam penelitian yang bertujuan dilakukan pada 242 mahasiswa sarjana UK yang telah mengetahui e-portofolio tentang kegunaan, kemudahan dan keinginan untuk menggunakan e-Portofolio ditemukan hasil bahwa *Experience* merupakan prediktor terbaik dari *Perceived Ease of Use*.

8. *The Virtual Reality Hardware Acceptance Model (VR-HAM): Extending and Individuating the Technology Acceptance Model (TAM) for VR-HAM (Kerry T. Manis & Danny Choi, 2019).*

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur persepsi konsumen tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, kenikmatan, dan sikap terhadap penggunaan dan pembelian perangkat keras VR dengan dampak usia, keingintahuan, penggunaan sebelumnya, dan harga yang bersedia dibayar sebagai anteseden utama. Ditemukan hasil bahwa *Experience (Experience)* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*.

Hubungan *Expectancy* terhadap *Perceived Usefulness*

1. *Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse (Alalwan, A.A., 2018).*

Dalam penelitian terhadap 500 pengguna smartphone yang telah mengadopsi dan menggunakan MFOA di Yordania, ditemukan *Effort Expectancy* gagal dalam memprediksi niat berkelanjutan untuk menggunakan kembali MFOA.

2. *Participation Motives In Physical Education: An Expectancy-Value Approach (Goudas, M. and Dermitzaki, I., 2004).*

Dalam penelitian terhadap 763 siswa sekolah menengah, ditemukan bahwa *Outcome Expectancy* menghasilkan korelasi yang berbeda dengan *Perceived Usefulness*.

Hubungan *Expectancy* terhadap *Intention to Use*

1. *Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators (Baptista, G. & Oliveira, T., 2015)*

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman kita tentang karakteristik individu dan situasional di penerimaan dan penggunaan mobile banking, memberikan wawasan baru tentang bagaimana budaya

mempengaruhi perilaku individu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ekspektasi kinerja ditemukan signifikan secara statistik dalam menjelaskan niat perilaku.

2. ***It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels*** (Morosan, C. and DeFranc, A., 2016)
 Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran lingkungan tugas sebagaimana digariskan oleh persepsi kinerja sistem yang lebih komprehensif dan memperjelas peran persepsi privasi dan keamanan dalam membentuk niat untuk menggunakan NFC-MP. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* adalah prediktor tertinggi niat.
3. ***Understanding Factors Influencing the Adoption of mHealth by the Elderly: An Extension of the UTAUT Model*** (Hoque, R. and Sorwar, G., 2017)
 Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model teoritis berdasarkan UTAUT dan kemudian mengujinya secara empiris untuk menentukan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi niat pengguna lansia untuk mengadopsi dan menggunakan layanan *mHealth*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan usaha memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pengguna untuk mengadopsi layanan *mHealth*.
4. ***Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse*** (Alalwan, A.A., 2018).
 Dalam penelitian terhadap 500 pengguna smartphone yang telah mengadopsi dan menggunakan MFOA di Yordania, ditemukan *Effort Expectancy* gagal dalam memprediksi niat berkelanjutan untuk menggunakan kembali MFOA.
5. ***Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology)*** (Mustaqim, R.N.; Kusyanti, A. and Aryadita, H., 2018).
 Dalam penelitian terhadap 100 konsumen yang pernah bertransaksi online melalui e-commerce XYZ Indonesia, ditemukan bahwa *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap niat perilaku, sedangkan *Effort Expectancy* secara negatif mempengaruhi niat perilaku.
6. ***Penerapan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang*** (Mutiara Indah & Henri Agustin, 2019).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bukti bahwa model UTAUT merupakan kerangka konseptual untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan Go-Pay sebagai salah satu layanan *mobile payment* di kota Padang dengan menggunakan sampel 150 pengguna Go-Pay. Ditemukan hasil bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap niat perilaku namun *Effort Expectancy* secara negatif mempengaruhi niat perilaku.

7. *Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model* (Dwivedi, Y.K.; Rana, N.P.; Jeyaraj, A. Clement, M. and Williams, M.D., 2019).

Tujuan penelitian Meta-analisis didasarkan pada 1600 pengamatan pada 21 hubungan yang dikodekan dari 162 penelitian sebelumnya ini adalah untuk menemukan bukti bahwa model UTAUT merupakan kerangka konseptual untuk memformalkan model teoritis alternatif untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan inovasi sistem informasi (SI) dan teknologi informasi (TI). Ditemukan hasil bahwa *Performance Expectancy* memiliki efek langsung pada niat perilaku.

8. *Pengaruh Harapan Kinerja, Pengaruh Sosial, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Kembali Sistem Pembayaran Elektronik* (Hiu, J.J.Y. and Anastasia, N., 2020).

Tujuan penelitian yang dilakukan pada 300 Masyarakat Surabaya untuk menguji pengaruh harapan kinerja, pengaruh sosial dan keamanan terhadap niat menggunakan kembali sistem pembayaran elektronik. Ditemukan hasil bahwa harapan kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan kembali sistem pembayaran elektronik.

9. *Mobile Food Ordering Apps: An Empirical Study of The Factors Affecting Customer e-Satisfaction and Continued Intention To Reuse* (Ali Abdallah Alalwan, 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji secara empiris faktor utama yang memprediksi kepuasan elektronik dengan MFOA dan niat pelanggan untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut di Yordania. Hasil penelitian ini, *Performance Experience* adalah faktor paling berpengaruh yang memprediksi niat berkelanjutan.

10. *Acceptance towards digital health interventions – Model validation and further development of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (Philippi, P.; Baumeister, H.; Apolina'rio-Hagen, J.; Ebert, D.D.; Hennemann, S.; Kott, L.; Lin, J.; Messner, E.M. and Terhorst, Y, 2021)

Penelitian Meta-analisis terhadap 10 studi relevan yang menilai penerimaan

peserta terhadap IMI berdasarkan UTAUT menghasil kesimpulan bahwa ada efek langsung yang kuat dari *Performance Expectancy* pada penerimaan.

11. ***Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model (Raza, S.A.; Qazi, W.; Khan, K.A. and Salam, J., 2021).***

Dalam penelitian terhadap 516 siswa mengenai *Learning Management System*, ditemukan hasil bahwa *Effort Expectancy* berhubungan positif dengan *Behavioral Intention*.

Hubungan *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Intention to Use*

1. ***Prior Experience, Perceived Usefulness and the Web: Factors Influencing Agricultural Audiences' Adoption of Internet Communication Tools (Irani, T., 2000).***

Penelitian yang dilakukan pada 120 mahasiswa pertanian ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* adalah prediktor terkuat dari *Behavioral Intention* untuk menggunakan alat komunikasi Internet.

2. ***Why Don'T Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social Influence, And Their Role In Technology Acceptance And Usage Behavior (Venkatesh, V. and Morris, M.G., 2000).***

Penelitian yang dilakukan pada 445 individu dari lima organisasi ditemukan hasil bahwa *pria* lebih menekankan *Usefulness* dalam menentukan *Behavior Intention*.

3. ***Prior Experience, Perceived Usefulness and the Web: Factors Influencing Agricultural Audiences' Adoption of Internet Communication Tools (Venkatesh, V.; Speier, C. and Morris, M.G., 2002).***

Penelitian yang dilakukan pada 445 individu dari lima organisasi ditemukan hasil bahwa *Behavior Intention* untuk menggunakan teknologi baru akan ditentukan oleh *Perceived Usefulness*.

4. ***Gender Differences in Teacher Computer Acceptance: Toward an Integrated Model (Yuen, A.H.K. and Ma, W.W.K., 2002).***

Penelitian yang dilakukan pada 186 program pendidikan guru penuh waktu satu tahun di Universitas Hong Kong tahun akademik 2001-2002 ditemukan hasil bahwa *Behavior Intention* untuk menggunakan teknologi baru akan ditentukan oleh *Perceived Usefulness*.

5. ***Viability of the "Technology Acceptance Model" in Multimedia Learning Environments: A Comparative Study (Saadé, R.G.; Nebebe, F. and Tan, W., 2007).***

Penelitian yang dilakukan pada 362 siswa mengenai *multimedia learning*, ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* berkontribusi secara signifikan terhadap niat *Intention to Use* komputer.

6. ***Towards The Implementation Of Web Based Courses In Postgraduate Healthcare Curricula: An Empirical Assesment (Katharaki, M.; Daskalakis, S. and Mantas, J., 2009).***

Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa pasca sarjana dari program Pascasarjana Antar Universitas dalam Manajemen Kesehatan dan Informatika Kesehatan, Fakultas Keperawatan di Universitas Nasional dan Kapodistrian Athena, Yunani ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* tidak mempengaruhi *Behavioral Intention*.

7. ***The Effects of Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks (Qin, L.; Kim, Y.; Hsu, J. and Ta, X., 2011).***

Penelitian yang dilakukan pada 284 pengguna jejaring sosial online yang terdaftar di kelas MIS di universitas yang terletak di timur laut Amerika Serikat ditemukan hasil bahwa dampak positif *Perceived Ease of Use* terhadap *User Intention* tidak signifikan.

8. ***The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on trust and intention to use mobile social software (Chinomona, R., 2013).***

Penelitian yang dilakukan pada 150 pengguna *Cellular Social Software* ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* perangkat lunak sosial seluler akan memiliki efek positif pada *Intention to Use* pengguna untuk menggunakan perangkat lunak sosial seluler.

9. ***Using the Technology Acceptance Model in Understanding Academics' Behavioural Intention to Use Learning Management Systems (Alharbi, S. and Drew, S., 2014).***

Penelitian yang dilakukan pada 59 anggota fakultas dari berbagai kampus dan departemen yang berbeda di Universitas Shaqra tentang sistem manajemen pembelajaran (LMS) ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif *Intention to Use* LMS.

10. ***Explain the Intention To Use Smartphones for Mobile Shopping (Sinda Agrebi & Joël Jallais, 2015).***

Penelitian yang dilakukan pada 529 masyarakat Turki tentang penggunaan smartphone untuk e-shopping ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* smartphone untuk melakukan pembelian di situs seluler dicatat.

11. ***Purchasing Wine Online: The Effects of Social Influence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Wine Involvement*** (Bonn, M.A.; Kim, W.G.; Kang, S. and Cho, Meehee, 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 425 responden mengenai perilaku pembelian konsumen anggur online ditemukan hasil bahwa Jalur dari *Perceived Usefulness* ke Intention pembelian anggur online secara signifikan positif.
12. ***Expanding The Technology Acceptance Model (TAM) to Examine Faculty Use of Learning Management Systems (LMSs) In Higher Education Institutions*** (Fathema, N.; Shannon, D. and Ross, M, 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 560 anggota fakultas dan GTA ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
13. ***Investigating the Importance of Trust on Adopting an Autonomous Vehicle*** (Jong Kyu Choi & Yong Gu Ji, 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 552 pengemudi ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*.
14. ***Investigating users' perspectives on e-learning: An integration of TAM and IS success model*** (Mohammadi, H., 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 420 mahasiswa empat universitas negeri di Teheran ditemukan hasil bahwa ada dampak positif dari *Perceived Usefulness* pada *Behavioral Intention*.
15. ***Tourists' intention to visit destination: Role of augmented reality applications for heritage site*** (Namho Chung, Heejeong Han & Youhee Joun, 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 150 penggunaan aplikasi AR di Istana Deoksugung ditemukan hasil bahwa ada dampak positif dari *Mobile Usefulness* pada *Behavioral Intention*.
16. ***Expanding The Technology Acceptance Model (TAM) to Examine Faculty Use of Learning Management Systems (LMSs) In Higher Education Institutions*** (Nafsaniath Fathema, David Shannon & Margaret Ross, 2015).
 Penelitian yang dilakukan pada 560 anggota fakultas dan GTA (baik pengguna Canvas maupun non-pengguna) ditemukan hasil bahwa ada dampak positif yang signifikan dari *Perceived Usefulness* pada *Behavioral Intention m-wallet*.

- 17. *The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking* (Kevin Danurdoro & Dwi Wulandari, 2016).**

Penelitian yang dilakukan pada 368 mahasiswa ISP Universitas Malang angkatan 2013 tentang penggunaan *Internet Banking* ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* tidak signifikan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*.

- 18. *Risk, Trust, and the Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers' Use of Social Media for Transactions* (Hansen, J.M.; Saridakis, G. and Benson, V., 2017).**

Penelitian yang dilakukan pada 318 konsumen di UK tentang Transaksi melalui SNS, ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada niat perilaku.

- 19. *A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance* (Liébana-Cabanillas, F.; Marinkovi, V. and Kalini Z, 2017).**

Penelitian yang dilakukan pada 224 konsumen *m-commerce*, ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention*.

- 20. *Role of attitude as mediator of the perceived ease of use and behavioural intention relationship* (Verma, P. and Sinha, N., 2017).**

Penelitian yang dilakukan pada 173 petani, ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* secara langsung.

- 21. *Examining the Impact of Gamification on Intention of Engagement and Brand Attitude in The Marketing Context* (Yang, Yousra Asaad & Yogesh Dwivedi, 2017).**

Penelitian yang dilakukan pada 323 mahasiswa universitas di Inggris dan Cina tentang penggunaan game "*Oreo: Twist, Lick, Dunk*", ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada niat pelanggan untuk terlibat dalam gamifikasi dan sikap merek mereka.

- 22. *Students Acceptance of Google Classroom: An Exploratory Study using PLS- SEM Approach (TAM)* (Al-Marroof, R.A.S. and Al-Emran, M. 2018).**

Penelitian yang dilakukan pada 305 mahasiswa Al Buraimi University College (BUC) di Oman mengenai Penerimaan Google Classroom ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* Google classroom.

- 23. *Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains-Indian context* (Kamble, S.; Gunasekaran, A. and Arha, H., 2018).**

Penelitian yang dilakukan pada 181 profesional rantai pasokan dari empat kota besar di India (Mumbai, New Delhi, Bangalore, dan Chennai) mengenai *Blockchain Technology* ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention*.

- 24. *Determinants of E-government Adoption: Testing the Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use* (Chen, L. and Aklirikou, A.K., 2019).**

Penelitian yang dilakukan pada 482 warga Togo ditemukan hasil bahwa *Behavioral Intention to Use* layanan *e-government* secara signifikan dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness*.

- 25. *Student acceptance of virtual laboratory and practical work: An extension of the technology acceptance model* (Estrieganaa, R.; Medina-Merodiob, J.A. and Barchino, R., 2019).**

Penelitian yang dilakukan pada 223 siswa berusia 18 atau 19 tahun ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* menjadi faktor signifikan dalam memprediksi varians dalam niat siswa untuk menggunakan perangkat pembelajaran.

- 26. *Investigating acceptance of mobile library application with extended technology acceptance model (TAM)* (Hamaad Rafique, Azra Shamim & Fozia Anwar, 2019).**

Penelitian yang dilakukan pada 340 pengguna MLA (*Mobile Library Apps*) ditemukan hasil bahwa *Perceived Usefulness* mempengaruhi *Behavior Intention*.

- 27. *The Influence Of Perceived Usefulness, Social Influence, Internet Self-Efficacy And Compatibility On Users' Intentions To Adopt E-Learning: Investigating The Moderating Effects Of Culture* (Faqih, K.M.S., 2019).**

Dalam penelitian pada 262 responden mengenai Teknologi *e-learning*, ditemukan *Perceived Usefulness* adalah prediktor penting dari *Behavior Intention* individu untuk mengadopsi teknologi *e-learning*.

- 28. *The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model* (Susan Lewa, Garry Wei-Han Tan, Xiu-Ming Loh, Jun-Jie Hew & Keng-Boon Ooi, 2020).**

Penelitian yang dilakukan pada 413 pengguna *m-wallet* Malaysia yang pernah menggunakan *m-wallet* di industri perhotelan ditemukan hasil bahwa ada dampak positif yang tidak signifikan dari *Mobile Usefulness* pada *Behavioral Intention m-wallet*.

29. *Student acceptance of virtual laboratory and practical work: An extension of the technology acceptance model* (Rosa Estrieganaa, José-Amelio Medina-Merodiob & Roberto Barchino, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji penerimaan siswa terhadap teknologi dan proses mengadopsi lingkungan belajar online yang menggabungkan sumber daya berbasis web, seperti laboratorium virtual, kegiatan interaktif, dan video pendidikan, dan metodologi pembelajaran berbasis permainan. Hasil penelitian ini, kegunaan yang dirasakan (PU) menjadi faktor signifikan dalam memprediksi varians dalam niat siswa untuk menggunakan perangkat pembelajaran.

30. *Using an extended Technology Acceptance Model to understand students' use of e-learning during Covid-19: Indonesian sport science education context* (Sukendro, S.; Habibi, A.; Khaeruddin; Indrayana, B.; Syahrudin; Makadada, F.A. and Hakim, H., 2020).

Penelitian yang dilakukan pada 974 mahasiswa ilmu keolahragaan Indonesia ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* berhasil menjelaskan *Behavior Intention*.

31. *Examining the technology acceptance model using cloud-based accounting software of Vietnamese enterprises* (Oanh Thi Tu Le & Quynh Mai Cao, 2020).

Penelitian yang dilakukan pada 112 akuntan dan manajer perusahaan di Vietnam ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan perangkat lunak akuntansi berbasis *cloud*.

32. *Predicting the Intention to Use Social Media Sites: A Hybrid SEM - Machine Learning Approach* (Salloum, S.A.; AlAhbabi, N.M.N.; Habes, M.; Aburayya, A. and Akour, I., 2021).

Penelitian yang dilakukan pada 369 siswa terdaftar di universitas terkemuka di Uni Emirat Arab ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Usefulness* secara signifikan memengaruhi *Intention* siswa untuk menggunakan jaringan media sosial dalam pembelajaran.

33. *Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior* (Kieran Mathieson, 2022).

Dalam penelitian terhadap 163 mahasiswa & 22 mahasiswi berusia rata-rata 22 tahun yang telah mengikuti pelajaran komputer, ditemukan hasil bahwa *Usefulness* berkontribusi pada *Intention*.

Hubungan *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Intention to Use*

1. ***Why Don't Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social Influence, And Their Role In Technology Acceptance And Usage Behavior (Venkatesh, V. and Morris, M.G., 2000).***
 Penelitian yang dilakukan pada 445 individu dari lima organisasi ditemukan hasil bahwa Wanita menimbang *Ease Of Use* lebih kuat dalam menentukan *Behavior Intention* daripada pria.
2. ***Prior Experience, Perceived Usefulness and the Web: Factors Influencing Agricultural Audiences' Adoption of Internet Communication Tools (Venkatesh, V.; Speier, C. and Morris, M.G., 2002).***
 Penelitian yang dilakukan pada 445 individu dari lima organisasi ditemukan hasil bahwa *Behavior Intention* untuk menggunakan teknologi baru akan
3. ***Gender Differences in Teacher Computer Acceptance: Toward an Integrated Model (Yuen, A.H.K. and Ma, W.W.K., 2002).***
 Penelitian yang dilakukan pada 186 program pendidikan guru penuh waktu satu tahun di Universitas Hong Kong tahun akademik 2001-2002 ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* berkontribusi secara signifikan terhadap niat *Intention to Use* komputer.
4. ***The Effects of Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks (Qin, L.; Kim, Y.; Hsu, J. and Ta, X., 2011).***
 Penelitian yang dilakukan pada 284 pengguna jejaring sosial online yang terdaftar di kelas MIS di universitas yang terletak di timur laut Amerika Serikat ditemukan hasil bahwa dampak positif *Perceived Ease of Use* terhadap *User Intention* tidak signifikan.
5. ***The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on trust and intention to use mobile social software (Chinomona, R., 2013).***
 Penelitian yang dilakukan pada 150 responden mengenai *Cellular Social Software* ditemukan hasil bahwa jalur *Perceived Ease of Use* memiliki efek positif pada *Intention to Use* pengguna untuk menggunakan perangkat lunak sosial seluler.
6. ***Purchasing Wine Online: The Effects of Social Influence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Wine Involvement (Bonn, M.A.; Kim, W.G.; Kang, S. and Cho, Meehee, 2015).***
 Penelitian yang dilakukan pada 425 responden mengenai perilaku pembelian konsumen anggur online ditemukan hasil bahwa jalur *Perceived Ease of Use* ke *Intention* pembelian anggur online secara signifikan positif.
7. ***Investigating the Importance of Trust on Adopting an Autonomous Vehicle (Jong Kyu Choi & Yong Gu Ji, 2015).***

Penelitian yang dilakukan pada 552 pengemudi ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention*.

8. *Investigating users' perspectives on e-learning: An integration of TAM and IS success model* (Mohammadi, H., 2015).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji model terintegrasi TAM dan D&M untuk mengeksplorasi efek fitur kualitas, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan pada niat dan kepuasan pengguna terhadap penggunaan e-belajar di Iran. Ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh *Intention to Use*.

9. *Explain the Intention To Use Smartphones for Mobile Shopping* (Sinda Agrebi & Joël Jallais, 2015).

Penelitian yang dilakukan pada 529 masyarakat Turki tentang penggunaan smartphone untuk e-shopping ditemukan hasil bahwa ada dampak positif yang tidak signifikan dari *Perceived Ease of Use* pada *Intention to Use* smartphone untuk melakukan pembelian di situs seluler dicatat.

10. *The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking* (Kevin Danurdoro & Dwi Wulandari, 2016).

Penelitian yang dilakukan pada 368 mahasiswa ISP Universitas Malang angkatan 2013 tentang penggunaan *Internet Banking* ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*.

11. *Risk, Trust, and the Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers' Use of Social Media for Transactions* (Hansen, J.M.; Saridakis, G. and Benson, V., 2017).

Penelitian yang dilakukan pada 318 konsumen di UK ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku.

12. *A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance* (Francisco Liébana-Cabanillas, Veljko Marinkovic & Zoran Kalinic, 2017).

Penelitian yang dilakukan pada 224 konsumen *m-commerce* ditemukan hasil bahwa tidak ada efek yang signifikan dari *Perceived Ease of Use* pada *Behavior Intention*.

13. *Examining the Impact of Gamification on Intention of Engagement and Brand Attitude in The Marketing Context* (Yang, Yousra Asaad & Yogesh Dwivedi, 2017).

Penelitian yang dilakukan pada 323 mahasiswa universitas di Inggris dan Cina tentang penggunaan game “*Oreo: Twist, Lick, Dunk*”, ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* tidak ditemukan sebagai prediktor niat keterlibatan.

14. *Students Acceptance of Google Classroom: An Exploratory Study using PLS- SEM Approach* (Al-Marroof, R.A.S. and Al-Emran, M., 2018).

Penelitian yang dilakukan pada 305 mahasiswa Al Buraimi University College (BUC) di Oman ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* secara positif mempengaruhi *Behavioral intention to use Google classroom*.

15. *Determinants of E-government Adoption: Testing the Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use* (Chen, L. and Aklkokou, A.K, 2019).

Penelitian yang dilakukan pada 425 responden mengenai perilaku pembelian konsumen anggur online ditemukan hasil bahwa jalur *Perceived Ease of Use* ke *Intention* pembelian anggur online secara signifikan positif.

16. *Investigating acceptance of mobile library application with extended technology acceptance model (TAM)* (Hamaad Rafique, Azra Shamim & Fozia Anwar, 2019).

Penelitian yang dilakukan pada 482 warga Togo ditemukan hasil bahwa *Behavioral Intention to Use* layanan e-government secara signifikan dipengaruhi oleh *Perceived Ease of Use*.

17. *The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model* (Susan Lewa, Garry Wei-Han Tan, Xiu-Ming Loh, Jun-Jie Hew & Keng-Boon Ooi, 2020).

Penelitian yang dilakukan pada 413 pengguna m-wallet Malaysia yang pernah menggunakan m-wallet di industri perhotelan ditemukan hasil bahwa ada dampak positif yang tidak signifikan dari *Mobile Ease of Use* pada *Behavioral Intention m-wallet*.

18. *Examining the technology acceptance model using cloud-based accounting software of Vietnamese enterprises* (Oanh Thi Tu Le & Quynh Mai Cao, 2020).

Penelitian yang dilakukan pada 112 akuntan dan manajer perusahaan di Vietnam ditemukan hasil bahwa ada dampak positif pada hubungan *Perceived Ease of Use* secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan perangkat lunak akuntansi berbasis *cloud*.

19. *Predicting the Intention to Use Social Media Sites: A Hybrid SEM - Machine Learning Approach* (Salloum, S.A.; AlAhbab, N.M.N.; Habes, M.; Aburayya, A. and Akour, I., 2021).

Penelitian yang dilakukan pada 369 siswa terdaftar di universitas terkemuka di Uni Emirat Arab ditemukan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan memengaruhi *Intention* siswa untuk menggunakan jaringan media sosial dalam pembelajaran.

Hubungan *Intention to Use* terhadap *Implementation*

Belum ada penelitian yang menyelidiki hubungan antara variabel *Intention to Use* terhadap variabel *Implementation*

Moderasi *Transfer Training* dalam hubungan *Intention to Use* terhadap *Implementation*

Belum ada penelitian yang menggunakan variabel *Transfer Training* sebagai variabel moderasi

2.3. Hubungan Antar variabel

2.3.1. Variabel *Subjektif Norm*

Subjective Norm terhadap niat telah menghasilkan hasil yang beragam, Mathieson (1991), Ozlem Baydas & Yuksel Goktas, (2017), dalam hasil penelitian tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari *Subjective Norm* terhadap niat, tetapi dari penelitian lain yang dilakukan oleh Taylor & Todd (1995), Kabir O. Kasim, Scott R. Winter, Dahai Liu, Joseph R. Keebler & Tyler B. Spence, (2021), Xueqin Wang, Yiik Diew Wong, Tianyi Chen & Kum Fai Yuen, (2022) menemukan pengaruh positif yang signifikan.

Fazil Abdullah & Rupert Ward (2016), Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, (2017), Demei Shen, James Laffey, Yimei Lin, and Xinxin Huang -Volume 5, Number 3, Winter (2006), Lijun Chen & Apetogbo Komlan Aklikokou (2019) , Said A. Salloum, Nafla Mahdi Nasser AlAhabbi Mohammed Habes, Ahmad Aburayya and Iman - Sustainability (2021) ,Steven Haryono& Ritzky Karina M.R. Brahmanak (2015), Noha Bendary& Ibrahim Al-Sahouly (2018) , menemukan pengaruh positif yang signifikan yaitu *subyektive Norm* Terhadap *Perceived Ease Of use* ,

Subyektive Norm Terhadap *Perceived usefulness*, pernah di teliti oleh , Fazil Abdullah & Rupert Ward, 2016, Fazil Abdullah, Rupert Ward & Ejaz Ahmed, 2017, Ares Albirru Amsal, Siska Lusya Putri, Febri Rahadi& Mellyna Eka Yan Fitri volume 506 (2020), Elena Karahanna & Detmar W. Straub 35 (1999), Mark A. Bonn, Woo Gon Kim, Sora Kang & Meehee Cho- 00:1–29, 2015, Roland Izuagbe& Sunday Olanrewaju Popoola - Review of Integrative Business and Economics

Research, Vol. 8, Supplementary Issue 4 (2017), Lijun Chen & Apetogbo Komlan Aklikokou-2019, dan menghasilkan semua hubungan positif yang signifikan.

2.3.2. Variabel *Experience*

Beberapa penelitian mendapati hasil bahwa *Experience* memberikan pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (Itani, 2000; Goudas & Dermitzaki, 2004; Abdullah & Ward, 2016; Horst *et.al.*, 2007; Alharbi & Drew; 2014) dan Tubaishat, 2017), namun pengaruh negatif ditemukan pada penelitian Manis & Choi (2019).

Pengaruh positif *Experience* terhadap *Perceived Ease of Use* ditemukan oleh Abdullah & Ward, 2016; Horst *et.al.*, 2007; Tubaishat, 2017 dan Manis & Choi, 2019) dan pengaruh negatif tidak ditemukan dalam penelitian lain.

2.3.3. Variabel *Expectancy*

Penelitian *expectancy terhadap Intention to Use* dalam penelitiannya menghasilkan bahwa *expectancy* berpengaruh signifikan positif terhadap *terhadap Intention to Use* antara lain adalah Ali Abdallah Alalwan, 2020, Mutiara Indah & Henri Agustin, 2019, Mutiara Indah & Henri Agustin, 2019.

2.3.4. Variabel *Perceived usefulness*

Beberapa penelitian mendapati hasil bahwa *Perceived Usefulness* memberikan pengaruh negatif terhadap *Intention to Use* (Agrebi, 2015; Katharaki *et.al.*, 2009 dan Tselios *et.al.*, 2011). Sedang pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* ditemukan oleh Venkatesh & Morris (2000); Venkatesh *et.al* (2002); Yuen & Ma (2002), Choi (2015); Danurdoro & Wulandari (2016); Saadé *et.al* (2007); Yang (2017); Liébana-Cabanillas *et.al*(2017); Al-Marouf & Al-Emran (2018) dan Rafique *et.al* (2019).

2.3.5. Variabel *Perceived Ease Of use*

Venkatesh & Morris (2000), Venkatesh *et.al* (2002), Yuen & Ma (2002), Agrebi & Jallais (2015), Choi (2015), Al-Marouf & Al-Emran (2018), Hansen (2018), Rafique *et.al* (2019) dan Lewa *et.al* (2020) menyatakan bahwa *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Intention to Use*, sedangkan hasil yang berlawanan dinyatakan oleh Liébana-Cabanillas *et.al.* (2017), Mohammadi (2015) dan Yang *et.al* (2017).

Ease of Use telah ditemukan memiliki kemudahan dalam menggunakan (*EaseofUse*) dari sebuah teknologi dengan manfaat yang dirasakan (*Usefulness*) secara jelas telah diakui di *Technolgy Acceptance Model* (Marosan, 2012).

Penelitian yang dilakukan Lu&Su(2009); Hsu & Lu (2007), Agarwal&Karahanna (2000), Venkatesh (2000) mengatakan ,bahwa dalam menentukan niat untuk menggunakan teknologi tersebutdiharapka nantinya dapat menimbulkan dampak yang positif pada penggunaan teknologi, sehingga sebuah teknologi informasi harus mudah untuk dipelajaridan mudah untuk digunakan.

2.3.6. Variabel *Intention to Use*

Passengers' perceptions on the use of biometrics at airports: A statistical model of the extended theory of planned behavior, Kabir O. Kasim (2021), An investigation of technology-dependent shopping in the pandemic era: Integrating response efficacy and identity expressiveness into theory of planned behaviour, Xueqin Wang (2022), Continuance intention in gamified mobile applications: A study of behavioral inhibition and activation systems, Elif Tugba Aydinlyurt (2021), Smartphone use among young drivers: Applying an extended Theory of Planned Behaviour to predict young drivers' intention and engagement in concealed responding, Gauld (2022), semua peneltian di atas menghasilkan bahwa sigifikan positif