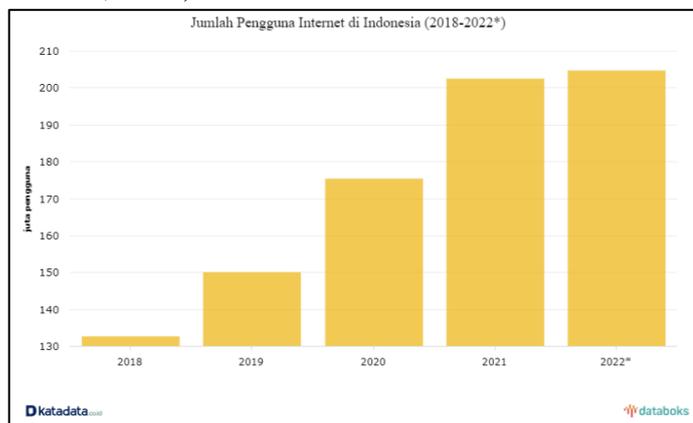


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

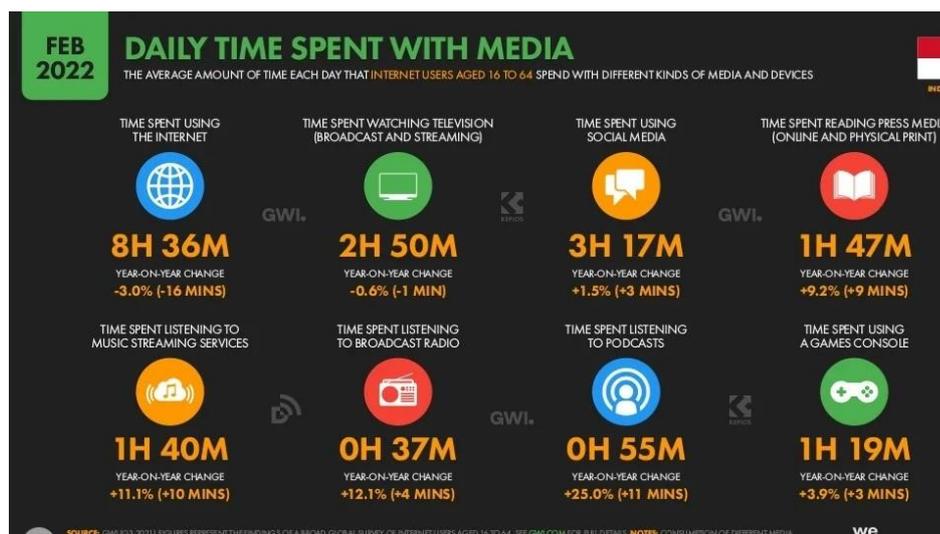
Perkembangan teknologi yang semakin pesat di masa ini berdampak banyak terhadap kehidupan masyarakat. Salah satu dari produk hasil perkembangan teknologi adalah internet, salah satu hal yang dikembangkan seiring dengan perkembangan teknologi. *Data Reportal* (2022) mencatat pada Januari 2022, pengguna internet di dunia mencapai angka 4,95 miliar per Januari 2022, yang sebelumnya berjumlah 4,76 miliar per Januari 2021. Angka ini terus meningkat setiap tahunnya, dari tahun 2018 yang berjumlah 3,95 miliar, meningkat menjadi 4,21 miliar pada tahun 2019, yang kemudian meningkat lagi menjadi 4,42 miliar pada tahun 2020. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna internet per Januari 2022 mencapai angka 204,7 juta atau mencakup 73,7% dari total jumlah penduduk Indonesia. Angka ini naik 1,03% dari jumlah sebelumnya 202,6 juta pengguna pada tahun 2021 (Katadata, 2022).



Gambar 1. 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber: Katadata, diunduh 25 Maret 2022

Peningkatan pengguna internet juga dipicu oleh peningkatan pengguna perangkat seluler. Data dari *Data Reportal* yang ditulis oleh Suara.com (2022) mencatat bahwa jumlah perangkat seluler yang terkoneksi di Indonesia mencapai angka 370,1 juta di tahun 2022, sedangkan menurut data dari Worldometer yang ditulis oleh Kompas.com (2022), jumlah penduduk Indonesia (April 2022) adalah sebanyak 278,7 juta jiwa atau sekitar 3,51% dari total penduduk dunia. Angka ini lebih sedikit dari jumlah perangkat seluler yang terkoneksi pada internet di tahun 2022. Artinya, rata-rata kepemilikan perangkat seluler di Indonesia adalah 1:1,33 yang berarti rata-rata masyarakat Indonesia memiliki lebih dari 1 perangkat seluler.



Gambar 1. 2. Waktu yang Dihabiskan Dengan Media

Sumber: We Are Social (Hootsuite), diunduh 25 Maret 2022

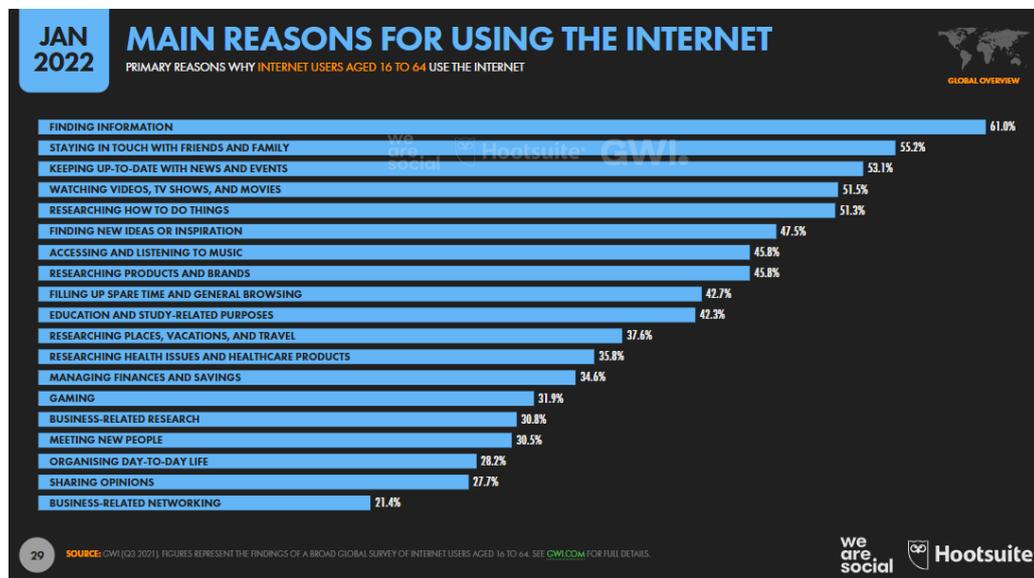
We Are Social (melalui Hootsuite, 2022) mencatat waktu yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses berbagai media dan perangkat. Penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia setiap harinya tercatat sebanyak rata-rata 8 jam 36 menit. Di urutan kedua adalah penggunaan media sosial yang

tercatat selama rata-rata 3 jam 17 menit sehari. Masyarakat Indonesia juga menonton televisi selama rata-rata 2 jam 50 menit, baik dalam bentuk siaran langsung (*broadcast*) maupun siaran tidak langsung (*streaming*).

Di Indonesia, dunia pertelevisian diawali pada tahun 1962, yang mana pada saat itu, Asian Games IV sedang diselenggarakan di Jakarta. TVRI muncul sebagai pelopor industri televisi Nasional. Televisi saat itu merupakan media komunikasi antara masyarakat dan pemerintah. Selama tahun 1962-1990, TVRI memonopoli pertelevisian Indonesia. Di tahun 1991, setelah pemerintah mengeluarkan regulasi dunia penyiaran, televisi swasta seperti RCTI dan SCTV mulai bermunculan, yang kemudian RCTI juga mulai menayangkan acara-acara hiburan berupa film-film impor. Selain RCTI dan SCTV, ada TPI yang menyiarkan konten pendidikan dan layanan masyarakat yang membidik kalangan anak-anak sebagai segmen pasarnya. Setelah TPI muncul, televisi swasta lainnya mulai banyak bermunculan (Rieka, 2012). Setelah puluhan tahun menjadi hiburan untuk masyarakat Indonesia, televisi mulai terdisrupsi oleh media sosial yang keberadaannya semakin masif seiring dengan perkembangan teknologi internet (Abdullah & Puspitasari, 2018).

Hal ini dikarenakan perkembangan internet yang dipicu oleh perkembangan teknologi juga merubah preferensi konsumen (Lee et al., 2018). Contohnya pada Generasi Z yang saat ini tidak menganggap televisi sebagai kebutuhan atau sumber utama untuk mencari hiburan, dikarenakan konten di internet yang lebih mudah untuk diakses (Pratama et al., 2019). *Smartphone* yang terhubung ke internet dapat mempermudah konsumen untuk mengakses konten yang mereka sukai, seperti dilakukan GWI (2022) menunjukkan persentase alasan utama orang-orang di dunia

menggunakan internet. Kegiatan menonton video, siaran televisi, dan film menduduki peringkat keempat alasan utama untuk menggunakan internet dengan persentase sebanyak 51,5% pengguna. Perubahan preferensi konsumen serta tingginya pertumbuhan dalam konsumsi video *online* kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan penyedia konten dengan mengadakan layanan video berbasis langganan atau *subscription video on demand*, atau disingkat sebagai SVOD (Nagaraj et al., 2021).



Gambar 1. 3. Alasan Utama Untuk Menggunakan Internet

Sumber: GWI, diunduh 25 Maret 2022

SVOD adalah salah satu bentuk dari layanan OTT atau *over-the-top*. Layanan *over-the-top* adalah segala jenis layanan yang disediakan melalui jaringan atau infrastruktur milik operator, tetapi tidak secara langsung melibatkan operator (Bahasan.id, 2019). Techopedia (2016) mendefinisikan *subscription video on demand* atau SVOD sebagai sebuah layanan yang memberikan akses tidak terbatas kepada pengguna untuk mengakses berbagai jenis program dengan tarif bulanan

tetap. Wayne (2018) mendefinisikan *subscription video on demand* sebagai layanan yang mengharuskan pelanggan untuk membayar sejumlah biaya agar dapat mengakses konten yang disediakan oleh layanan *subscription video on demand* tersebut selama pengguna terkoneksi pada internet. Pengguna memiliki kontrol penuh terhadap layanan, termasuk dapat memutuskan kapan ingin berhenti dari program berlangganan (Techopedia, 2016). Penggunaan teknologi *over-the-top* (OTT) menjadikan layanan SVOD memiliki kemampuan untuk membantu pengguna dalam mencari konten hiburan dengan mudah dengan sistem rekomendasi menggunakan *artificial intelligence* (AI) dan *Big Data* (Amatriain, 2013). Selain dalam bentuk *subscription-based*, layanan *video on demand* umumnya juga ditawarkan dalam bentuk *transactional* (TVOD), *advertising-based* (AVOD), dan *free ad-supported TV* (FAST).

Produk dan layanan dalam *subscription video on demand* disediakan dalam bentuk konten premium yang dapat diakses secara bebas setelah konsumen membayar sejumlah biaya yang disebut sebagai tarif berlangganan. Perusahaan penyedia layanan *subscription video on demand* akan mendapatkan keuntungan dari tarif berlangganan yang dibayarkan konsumen setiap bulannya atau setiap tahunnya (Boonmee, 2019). Selain itu, tujuan model bisnis dengan konsep berlangganan adalah untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada untuk tetap berlangganan pada layanan yang diberikan perusahaan, sembari perusahaan mengakuisisi konsumen baru (Investopedia, 2019). Dengan persepsi nilai yang tinggi terhadap biaya yang dikeluarkan konsumen dan dijual tanpa kontrak, saat ini layanan *subscription video on demand* adalah model bisnis yang paling

menguntungkan dan menjadi segmen terbesar dalam pasar layanan *over-the-top* (Harmonic Inc, 2021).

Berbeda dengan TV tradisional yang memiliki jadwal penayangan untuk konten-kontennya, *video on demand* memungkinkan konsumen untuk menikmati, mengunduh, dan memilih konten video mereka kehendaki kapanpun, di manapun, dan melalui perangkat apapun. Layanan *video on demand* hadir di Indonesia untuk menggantikan penyewaan dan penjualan DVD atau Blu-ray (Lipi Press, 2021). *Video on demand*, khususnya dalam penelitian ini yang berbentuk *subscription video on demand*, memiliki beberapa keuntungan dibandingkan TV tradisional seperti dirangkum dalam **Tabel 1.1**.

Tabel 1. 1. Perbandingan TV Tradisional dan SVOD.

	TV Tradisional	<i>Subscription Video on Demand</i>
Aksesibilitas	Pengguna dapat menonton video hanya di satu tempat spesifik yang tersedia televisi, seperti di rumah.	Pengguna dapat menonton video dimanapun menggunakan perangkat yang terkoneksi internet, seperti televisi, <i>smartphone</i> , atau tablet.
Pilihan Konten	Pengguna hanya bisa menonton video yang sedang ditayangkan saat itu.	Pengguna dapat memilih video mana yang akan ditonton.
Biaya	Kebanyakan konten yang tersedia adalah konten gratis, namun pengguna dapat berlangganan layanan televisi kabel berbayar.	Pengguna harus membayar untuk dapat mengakses konten.
Preferensi	Pengguna hanya dapat menonton 1 kali dan tidak bisa diulang.	Pengguna dapat menonton berkali-kali, tergantung keinginannya.

Sumber: Intenet, diolah 16 April 2022

Dirangkum dari Muvi.com (2017), beberapa keuntungan yang didapatkan pengguna ketika mengakses *video on demand* dibandingkan dengan TV tradisional antara lain:

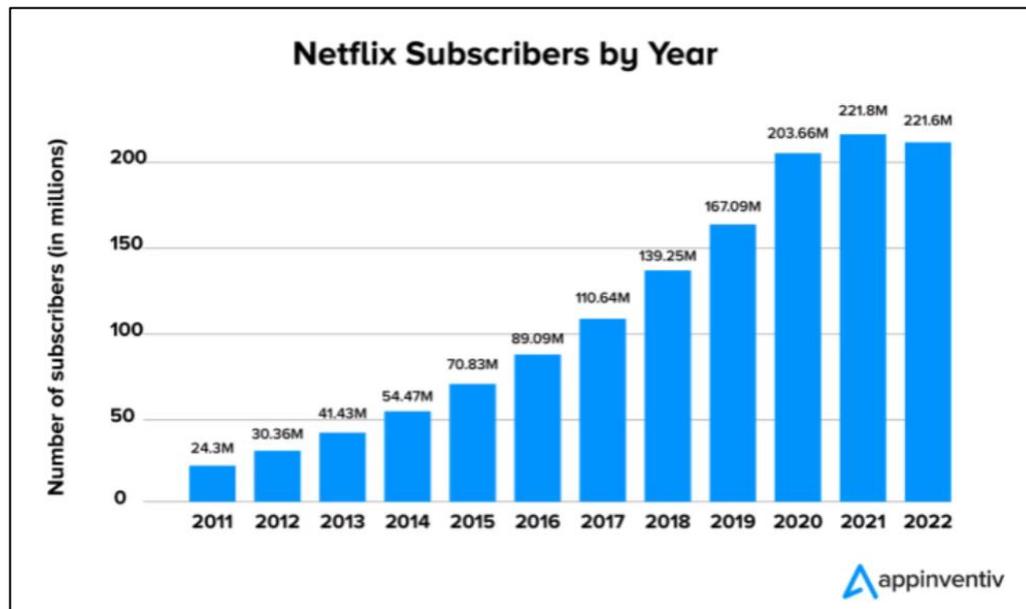
1. Kenyamanan: pengguna dapat memilih untuk menonton konten yang diinginkan sebanyak apapun mereka mau. Pada *video on demand*, pengguna dapat melakukan *pause*, *jump forward*, *jump backward*, *replay*, *return* atau *download*, sedangkan pada TV tradisional, konten tersedia berdasarkan wilayah geografis tempat tinggal pengguna. Layanan *video on demand* biasanya juga dapat digunakan oleh lebih dari satu perangkat dan pengguna dapat memutuskan kapan akan berhenti berlangganan, sedangkan TV tradisional hanya dapat diakses melalui satu perangkat televisi dengan tanpa biaya.
2. Konektivitas dan Perangkat: untuk dapat mengakses layanan *video on demand*, perangkat yang digunakan harus terkoneksi pada internet dengan koneksi cepat. Perangkat yang umum digunakan untuk dapat mengakses *video on demand* umumnya *smartphone*, *SmartTV*, komputer, atau tablet.
3. Variasi: layanan *video on demand* menyediakan banyak variasi konten, seperti film, drama, hiburan, olahraga, dokumenter, dan lain-lain. Melalui *video on demand*, pengguna dapat mengakses konten yang tersedia di negara lain, yang mana TV tradisional tidak menyediakan hal ini.

Layanan SVOD sendiri sebenarnya sudah muncul di tahun 1990-an, namun layanan tersebut belum dikembangkan secara masif seperti sekarang, dan konsumennya masih tidak sebanyak TV tradisional maupun penyewaan DVD

konvensional. Setelah Netflix meluncurkan platform-nya di Amerika Serikat pada tahun 2007, serta potensi bisnis yang besar dari model bisnis *subscription video on demand* membuat semakin banyaknya perusahaan yang membuat bisnis *subscription video on demand*. Contoh layanan SVOD yang tersedia di dunia adalah Amazon Prime, Hulu, Netflix, Disney+ Hotstar dan HBO yang mana perusahaan-perusahaan tersebut banyak memproduksi konten original mereka sendiri. Survei yang dilakukan Deloitte (2019) menunjukkan bahwa responden secara global setidaknya berlangganan satu layanan *video streaming* (69%). Beberapa layanan SVOD tersebut juga membuka layanan di Indonesia, seperti Netflix yang membuka layanan sejak tahun 2016 sekaligus menjadi layanan SVOD pertama yang membuka layanan di Indonesia (Fergus Putri et al., 2021) disusul Disney+ Hotstar yang membuka layanan sejak tahun 2019. Selanjutnya beberapa layanan SVOD yang populer di Indonesia adalah Iflix, Vidio, VIU, WeTV, dan iQIYI. Semua layanan SVOD tersebut memiliki keunggulan dan eksklusivitas masing-masing, serta tersedia dengan harga yang variatif.

Netflix (Netflix, Inc) merupakan salah satu layanan SVOD yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan JustWatch Streaming Charts yang diambil dari Kumparan.com (2022), Netflix menguasai 25% pasar *subscription video on demand* di Indonesia. Perusahaan ini diluncurkan pada tahun 1997, yang pada awalnya kedua penemu Netflix, yaitu Reed Hastings dan March Randolph memiliki ide untuk membuat penyewaan DVD (*Digital Video Disc*) melalui pengiriman paket dan surat. Layanan penyewaan dan penjualan DVD kemudian berubah menjadi layanan streaming yang mempermudah

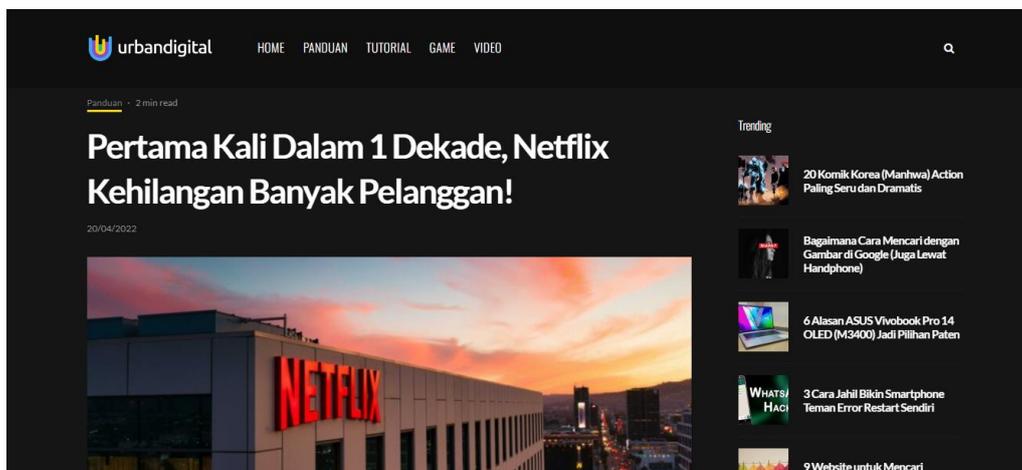
konsumen dalam menonton film dan serial tanpa harus menyewa atau membeli DVD. Hingga saat ini, Netflix menawarkan berbagai film dan serial dengan melakukan kerjasama distribusi dengan berbagai rumah produksi, serta melakukan produksi sendiri yang dikenal sebagai “Netflix Originals”.



Gambar 1. 4. Pelanggan Netflix Tahun 2011-2022

Sumber: Appinventiv.com, diunduh 19 Oktober 2022

Tercatat pada tahun 2011-2021, jumlah konsumen Netflix di dunia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Layanan Netflix tersedia pada 190 negara, dengan dominasi pengguna berada di Amerika Serikat yaitu sebesar 64,5%. Disusul oleh Norwegia sebesar 62,4%, Kanada sebesar 56,9%, dan Denmark sebesar 54,9% (*Internet Advisor, 2022*). Peningkatan jumlah pengguna Netflix juga dipicu oleh pandemi Covid-19 yang membuat banyak orang mencari hiburan dengan memanfaatkan layanan *video streaming*.

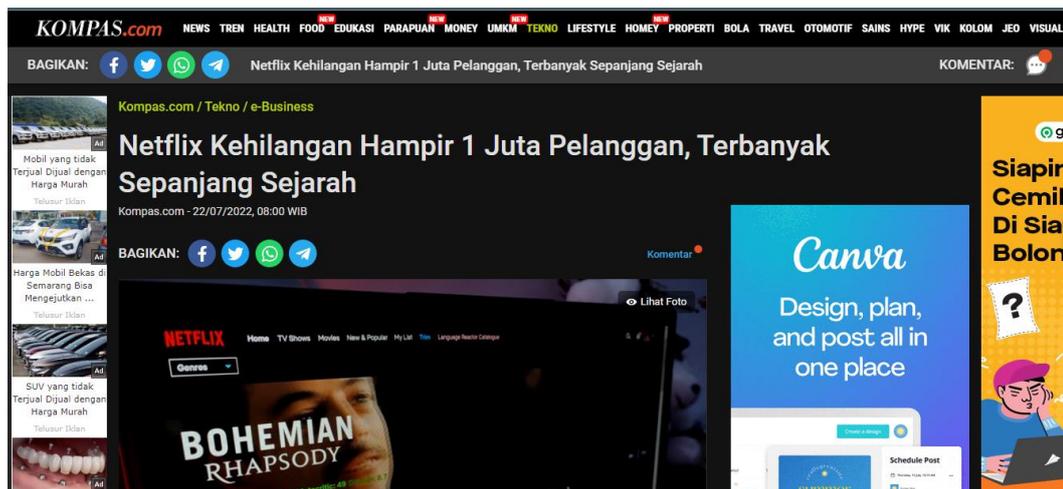


Gambar 1. 5. Berita Netflix Kehilangan Pelanggan, Juni 2022

Sumber: Urbandigital.id, diunduh 25 Juni 2022

Dikutip dari situs web Urbandigital.id (2022), Netflix kehilangan sebanyak 200.000 pelanggan selama Q1 2022. Jumlah ini terbanyak sepanjang 1 dekade terakhir, meskipun sebelumnya Netflix memprediksi akan mendapatkan peningkatan jumlah pelanggan hingga 2,5 juta pelanggan di periode tersebut. Penyebab menurunnya pelanggan tersebut sebagian bergantung pada faktor yang tidak bisa mereka kendalikan secara langsung, seperti penggunaan TV, biaya data, dan penerapan hiburan berdasarkan permintaan. Penyebab kedua berasal dari banyaknya “pelanggan ilegal” yang mengakses Netflix melalui lebih dari 100 juta akun yang dibagikan secara gratis dari pelanggan berbayar ke orang lain, sehingga hal ini membuat Netflix menerapkan kebijakan pembatasan aktivitas pengguna yang sering membagikan akun ke orang lain dan membebankan biaya tambahan untuk aktivitas berbagi akun. Faktor ketiga adalah persaingan kuat antar *platform* lain yang sejenis, seperti Youtube, Amazon, dan Hulu yang berlomba-lomba menyediakan fitur-fitur menarik untuk menggaet minat masyarakat. Terakhir,

faktor keempat yang berasal dari faktor makro, yaitu pertumbuhan ekonomi yang lamban, inflasi, peristiwa geopolitik, dan beberapa gangguan lanjutan dari Covid-19.

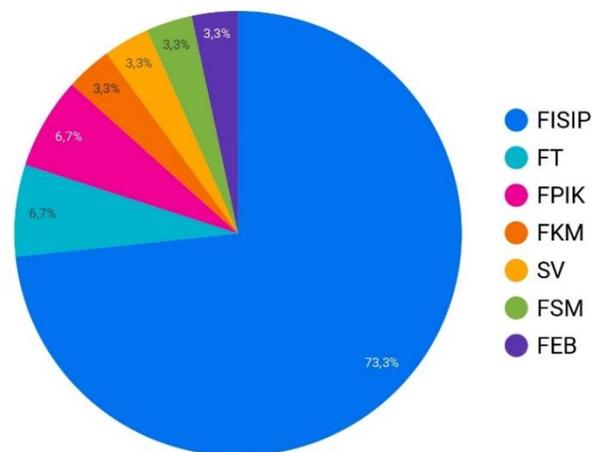


Gambar 1. 6. Berita Netflix Kehilangan Pelanggan, Juli 2022

Sumber: Kompas.com, diunduh 10 Oktober 2022

Berita terbaru yang dilansir dari Kompas.com (2022) menuliskan bahwa pada kuartal-II tahun 2022, Netflix kehilangan hampir 1 juta pelanggan, tepatnya sebanyak 970.000 *subscribers*. Angka ini lebih kecil dari perkiraan mereka di kuartal-I yaitu sebanyak 2 juta *subscribers*. Meskipun begitu, angka ini masih merupakan jumlah penyusutan terbesar sepanjang sejarah keberadaan Netflix.

Sebagai data dukung untuk penelitian ini, peneliti melakukan pra-survey kepada 30 mahasiswa Universitas Diponegoro pengguna Netflix sebagai representasi pengguna Netflix yang berada di Kota Semarang.



Gambar 1. 7. Sebaran Responden Pra-Survey

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Melalui pra-survey yang dilakukan, peneliti mendapatkan jawaban dari 22 mahasiswa FISIP (73,3%), masing-masing 2 mahasiswa dari FT dan FPIK (masing-masing 6,7%), dan masing-masing 1 mahasiswa dari FKM, SV, FSM, dan FEB (masing-masing 3,3%) yang menggunakan Netflix dalam rentang waktu 1 tahun terakhir. Pertanyaan yang diajukan berupa pertanyaan terkait kendala pada aplikasi atau kendala teknis dan pertanyaan terkait permasalahan eksternal atau kendala non-teknikal.

Tabel 1. 2. Hasil Pra-Survey Pengguna Netflix di Kota Semarang

No.	Permasalahan	Jumlah Respon	Persentase(%)
1.	Tidak bisa logout	1	3,33
2.	Tidak bisa ganti password	1	3,33
3.	Video tiba-tiba berhenti	4	13,33
4.	Kendala saat berbagi akun	3	10,00
5.	Video tiba-tiba berhenti dan subtitle hilang sendiri	3	10,00
6.	Halaman tidak bisa dibuka	1	3,33
7.	Kualitas video tidak stabil	1	3,33
8.	Tidak bisa login	1	3,33
9.	Screen limit	1	3,33
10.	Subtitle delay	1	3,33
11.	Kendala non-teknikal (harga kurang kompetitif dan film tidak lengkap)	13	43,33
Jumlah Respon		30	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Data dari pra-survey juga didukung oleh beberapa ulasan pengguna Netflix yang menggunakan Netflix melalui laptop dengan sistem operasi windows. Dikarenakan Netflix secara resmi tidak membagikan ulasan secara publik, maka ulasan-ulasan tersebut diambil dari *website* www.sitejabber.com. Permasalahan yang ditulis oleh beberapa pengguna ini berhubungan dengan sistem dan juga konten yang tersedia pada *platform* Netflix, yang berimplikasi pada persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) *platform* Netflix.

Netflix going down the drain

★☆☆☆☆ September 17th, 2022

This new business model that started well is gradually deteriorating. More and more connection errors are appearing on any of my devices: TV, tablets and PC. On receiving a "connection error", I switch to other platforms such as HBO or Prime, and they're working fine. Clearly the problem is at Netflix.

I have a 1 Gb fibre optical connection which is working on par to its specs.

And Netflix wants to charge more? Don't make me laugh.

At night, this streaming service is constantly buffering.

★☆☆☆☆ January 18th, 2023

I have had Netflix for 5 years. It is the worst streaming channel that I have. I have to constantly reset the channel due to buffering at night. I am just about fed up with Netflix. HBO, Peacock, Roku, Paramount Plus, Starz, Showtime, AMC, and Hulu never give me this problem. In this case, it has to be a Netflix problem. If you are thinking about getting Netflix, try a trial period and make sure you don't have this problem.

Ok so now we're up to four calls and 2 and a half hours wanted.trying to cancel Netflix

★☆☆☆☆ February 24th, 2023

Four calls and two and a half hours trying to cancel Netflix that I cancelled a month ago.but Netflix took it upon themselves to keep changing my account. Without my consent.when you cancel. Something that should be the end.but not Netflix.and to get a credit.is almost impossible.what a scam

Feel cheated

★☆☆☆☆ December 5th, 2022

Netflix have really good shows but the big issue is Netflix do not continue the seasons. They have the customers waiting for season 2 and it never comes. I have watched so many international movie shows that have season 2 and Netflix did not fulfill this. I want Netflix to finish the tv movies in its entirety not just leave the viewers hanging and waiting for nothing. It really is disappointing. Like why would i pay for subscription when all the tv movie shows that have seasons to come dont get continued? Really i feel cheated by Netflix

Guess they don't want NEW customers.

★☆☆☆☆ September 5th, 2022

I decided I'd finally try Netflix. What a HORROR even trying to sign up. I keep getting messages that there's something wrong with my payment method. I called Credit Card company ticked off, thinking they were declining it when I have stellar credit. They said there were no attempts OR declines on record. Not even from Netflix. Over 2 hours Last night trying. A 1/2 hours on Support and another hour today. I searched for a solution and you can see threads talking about this as far back as 4 years ago that I could see, and these IDIOTS haven't solved the issue yet. Dumb, Dumb, Dumb... Glad I don't own stock...

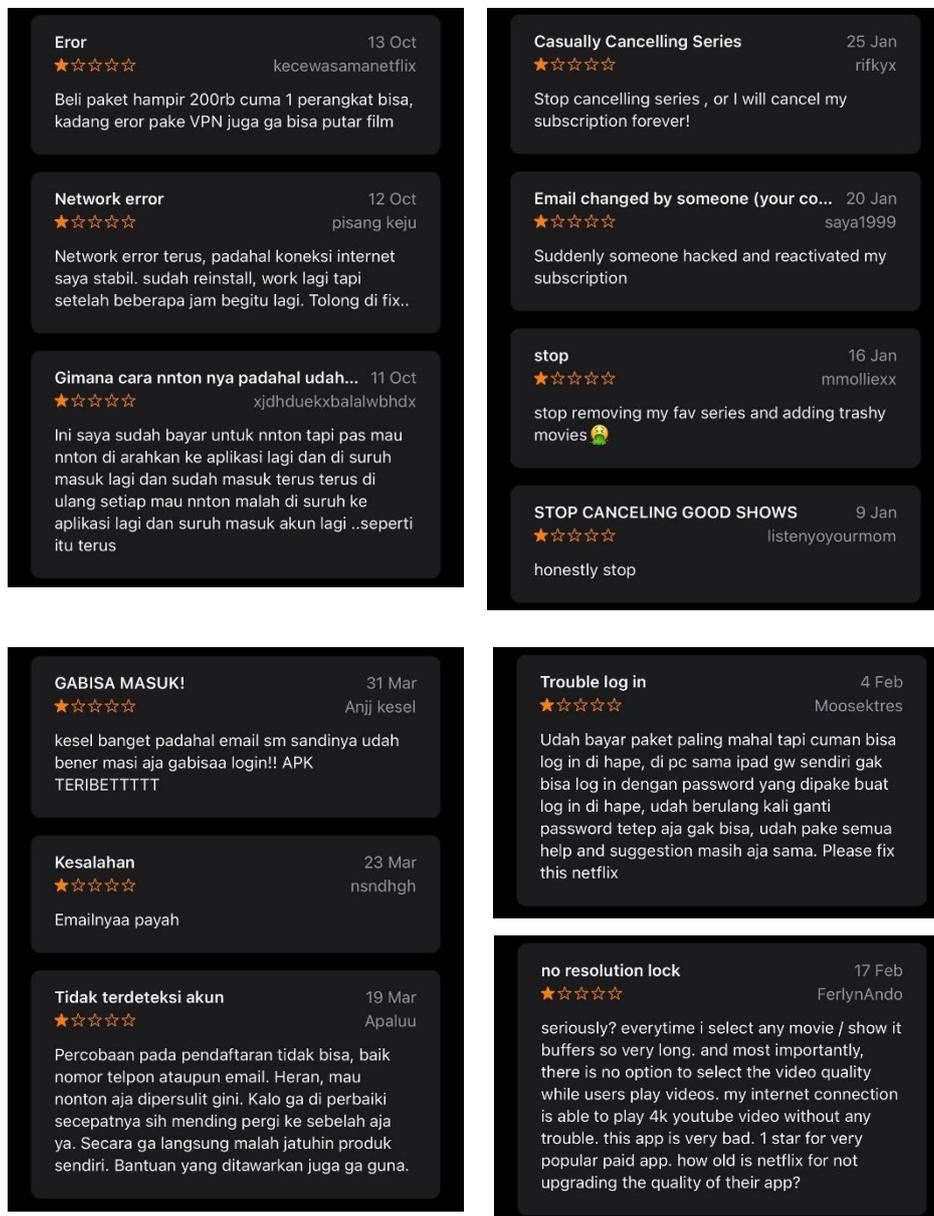
Products used:

Amazon Prime Video

Gambar 1. 8. Ulasan Pengguna Website Netflix

Sumber: www.sitejabber.com (diunduh 2 April 2023)

Selain itu, peneliti juga mengambil beberapa ulasan pada *Appstore* untuk ulasan pengguna di Indonesia yang berkaitan dengan penggunaan *platform*.



Gambar 1. 9. Ulasan Pengguna Aplikasi Netflix

Sumber: Appstore (diunduh 7 April 2023)

Permasalahan-permasalahan di atas menjadi hambatan bagi konsumen atau pengguna, karena sebuah sistem teknologi haruslah mudah digunakan (*easy to use*) agar dapat digunakan dan memberikan manfaat (*usefulness*). Selain itu, menurut *website* UrbanDigital.id (2022), salah satu penyebab berkurangnya *subscriber* Netflix di Q1 2022 disebabkan oleh persaingan antar perusahaan penyedia layanan *video on demand* seperti Amazon dan Hulu yang berlomba-lomba menyediakan fitur menarik untuk menggaet minat masyarakat dalam menggunakan layanan.

Pandemi Covid-19 di Indonesia mempercepat adopsi layanan *over the top* dengan jenis layanan *video streaming*, baik yang berbasis langganan atau gratis dengan iklan. Survei dari MarkPlus yang dipublikasikan oleh Kompas.com di tahun 2020 mencatat bahwa masyarakat dengan sukarela akan mengalokasikan *budget* mereka untuk membayar media berbayar, seperti Netflix dan PayTV. Selain itu, penggunaan *online streaming* gratis meningkat dari 51,8% menjadi 56,4%. Hal ini menunjukkan penerimaan masyarakat terhadap teknologi baru yang ditawarkan oleh layanan *over the top*, khususnya dalam bentuk *subscription video on demand*.

Untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap teknologi baru, digunakan sebuah teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) yaitu *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* atau TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* atau TRA yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen (1975). TRA menjelaskan tentang model teori psikologi sosial yang menerangkan faktor-faktor psikologis yang mendorong perilaku manusia (Jogiyanto, 2007). Teori TAM telah digunakan dalam banyak penelitian yang membahas mengenai adopsi dan penggunaan teknologi informasi (Yousafzai et al.,

2010). Menurut pendapat Venkatesh dan Morris (2000), TAM merupakan konsep yang dianggap paling baik untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap sistem teknologi informasi baru, serta terbukti secara empiris dapat menjelaskan niat pengguna (*user intentions*) dan perilaku (*behavior*) dalam menggunakan teknologi. Teori TAM menjelaskan tentang validasi dan pengukuran persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang dirasakan pengguna ketika menggunakan teknologi komputer (Davis, 1989). Konstruksi TAM telah diujikan oleh banyak peneliti dalam riset adopsi sistem informasi (Igbaria et al., 1997; Venkatesh et al., 2003; Van der Heijden, 2004; Chesney, 2006; Abdillah, 2009).

Teori TAM yang dikembangkan oleh Davis et al. (1989) membahas mengenai pengukuran penerimaan seorang pengguna terhadap sistem teknologi informasi baru menggunakan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, yang kemudian tercermin pada *actual system use*, yaitu ketika pengguna secara nyata telah menggunakan teknologi tersebut. Beberapa peneliti telah menguji pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *actual system use*, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Palapa & Saifudin (2021) yang menguji Aplikasi Pendaftaran Penilaian *Training Record Book* (Smile 05). Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *actual system use*, yang berarti ketika sistem atau aplikasi tersebut mudah digunakan, mudah dimengerti, bermanfaat, dan memiliki nilai efisiensi, maka pengguna akan cenderung terus-menerus menggunakan sistem atau aplikasi tersebut dalam jangka waktu yang lama.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Chairina (2021) menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual system use*, sedangkan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual system use*.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai TAM, variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* lebih banyak digunakan untuk mengukur *behavioral intention to use* dibandingkan *actual system use* (Turner et al., 2010). *Literature review* yang dilakukan oleh Turner et al. (2010) menyatakan bahwa hal ini dikarenakan variabel *perceived usefulness*, dan khususnya *perceived ease of use*, lebih baik dalam memprediksi *behavioral intention to use* dibandingkan dalam memprediksi *actual system use*. *Behavioral intention to use* atau *intention to use* (minat penggunaan) adalah ukuran kekuatan minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis et al., 1989), yang dalam hal ini perilaku tersebut berarti penggunaan. Beberapa penelitian yang menguji pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *intention to use* antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Camilleri & Falzon (2021) yang meneliti tentang motivasi untuk menggunakan layanan *online streaming*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menjadi faktor yang memotivasi responden untuk menggunakan layanan *online streaming*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Van der Heijden (2004) yang meneliti tentang *hedonic (pleasure-oriented) information system*, yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah faktor yang lebih mempengaruhi *intention to use* dibandingkan *perceived usefulness*. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Park (2009) yang

meneliti mengenai *e-learning* pada mahasiswa di Konkuk University, di mana variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *intention to use*.

Model penelitian Davis et al. (1989) menyatakan bahwa *intention to use* muncul sebelum *actual system use*, yang berarti pengguna akan memiliki minat untuk menggunakan sistem sebelum benar-benar menggunakannya. Beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan *intention to use* sebagai variabel intervening antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, sebagai konstruk utama TAM, terhadap *actual system use* adalah penelitian yang dilakukan oleh Money & Turner (2004) yang meneliti tentang *Knowledge Management System*, di mana variabel *intention to use* merupakan variabel penting yang dapat memediasi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *actual system use*. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Narsa (2019) yang meneliti tentang *e-learning AULA*, *intention to use* berperan sebagai variabel pemediasi parsial, baik antara *perceived ease of use* terhadap *actual system use* maupun antara *perceived usefulness* terhadap *actual system use*.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, serta perbedaan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti mengajukan judul penelitian **“Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Intention to Use* sebagai Variabel Intervening pada Layanan *Subscription Video on Demand* (Studi pada Pengguna Netflix di Kota Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Perubahan preferensi konsumen seiring perkembangan teknologi membuat banyak industri bersaing untuk menciptakan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sistem teknologi yang semakin maju memunculkan banyaknya *platform* penyedia layanan *over the top*, salah satunya dalam bentuk *subscription video on demand*. Setiap penyedia layanan *subscription video on demand* memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing yang akan mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan layanan. Permasalahan yang terjadi pada *platform* Netflix datang dari pengguna yang menilai bahwa aplikasi Netflix banyak terjadi *bug* dan *error* yang menyebabkan sulitnya pengguna dalam menggunakan aplikasi sehingga berimplikasi pada kebermanfaatan yang diterima oleh pengguna. Selain itu, berdasarkan pra survey yang dilakukan terhadap 30 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Diponegoro sebagai representasi pengguna Netflix yang berada di Kota Semarang, diperoleh hasil berupa kendala teknis yang berkaitan dengan fitur-fitur dan kualitas penayangan video pada Netflix. Sebagai produk yang memanfaatkan teknologi dan sistem informasi, penerimaan pengguna terhadap Netflix dapat diukur menggunakan *Technology Acceptance Model* dengan konstruk *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel independen, *intention to use* sebagai variabel intervening, dan *actual system use* sebagai variabel dependen. Dari permasalahan tersebut, disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix?

2. Apakah *intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix?
5. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix?
6. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix?
7. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
2. Untuk mengetahui pengaruh *intention to use* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.

4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
6. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah dan memperkaya konsep dan teori sehingga diharapkan dapat mengembangkan dan mendukung ilmu Administrasi Bisnis terutama di bidang sistem informasi, khususnya tentang adopsi dan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi layanan konten video berbasis langganan atau *subscription video on demand*.
2. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian yang dilakukan di masa mendatang untuk dikembangkan dan dilengkapi kekurangannya, sehingga dapat memajukan ilmu pengetahuan dan pendidikan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu dan menambah pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam

bidang bisnis mengenai sistem informasi pada produk digital serta implikasinya pada penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi sistem informasi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi pihak perusahaan agar dapat mengembangkan usahanya, serta mempertahankan konsumen lama dan mengakuisisi konsumen baru dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan (*intention to use*) pengguna yang berimplikasi pada keputusan menggunakan sistem (*actual system use*).

3. Bagi Pihak-Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang *Technology Acceptance Model* pada layanan *subscription video on demand* terutama Netflix, sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan di masa yang akan datang.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 *Technology Acceptance Model*

Tahun 1989, Fred D. Davis mengembangkan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* atau TAM adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat menerima teknologi dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari (Ketut Agustini, 2014). Dalam menerima informasi baru yang berbasis teknologi, beberapa orang mungkin akan sulit untuk mengerti

dan menerimanya. Maka dari itu, penting untuk mengukur tingkatan penerimaan dan pemahaman pengguna mengenai teknologi dengan mengukur perilaku pengguna, salah satunya dengan *Technology Acceptance Model* (Jogiyanto, 2007). TAM bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menentukan penerimaan komputer secara umum, serta menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi pada *end-user* dalam berbagai populasi pengguna, yang dalam saat yang sama dibenarkan secara teoritis (Davis, 1989)

TAM diadaptasi TRA atau *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen (1975), di mana teori TRA menjelaskan tentang model teori psikologi sosial yang menjelaskan tentang faktor-faktor psikologis yang mendorong perilaku manusia (Jogiyanto, 2007). *Technology Acceptance Model* menjadi salah satu teori yang banyak digunakan untuk mengukur tingkatan penerimaan teknologi dan memahami penggunaan suatu layanan baru (Jogiyanto, 2007). Jogiyanto (2007) mengemukakan beberapa kelebihan *Technology Acceptance Model*, antara lain:

1. TAM merupakan model penelitian mengenai perilaku yang menjawab pertanyaan tentang mengapa banyak sistem informasi teknologi gagal diimplementasikan dikarenakan pengguna menolak untuk menggunakan sistem tersebut.
2. TAM dikembangkan berdasarkan dasar teoritikal yang kuat.
3. TAM sudah divalidasi oleh banyak peneliti, sehingga dapat dinyatakan bahwa TAM adalah model konstruk yang tepat untuk menggambarkan perilaku pengguna saat menggunakan sistem informasi teknologi.

Technology Acceptance model yang dikembangkan oleh Davis (1986)

memiliki 5 konstruk, yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan meningkatkan kinerjanya.

2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan membebaskannya dari usaha.

3. *Attitude Toward Using* (Sikap Terhadap Penggunaan)

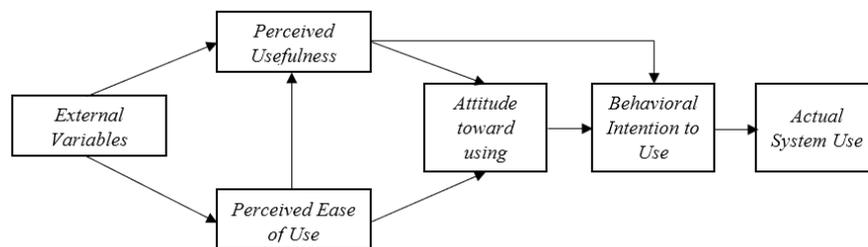
Evaluasi dari pengguna tentang ketertarikannya dalam menggunakan suatu sistem teknologi.

4. *Behavioral Intention to Use* (Minat Perilaku dalam Penggunaan)

Minat atau keinginan seorang individu untuk melakukan perilaku tertentu.

5. *Actual System Use* (Penggunaan Teknologi Sesungguhnya)

Diukur dengan jumlah waktu yang digunakan seorang individu untuk berinteraksi dengan teknologi, dan seberapa sering frekuensi mereka dalam penggunaan teknologi tersebut.

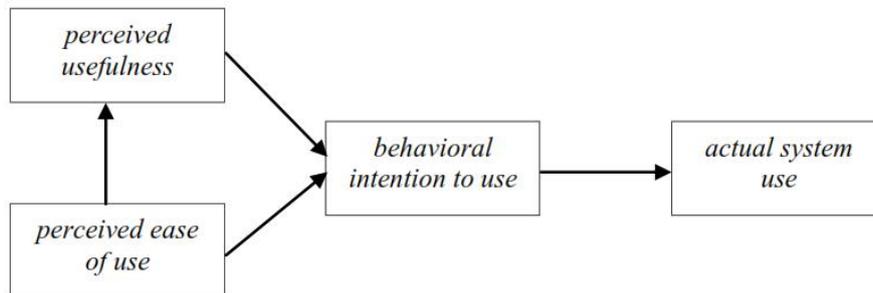


Gambar 1. 10. Technology Acceptance Model

Sumber: Davis et al. (1989)

Davis (1989) berpendapat bahwa terdapat 2 (dua) faktor utama yang digunakan untuk mengukur penerimaan penggunaan teknologi oleh masyarakat, yaitu *perceived usefulness* (*perceived usefulness*) dan *perceived ease of use* (*perceived ease of use*). Ketika sebuah layanan menawarkan manfaat dan kemudahan, pengguna akan cenderung menerima sistem tersebut, dikarenakan sistem tersebut akan mempermudah pengguna untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dan dapat meningkatkan performa (Jogiyanto, 2007).

Menurut model TAM, persepsi seseorang yang menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti pengalaman, pengetahuan, tingkat kecakapan, dan proses IT (Boonmee, 2019). Penelitian ini menggunakan TAM untuk menganalisis adopsi atau penerimaan seseorang terhadap sebuah sistem atau teknologi yang tercermin penggunaan aktual sistem atau *actual system use* yang dimediasi oleh minat penggunaan atau *intention to use*. Sistem atau teknologi yang pada diteliti dalam penelitian ini adalah *subscription video on demand*, khususnya Netflix. Penelitian ini menghilangkan variabel *attitude toward using* dengan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang menyatakan hasil bahwa variabel mediator *attitude toward using* tidak memberikan pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *intention to use* (Davis, 1986; Davis et al., 1989) maupun terhadap *actual system use* (Money & Turner, 2004), sehingga referensi model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 11. Model Penelitian Money & Turner (2004)

Sumber: Money & Turner (2004)

1.5.3 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* merupakan salah satu konstruk dari *Technology Acceptance Model*. Davis (1986) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai derajat sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan membebaskannya dari usaha. Hal ini merupakan pengembangan dari kata “*ease*” atau “kemudahan” itu sendiri, yaitu “bebas dari kesulitan atau usaha besar/*free of effort*”. Seseorang akan menggunakan sebuah sistem teknologi apabila sistem tersebut dipercaya dapat memfasilitasi kesulitan yang ia temui dalam pekerjaannya (Rahmat, 2019). Jogiyanto (2007) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan bebas dari usaha. Sebaliknya, seseorang tidak akan menggunakan suatu sistem teknologi apabila dia mempercayai bahwa sistem tersebut tidak mudah digunakan. Aditya & Wardhana (2016) berpendapat bahwa *perceived ease of use* didasari oleh sejauh mana harapan pengguna terhadap sistem baru yang akan digunakan akan membebaskannya dari kesulitan. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived ease of*

use adalah persepsi atau cara pandang pengguna dalam memandang kemudahan sistem teknologi yang dia gunakan. Jika sistem teknologi tersebut dapat membebaskannya dari usaha untuk melakukan sesuatu, maka sistem teknologi tersebut dapat dikatakan mudah digunakan.

Variabel *perceived ease of use* menjadi salah satu konstruk yang telah diujikan dalam penelitian oleh Davis (1989). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor *perceived ease of use* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan suatu sistem teknologi. Agar seseorang mau menggunakan sebuah sistem, sistem tersebut harus mudah digunakan tanpa harus mengeluarkan usaha lebih. Skala pengukuran *perceived ease of use* yang digunakan Davis et al. (1989) dalam penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Saya sering bingung ketika menggunakan sistem surat elektronik
2. Saya sering membuat kesalahan ketika menggunakan sistem surat elektronik
3. Berinteraksi dengan sistem surat elektronik sering membuat frustrasi
4. Saya harus sering melihat panduan pengguna ketika menggunakan surat elektronik
5. Berinteraksi dengan sistem surat elektronik membutuhkan banyak usaha mental
6. Saya merasa mudah untuk memulihkan kesalahan yang terjadi ketika menggunakan surat elektronik
7. Sistem surat elektronik seringkali kaku dan tidak fleksibel untuk digunakan

8. Saya merasa mudah untuk sistem surat elektronik untuk melakukan hal yang ingin saya lakukan
9. Sistem surat elektronik seringkali berperilaku tidak terduga
10. Saya merasa sistem surat elektronik rumit untuk digunakan
11. Interaksi saya dengan sistem surat elektronik mudah untuk dipahami
12. Saya mudah untuk mengingat cara mengerjakan pekerjaan menggunakan sistem surat elektronik
13. Sistem surat elektronik menyediakan panduan yang bermanfaat untuk melakukan pekerjaan
14. Secara keseluruhan, saya merasa sistem surat elektronik mudah untuk digunakan.

Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem dapat membebaskan mereka dari usaha. Venkatesh & Davis (2000) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur dengan 4 (empat) indikator, yaitu:

1. *Clear and understandable*
Interaksi antar individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
2. *Does not require a lot of mental effort*
Individu tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
3. *Easy to use*
Sistem teknologi mudah digunakan atau dioperasikan
4. *Easy to get the system to do what user wants to do*

Dapat dengan mudah mengontrol sistem

Penelitian Lu & Gustafon (1994) mengenai *computerized support system* (CSS) CHESS mengemukakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur menggunakan 3 (tiga) *item*, yaitu:

1. Aplikasi CHESS mudah digunakan.
2. Mudah untuk mengingat penggunaan aplikasi CHESS.
3. CHESS jelas dan mudah dipahami.

Penelitian Akdim et al. (2022) mengenai minat berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi media sosial mengemukakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur menggunakan 4 (empat) *item*, yaitu:

1. Interaksi dengan aplikasi jelas dan mudah dipahami (*user friendly*).
2. Penggunaan aplikasi tidak memerlukan usaha lebih.
3. Penggunaan aplikasi mudah untuk dipelajari.
4. Secara keseluruhan, aplikasi mudah untuk digunakan.

Penelitian Camilleri & Falzon (2021) mengenai penggunaan layanan *online streaming* mengemukakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur menggunakan 2 (dua) *item*, yaitu:

1. Adalah hal yang mudah bagi pengguna untuk mengakses layanan *online streaming* dari program yang tayang secara langsung maupun siaran ulang.
2. Pengguna mudah untuk mengakses layanan *online streaming* melalui perangkat digital dan perangkat seluler, termasuk *smart TV*, *smartphone*, dan tablet.

Penelitian Chen et al., (2023) mengenai perilaku pengguna *platform* OTT mengemukakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur menggunakan 3 (tiga) *item* yang berkaitan dengan:

1. Pembelajaran (kemudahan dalam mempelajari sistem)
2. Akses (akses terhadap sistem)
3. Fungsi (fitur pencarian, rekomendasi, riwayat menonton, lintas perangkat, opsi menonton secara *offline*)

Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Kumar et al., (2003), *user interface feature* (fitur-fitur pada antarmuka pengguna) juga menjadi faktor yang memengaruhi *perceived ease of use* pada situs *website*. Hal ini dikarenakan pada saat pertama kali menggunakan sebuah aplikasi/*website*, pengguna akan pertama kali melihat tampilan dari aplikasi/*website* tersebut. Ketika tampilan dari aplikasi/*website* tersebut nyaman dilihat atau mudah dipahami, pengguna akan tertarik untuk menggunakannya (Pratama & Cahyadi, 2020). Tampilan aplikasi/*website* yang mudah dipahami juga akan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi/*website* tersebut.

Kemudahan penggunaan dapat mendorong seseorang yang menggunakan sistem secara sukarela untuk melakukan eksplorasi terhadap sistem (Lu & Gustafon, 1994). Ketika pengguna menemukan bahwa sebuah sistem mudah untuk digunakan, nyaman dinavigasikan, dan memiliki struktur yang baik, maka pengguna akan menikmati penggunaannya, yang kemudian berimplikasi pada penggunaan berkelanjutan dari sebuah sistem atau aplikasi (Akdin et al., 2022). Menurut Fatuh & Widyastuti (2009), ketika pengguna sistem teknologi sudah

mempercayai sistem tersebut, maka mereka akan merasakan bahwa sistem teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Penelitian mengenai *online streaming* yang dilakukan oleh Camilleri & Falzon (2021) menyatakan bahwa pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi *streaming* pada *smart TV*, *smartphone*, dan tablet lebih mudah untuk digunakan dan memungkinkan mereka untuk mengakses tontonan lebih cepat dibandingkan dengan TV tradisional.

1.5.4 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat atau *perceived usefulness* merupakan salah satu konstruk dalam *Technology Acceptance Model*. Davis (1986) dan Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan penggunaan sebuah sistem akan meningkatkan kinerja mereka”. Hal ini merupakan pengembangan dari definisi “*useful*” atau “kebermanfaatan” itu sendiri, yaitu “kemampuan untuk digunakan secara menguntungkan”. Dengan kata lain, ketika seorang individu percaya bahwa suatu sistem teknologi dapat bermanfaat baginya, maka ia akan mau menggunakan sistem tersebut.

Variabel *perceived usefulness* menjadi salah satu konstruk yang telah diujikan dalam penelitian oleh Davis (1989), yang mana hasilnya menyatakan bahwa faktor *perceived usefulness* merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Agar seseorang berminat untuk menggunakan suatu sistem, maka sistem tersebut harus memiliki manfaat yang bisa diterima oleh pengguna ketika menggunakannya. Dalam penelitiannya, Davis (1989) menggunakan skala pengukuran berikut untuk mengukur *perceived usefulness*:

1. Pekerjaan saya akan lebih sulit dilakukan tanpa surat elektronik
2. Menggunakan surat elektronik memberikan saya kontrol yang lebih besar terhadap pekerjaan saya
3. Menggunakan surat elektronik meningkatkan performa pekerjaan saya
4. Sistem surat elektronik memenuhi kebutuhan saya yang berkaitan dengan pekerjaan
5. Menggunakan surat elektronik menghemat waktu saya
6. Surat elektronik membantu saya menyelesaikan tugas lebih cepat
7. Surat elektronik mendukung aspek penting dari pekerjaan saya
8. Menggunakan sistem surat elektronik dapat memungkinkan saya untuk menyelesaikan lebih banyak pekerjaan yang sebelumnya tidak mungkin bisa saya lakukan
9. Menggunakan sistem surat elektronik mengurangi waktu yang saya habiskan untuk melakukan aktivitas yang tidak produktif
10. Menggunakan sistem surat elektronik meningkatkan efektivitas dalam menyelesaikan pekerjaan
11. Menggunakan sistem surat elektronik meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan
12. Menggunakan sistem surat elektronik meningkatkan produktivitas saya
13. Menggunakan sistem surat elektronik membuat saya lebih mudah dalam melakukan pekerjaan saya
14. Secara keseluruhan, saya merasa sistem surat elektronik bermanfaat untuk pekerjaan saya

Venkatesh & Davis (2000) dalam penelitiannya menuliskan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *perceived usefulness*, yaitu:

1. *Improves job performance*

Meningkatkan performa pengguna dalam melakukan aktivitasnya.

2. *Increases productivity*

Meningkatkan produktivitas pengguna ketika melakukan aktivitasnya.

3. *Enhance job effectiveness*

Meningkatkan efektivitas pengguna dalam melakukan pekerjaan.

4. *Useful*

Berguna bagi penggunanya.

Penelitian M.K et al., (2018) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *mobile application* mengemukakan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur menggunakan 6 (enam) item, yaitu:

1. Penggunaan *mobile app* meningkatkan performa dalam mencari informasi.

2. Penggunaan *mobile app* meningkatkan performa dalam bersosialisasi.

3. Penggunaan *mobile app* mempermudah dalam pencarian informasi.

4. Penggunaan *mobile app* mempermudah dalam berkomunikasi dengan orang lain.

5. *Mobile app* bermanfaat untuk pencarian informasi.

6. *Mobile app* bermanfaat untuk mendukung hubungan sosial.

Penelitian Lim & Zhang (2022) mengenai penggunaan personalisasi AI pada *platform* berita digital mengemukakan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur menggunakan 5 (lima) *item*, yaitu:

1. Menemukan berita yang relevan berdasarkan minat pengguna
2. Memilih tipe berita yang diminati pengguna
3. Menemukan berita yang paling menarik
4. Menemukan topik yang menarik pengguna
5. Memilih berita berdasarkan preferensi pengguna

Penelitian Camilleri & Falzon (2021) mengenai penggunaan layanan *online streaming* mengemukakan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur menggunakan 3 (tiga) *item*, yaitu:

1. Layanan *online streaming* memungkinkan pengguna untuk melihat konten yang ingin ditonton lebih cepat dibandingkan layanan TV tradisional
2. Layanan *online streaming* meningkatkan pengalaman menonton tontonan yang informatif atau menghibur
3. Pengguna dapat menonton melalui layanan *online streaming* di tempat manapun

Widhiastuti (2017) berpendapat manfaat yang dipercayai oleh seseorang mengenai sebuah sistem teknologi informasi akan meningkatkan keinginan seseorang itu untuk menggunakan sistem teknologi tersebut. Muntianah et al. (2012) berpendapat bahwa ketika seseorang berkeyakinan bahwa sebuah sistem mudah untuk digunakan dan akan meningkatkan produktivitasnya, maka seseorang itu akan puas menggunakan sistem tersebut. Kondisi ini tercermin dari kondisi nyata saat penggunaan teknologi.

Perceived ease of use juga mempengaruhi *perceived usefulness*. Hal ini dikarenakan semakin mudah suatu sistem, maka sistem tersebut juga akan dirasa

lebih mudah untuk digunakan (Rahmat, 2019). Dalam hal ini, *perceived usefulness* juga dapat dikonsiderasikan memiliki pengaruh terhadap *intention to use* pada teknologi berupa layanan konten digital berbayar, seperti pada layanan *subscription video on demand*.

Sebagai *platform* penyedia layanan *subscription video on demand*, Netflix menyediakan berbagai macam film dan serial yang dapat diakses oleh penggunanya ketika sudah membeli paket berlangganan. Dilansir dari *website* Pendidikan Bahasa Inggris UII (pbi.uui.ac.id, 2022), beberapa manfaat yang dapat dirasakan pengguna dengan menonton film adalah:

1. Meredakan stress
2. Memberikan motivasi
3. Memberikan pengetahuan baru
4. Menjadi sarana mempelajari bahasa asing
5. Menjadi sarana mempelajari budaya lain

Menurut Davis et al., (1989), kesulitan dalam menggunakan suatu teknologi komputerisasi dapat disingkirkan dengan manfaat yang dimiliki sistem tersebut, yang mana hal ini dapat mempengaruhi penerimaan teknologi. Kim & Kim (2020) menyatakan bahwa minat berlangganan akan terjadi apabila konsumen merasakan *perceived usefulness* dari layanan berlangganan. Penelitian yang dilakukan oleh Camilleri & Falzon (2021) menyebutkan bahwa manfaat yang diterima oleh pengguna layanan *online streaming* yaitu pengguna dapat menonton program yang informatif dan menghibur melalui layanan tersebut. Manfaat tersebut membuat

pengguna menggunakan *platform* lebih lama dan meningkatkan frekuensi pengguna kembali lagi pada *platform* (Normalini, 2017).

1.5.5 Minat Penggunaan (*Intention to Use*)

Minat penggunaan atau *intention to use* merupakan ukuran kekuatan minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975). Venkatesh & Davis (2000) mengartikan *intention to use* sebagai “*a behavioral of people to keep using certain technology, level of intention to use can be predicted by their behavior toward that certain technology*” (perilaku seseorang yang terus menerus menggunakan teknologi tertentu, tingkatan minat penggunaan dapat diprediksi melalui perilaku mereka terhadap teknologi tersebut). Menurut Davis et al. (1989), *intention to use* adalah ukuran kekuatan minat seorang individu untuk melakukan perilaku tertentu, yang dalam hal ini perilaku tersebut berarti penggunaan. Berdasarkan penelitian oleh Davis et al. (1989) yang dilakukan dengan mengembangkan model TRA dan TAM, *intention to use* merupakan salah satu konstruk kuat yang dapat memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi yang tercermin pada *actual system use* bersama dengan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Venkatesh & Davis (2000) mengemukakan indikator untuk mengukur *intention to use* yaitu:

1. *Intention to use a system*

Ketika seseorang memiliki akses kepada sebuah sistem, maka ia akan cenderung berminat untuk menggunakan sistem tersebut

2. *Prediction to use a system*

Ketika seseorang diberikan akses kepada sebuah sistem, maka kemungkinan ia akan menggunakan sistem tersebut.

Penelitian Barata & Coelho (2021) mengenai faktor-faktor yang mendorong minat penggunaan dan minat merekomendasikan layanan *music streaming* mengemukakan bahwa *intention* dapat diukur menggunakan 3 (tiga) *item*, yaitu:

1. Pengguna berniat untuk melanjutkan menggunakan layanan *music streaming* di masa mendatang
2. Pengguna selalu mencoba untuk menggunakan layanan *music streaming* di kehidupan sehari-hari
3. Pengguna berencana untuk menggunakan layanan *music streaming* di masa mendatang

Penelitian Menon (2022) mengenai minat penggunaan layanan *over the top* (OTT) mengemukakan bahwa *intention* dapat diukur menggunakan 5 (lima) *item*, yaitu:

1. Pengguna memiliki minat untuk berlangganan layanan OTT
2. Pengguna berpikir bahwa berlangganan layanan OTT merupakan ide yang bagus
3. Pengguna memiliki intensi untuk terus menggunakan layanan OTT daripada berhenti menggunakannya
4. Pengguna memilih untuk menggunakan *platform* OTT dibandingkan dengan alternatif lain
5. Pengguna akan terus menggunakan layanan OTT di masa mendatang

Penelitian Camilleri & Falzon (2021) mengenai penggunaan layanan *online streaming* mengemukakan bahwa *intention to use* dapat diukur menggunakan 2 (dua) *item*, yaitu:

1. Pengguna akan terus menggunakan perangkat digital untuk menonton *online streaming*
2. Pengguna merasa harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk mengakses layanan *online streaming*

Penelitian ini menggunakan *intention to use* sebagai konstruk yang memediasi *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi manfaat) terhadap *actual system use* (penggunaan aktual sistem) pada layanan *subscription video on demand*.

1.5.6 Penggunaan Aktual Sistem (*Actual System Use*)

Teori *Technology Acceptance Model* menjelaskan tentang penerimaan pengguna terhadap suatu sistem teknologi tercermin pada penggunaan aktual sistem (*actual system use*). Igbaria et al. (1995) mendefinisikan penggunaan sistem sebagai seberapa banyak waktu yang digunakan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan sistem dan juga frekuensi penggunaan sistem. Menurut Davis (1989), *actual system use* adalah respon psikomotor eksternal seseorang yang diukur dengan penggunaan nyata. Dengan kata lain, *actual system use* adalah ketika seseorang mempraktikkan perilaku nyata dalam pengadopsian suatu sistem dengan menggunakan sistem tersebut. Igbaria et al. (1997) dalam penelitiannya menemukan bahwa seorang individu akan menggunakan suatu sistem apabila mereka percaya bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Davis et al. (1989), penggunaan sistem diukur menggunakan 2 (dua) pertanyaan yang berkaitan dengan frekuensi penggunaan. Pertanyaan pertama merupakan pertanyaan dengan 7 (tujuh) poin skala dengan ukuran sering dan tidak sering. Pertanyaan kedua berupa pertanyaan dengan jawaban dengan format “*check the box*” dengan kategori penggunaan: (1) tidak sama sekali; (2) kurang dari sekali seminggu; (3) sekali dalam seminggu; (4) 2-3 kali dalam seminggu; (5) 4-6 kali dalam seminggu; (6) sekali dalam sehari; dan (7) lebih dari sekali dalam sehari. Sehingga dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur *actual system use* adalah:

1. *Frequency of use*

Frekuensi penggunaan sistem

2. *Duration of use*

Durasi penggunaan sistem

Actual system use merupakan konstruk yang digunakan untuk mengukur penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi yang tercermin dari penggunaan aktual sistem tersebut. Penelitian ini menggunakan *actual system use* sebagai konstruk *end-point* di mana pengguna Netflix telah menerima sistem teknologi berupa *subscription video on demand* yang kemudian tercermin pada penggunaan aktual aplikasi Netflix yang diukur menggunakan penggunaan aktual, frekuensi penggunaan, dan durasi penggunaan.

1.6 Kajian Empiris

Penelitian yang berkaitan dengan *technology acceptance model* serta perkembangannya telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Maka dari itu, peneliti melakukan studi pada penelitian-penelitian sebelumnya sebagai referensi untuk penelitian ini.

Tabel 1. 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil penelitian
1.	Irawanti, 2021	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , dan <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Intention to Use</i> Netflix di Kota Bandung	Dependen - <i>Intention to use</i> Independen - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Perceived ease of use</i> - <i>Perceived price</i>	Analisis korelasi dan analisis regresi linier berganda	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>perceived price</i> terhadap <i>intention to use</i> secara parsial dan simultan memiliki hubungan positif signifikan
2.	Camilleri & Falzon, 2021	<i>Understanding Motivations to Use Online Streaming Service: Integrating Technology Acceptance Model (TAM) and the Uses and Gratifications Theory (UGT)</i>	Dependen - <i>Intention to use</i> Independen - <i>Perceived ease of use</i> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Ritualized use</i> - <i>Instrumental use</i> Intervening - <i>Perceived usefulness</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	- <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>willingness to subscribe</i> - Tidak ada hubungan langsung antara <i>perceived ease of use</i> dengan <i>intention to use</i> , tetapi terdapat hubungan tidak

					langsung dengan <i>perceived usefulness</i> sebagai variabel mediasi.
3.	Lee & Lim, 2019	<i>Factors Affecting Over-The-Top Services: an Expanded Technology Acceptance Model</i>	Dependen: - <i>Adoption</i> - <i>Intention to use</i> Independen: - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Price Value</i> - <i>Quality</i> - <i>Entertainment</i> Intervening - <i>Intention to use</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif tidak signifikan pada <i>intention to use</i> (<i>full regression model</i>)
4.	Sindarta & Santoso, 2021	Pengaruh <i>Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i> Aplikasi Pemutar Musik Spotify di Kalangan Pengguna Smartphone Berbasis Android	Dependen: - <i>Intention to use</i> Independen: - <i>Perceived Ease of Use</i> Intervening: - <i>Perceived usefulness</i>	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	- <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>intention to use</i> - <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>intention to use</i> - Variabel <i>perceived usefulness</i> tidak terlalu kuat untuk menjadi variabel mediasi <i>perceived ease of use</i> dan

					<i>intention to use</i>
5.	Aditya & Wardhana, 2016	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> pada Pengguna <i>Instant Messaging</i> LINE di Indonesia	Dependen - <i>Behavioral Intention</i> Independen - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i>	- Analisis deskriptif - Analisis regresi linear berganda	- <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> - <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> - <i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> secara parsial berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> .
6.	Andy, Dewi, & As'adi, 2021	<i>An Empirical Study to Validate The Technology Acceptance Model (TAM) in Evaluating "Desa Digital" Application</i>	Dependen - <i>Actual System Use</i> Intervening - <i>Attitude Toward Using Intention to Use</i> Independen - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Perceived Usefulness</i>	SEM-PLS	- <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh tidak langsung terhadap <i>Actual System Use</i> - <i>Intention to Use</i> memiliki pengaruh langsung

					terhadap <i>Actual System Use</i>
7.	Alifiardi & Baridwan, 2019	<i>The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Trust, and Risk Towards Gojek Actual Usage with Behavioral Intention to Use as Intervening Variable</i>	Dependen - <i>Actual Use</i> Intervening - <i>Behavioral Intention to Use</i> Independen - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Perceived of Trust</i> - <i>Perceived of Risk</i>	SEM-PLS	- <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan pada <i>behavioral intention to use</i> - <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh paling positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention to use</i> - <i>Behavioral intention to use</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual system use</i>
8.	Chairina, 2021	<i>The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Perceived Value and Actual Usage of Technology on the Online Service of PT. Garuda Indonesia Tbk</i>	Dependen - <i>Actual Usage</i> Intervening - <i>Perceived Value</i> Independen - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i>	AMOS-PLS	- <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>actual usage</i> - <i>Perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

					<i>actual usage</i>
9.	Palapa & Saifudin, 2021	Analisa Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) pada Aplikasi Pendaftaran Penilaian <i>Training Record Book</i> (SMILE 05)	Dependen - <i>Actual Use</i> Independen - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Attitude Toward Using</i>	SPSS	- <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh signifikan dan mempunyai kontribusi terhadap <i>actual use</i> - <i>Perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>actual usage</i>

1.7 Pengaruh Antar Variabel

1.7.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan menekankan pada kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan sistem teknologi. *Intention to use* atau minat penggunaan pengguna akan muncul ketika sebuah sistem mudah digunakan atau tidak memerlukan usaha lebih untuk menggunakannya. Secara umum, agar menghindari penolakan seseorang terhadap suatu sistem teknologi, sistem tersebut harus dapat mudah dipahami dan digunakan tanpa harus menghabiskan banyak waktu untuk mempelajarinya. Sebuah sistem yang sulit untuk dikontrol akan menciptakan persepsi negatif pada calon pengguna, sehingga mereka akan cenderung menolak untuk menggunakan sistem teknologi tersebut (Andy et al.

2021). Maka dari itu, sebuah sistem teknologi haruslah mudah dipahami dan mudah digunakan agar tercipta minat untuk menggunakan.

Perceived ease of use didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai derajat sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan membebaskannya dari usaha. Penelitian Sindarta & Santoso (2022) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* layanan pemutar musik Spotify. Demikian pula dengan penelitian Lee et al. (2019) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* layanan *over-the-top* meskipun tidak signifikan.

1.7.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual System Use*

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap *actual system use* dikarenakan persepsi seseorang terhadap suatu sistem merupakan definisi “*usage*” atau “penggunaan” itu sendiri (Venkatesh et al., 2002). Ketika pengguna memiliki persepsi bahwa sebuah sistem mudah untuk digunakan, maka pengguna akan terus-menerus menggunakan sistem tersebut. Perasaan “mudah menggunakan” yang tercipta ketika seseorang sedang menggunakan sistem akan menciptakan perasaan bahwa sistem tersebut memang memiliki kegunaan, yang kemudian akan menciptakan rasa nyaman ketika menggunakan sistem teknologi informasi tersebut (Andy et al., 2021)

Davis (1989) melalui penelitiannya menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *actual system use*. Penelitian lain yang juga menunjukkan adanya hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *actual system use* pada aplikasi berbasis *web* atau *mobile*, yaitu penelitian oleh Harta Tira

et al. (2016) pada media *e-newspaper*, Palapa & Saifudin (2021) pada aplikasi *Training Record Book* (SMILE 05), dan Haryani et al. (2014) pada *e-travel*.

1.7.3 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Perceived usefulness atau persepsi manfaat menekankan pada manfaat yang diberikan sebuah sistem teknologi ketika digunakan. *Perceived usefulness* digunakan untuk mengukur seberapa besar pengguna merasa bahwa sistem tersebut dapat berguna baginya. Persepsi manfaat juga dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, di mana ketika pengguna sudah bisa merasakan manfaat dari suatu sistem teknologi, berarti pengguna telah menganggap bahwa sistem tersebut mudah untuk dipahami dan digunakan. Hal ini dikarenakan semakin mudah sebuah sistem, maka pengguna akan semakin merasakan manfaat dari sistem tersebut.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki hubungan langsung terhadap *intention to use* sebuah sistem. Penelitian yang dilakukan oleh Camilleri & Falzon (2021) membuktikan adanya hubungan positif antara *perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada *online TV* dan layanan *video streaming*. Demikian pula pada penelitian yang dilakukan oleh Sindarta & Santoso (2022), *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* layanan pemutar musik Spotify.

1.7.4 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use*

Perceived usefulness atau persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap *actual system use* dikarenakan persepsi seseorang terhadap suatu sistem merupakan definisi “*usage*” atau “penggunaan” itu sendiri (Venkatesh et al., 2002). Artinya, seseorang yang menggunakan suatu sistem teknologi sudah memiliki pemikiran

bahwa sistem tersebut memberikan manfaat bagi dirinya. Jika sebuah aplikasi atau sistem dinilai bermanfaat bagi pengguna, maka aplikasi atau sistem tersebut juga akan memiliki nilai bagi pengguna, sehingga pengguna akan tertarik untuk menggunakannya. Dalam *Technology Acceptance Model*, persepsi manfaat digunakan untuk mengukur seberapa besar pengguna merasakan bahwa sistem tersebut bermanfaat baginya. Sebuah sistem dengan persepsi manfaat yang tinggi akan menciptakan kepercayaan pengguna yang tinggi, serta menciptakan “*use-relationship performance*” yang tinggi (Andy et al. 2021).

Davis (1989) melalui penelitiannya menyatakan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif signifikan yang lebih besar terhadap *actual system use* dibandingkan dengan *perceived ease of use*. Penelitian lain yang juga menunjukkan adanya hubungan antara *perceived usefulness* terhadap *actual system use* pada aplikasi berbasis *web* atau *mobile*, yaitu penelitian oleh Harta Tira et al. (2016) pada media *e-newspaper*, Palapa & Saifudin (2021) pada aplikasi *Training Record Book* (SMILE 05), dan Chairina (2021) pada layanan *online* PT. Garuda Indonesia.

1.7.5 Pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual System Use*

Intention to use atau minat penggunaan akan muncul sebelum seseorang memutuskan untuk benar-benar menggunakan sistem tersebut, dan minat penggunaan dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu perilaku, yang dalam hal ini adalah penggunaan sebuah sistem teknologi. Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak menguji pengaruh konstruk *intention to use* sebagai konstruk mediasi atau intervening antara *perceived ease of use* dan *perceived*

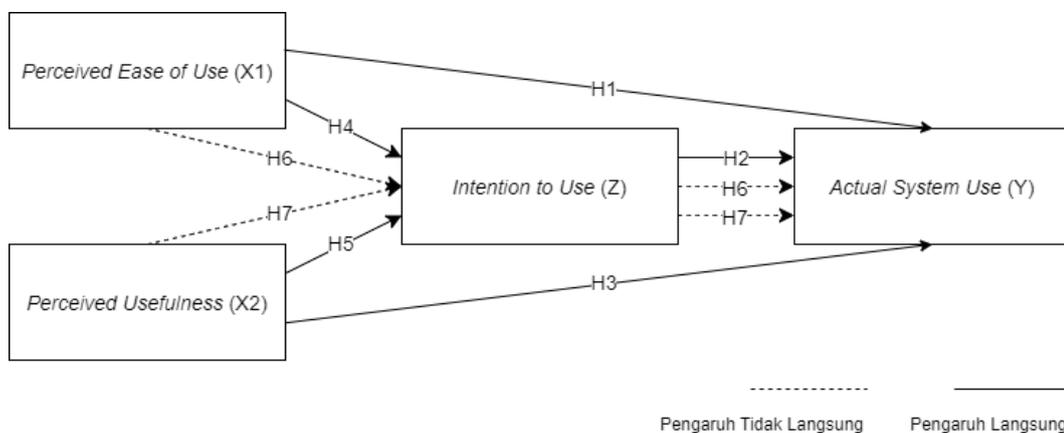
usefulness terhadap *actual system use*. Perasaan “mudah menggunakan dan memahami” suatu sistem teknologi yang dirasakan seseorang, serta manfaat yang dirasakan dari sistem teknologi tersebut akan mendorong minat individu atau pengguna untuk menggunakan sistem teknologi tersebut, dan kemudian minat menggunakan ini akan mendorong penggunaan nyata.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Davis et al., (1989), *intention to use* memiliki hubungan signifikan dengan *actual system use*. Penelitian lain yang menunjukkan hubungan antara *intention to use* dengan *actual system use* pada aplikasi berbasis web atau *mobile*, yaitu penelitian yang dilakukan Andy et al. (2021) pada aplikasi Desa Digital, penelitian oleh Rahmawati & Narsa (2019) pada *e-learning*, dan Yuliana et al. (2022) pada aplikasi DAPODIK.

1.8 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh pada saat pengumpulan data, sehingga dapat dikatakan pula bahwa hipotesis adalah jawaban teoritis. Penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel independen, variabel *intention to use* sebagai variabel intervening, serta variabel *actual system use* sebagai variabel dependen. Berdasarkan uraian teori yang telah dipaparkan sebelumnya, maka disusun hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H2 : Diduga terdapat pengaruh antara *intention to use* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H3 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *actual system use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H4 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H5 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *intention to use* layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H6 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix.
- H7 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix.



Gambar 1. 12. Model Hipotesis

1.9 Definisi Konseptual

1.9.1 *Perceived Ease of Use*

Venkatesh & Davis (2000): *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem dapat membebaskan mereka dari usaha.

1.9.2 *Perceived Usefulness*

Venkatesh & Davis (2000): *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan penggunaan sebuah sistem akan meningkatkan kinerja mereka.

1.9.3 *Intention to Use*

Venkatesh & Davis (2000): perilaku seseorang yang terus menerus menggunakan teknologi tertentu, tingkatan minat penggunaan dapat diprediksi melalui sikap mereka terhadap teknologi tersebut.

1.9.4 *Actual System Use*

Davis (1989): respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata suatu sistem teknologi.

1.10 Definisi Operasional

1.10.1 *Perceived Ease of Use*

Sejauh mana seseorang pengguna merasakan bahwa dengan menggunakan Netflix akan mempermudah mereka untuk menonton film/serial.

1. *Clear and understandable*

- Mudah untuk memahami proses *login* pada *platform* Netflix
- Mudah untuk memahami proses pemilihan paket berlangganan Netflix
- Mudah untuk memahami proses pembelian paket berlangganan Netflix
- Mudah untuk memahami proses aktivasi paket berlangganan Netflix
- Mudah untuk memahami proses pembatalan paket berlangganan Netflix

2. *Does not require a lot of mental effort*

- Usaha untuk memahami cara penggunaan Netflix
- *User-friendliness*

3. *Easy to use*

- Pengoperasian Netflix
- Aksesibilitas

4. *Easy to get the system to do what user wants to do*

- Fungsi/fitur pada Netflix
- *User-interface design*

1.10.2 Perceived Usefulness

Sejauh mana seseorang pengguna percaya bahwa dengan menggunakan Netflix akan memberikan manfaat bagi mereka. Manfaat ini adalah manfaat yang dirasakan saat penggunaan dan setelah penggunaan.

1. *Improves job performance*

- Performa mencari film/serial dalam *platform* Netflix
- Pengalaman menonton lebih baik dibandingkan dengan TV tradisional

2. *Increase productivity*

- Menonton film/serial melalui Netflix dapat meredakan stres
- Menonton film/serial melalui Netflix dapat memberikan motivasi
- Menonton film/serial melalui Netflix dapat memberikan pengetahuan baru
- Menonton film/serial melalui Netflix dapat menjadi sarana untuk mempelajari bahasa asing
- Menonton film/serial melalui Netflix dapat menjadi sarana untuk mempelajari budaya lain

3. *Enhance job effectiveness*

- Mempermudah pencarian film/serial dalam *platform* Netflix
- Menemukan kategori film/serial yang menarik
- Menemukan film/serial berdasarkan preferensi

4. *Useful*

- Konten yang menghibur
- Konten yang edukatif dan informatif

1.10.3 *Intention to Use*

Ukuran minat pengguna untuk menggunakan Netflix.

1. *Intention to use a system*

- Berminat untuk menggunakan Netflix jika memiliki akses untuk menggunakannya
- Berminat untuk menggunakan Netflix untuk menonton film/serial

2. *Prediction to use a system*

- Berencana menggunakan Netflix di masa mendatang
- Akan menyisihkan lebih banyak uang untuk membeli paket berlangganan Netflix

1.10.4 Actual System Use

Penggunaan Netflix secara nyata yang diukur melalui frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan.

1. *Frequency of use*

- Frekuensi penggunaan Netflix dalam sehari
- Frekuensi penggunaan Netflix dalam seminggu

2. *Duration of use*

- Lama waktu yang dihabiskan untuk menggunakan Netflix

1.11 Metode Penelitian

1.11.1 Tipe Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian tipe kuantitatif. Sugiyono (2015) mengungkapkan bahwa penelitian tipe kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dengan analisis statistik. Kemudian pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian ekplanatori atau *explanatory research*, yaitu penelitian yang menerangkan hubungan antar

variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Effendi, 2011). Penelitian eksplanatori digunakan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *actual system use* melalui *intention to use* pada layanan *subscription video on demand* Netflix.

1.11.2 Populasi dan Sampel

1.11.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin diinvestigasi oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada obyek ataupun subyek yang dipelajari, tetapi juga seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek ataupun subyek yang diteliti (Sugiyono, 2007). Kesimpulan dari penjelasan di atas, populasi adalah keseluruhan obyek maupun subyek penelitian dengan karakteristik sama untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Netflix yang berdomisili (bertempat tinggal tetap/sementara) di Kota Semarang. Dikarenakan banyaknya jumlah pengguna Netflix yang berdomisili di Kota Semarang, maka dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil beberapa orang saja sebagai perwakilan (*representative*).

1.11.2.2 Sampel

Sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran & Bougie, 2017). Sampel diambil ketika jumlah populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan anggota populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu (Sugiyono, 2007). Sampel yang diambil dari

populasi harus betul-betul representatif atau mewakili, karena kesimpulan yang diambil dari sampel dapat diberlakukan dalam populasi. Dikarenakan jumlah pengguna Netflix yang berdomisili di Kota Semarang tidak diketahui, maka dalam menentukan jumlah sampel dapat menggunakan pendapat dari Lemeshow, di mana perhitungan dengan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Perhitungan dengan rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi

d = tingkat kesalahan

Dari rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,95^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini ditetapkan sebanyak 97 responden.

1.11.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, di mana pada teknik ini tidak diberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, di mana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang diambil adalah masyarakat Kota Semarang yang telah menggunakan Netflix minimal 1 kali. Selain metode *purposive sampling*, metode *accidental sampling* juga digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini. Selain itu juga digunakan *accidental sampling* untuk menemui sampel, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data akan dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2007). Karakteristik responden yang dapat dijadikan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal tetap/sementara di Kota Semarang, berusia 17-60 tahun (target pasar Netflix)
2. Pernah membeli dan menggunakan layanan Netflix minimal satu kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir
3. Menggunakan layanan Netflix melalui *website* pada sistem operasi Windows
4. Bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini

Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pembagian wilayah Kota Semarang yang terdiri atas Semarang Pusat, Semarang Utara, Semarang Timur, Semarang Barat, dan Semarang Selatan. Pembagian jumlah responden berdasarkan pembagian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 4. Pembagian Jumlah Responden Berdasarkan Wilayah

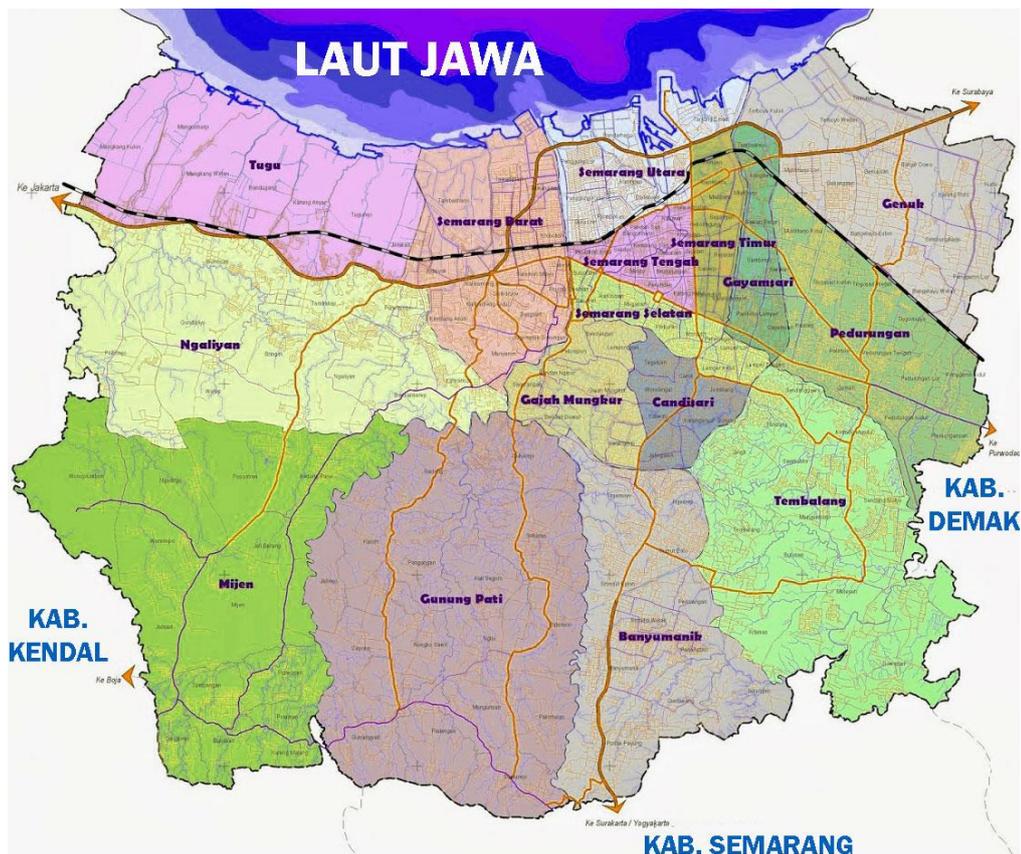
N o.	Wilayah	Jumlah Penduduk (2022)	Rincian Perhitungan	Hasil Perhitungan	Sampel yang Diambil
1.	Semarang Pusat	245.501	$\frac{245.501}{1.659.975} \times 100$	14,35	14
2.	Semarang Utara	181.481	$\frac{181.481}{1.659.975} \times 100$	10,60	11
3.	Semarang Timur	391.155	$\frac{391.155}{1.659.975} \times 100$	22,86	23
4.	Semarang Barat	408.365	$\frac{408.365}{1.659.975} \times 100$	23,86	24
5.	Semarang Selatan	433.473	$\frac{433.473}{1.659.975} \times 100$	25,33	25
				TOTAL	97

Sumber: BPS Kota Semarang, 2023

Jumlah penduduk pada **Tabel 1.2** di atas diperoleh berdasarkan data BPS Kota Semarang di tahun 2022 yang dirangkum dalam publikasi “Kota Semarang dalam Angka 2023”. Rincian kecamatan berdasarkan pembagian batas wilayah adalah sebagai berikut:

- Semarang Pusat: Kecamatan Candisari, Kecamatan Gajahmungkur, Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Selatan

- Semarang Utara: Kecamatan Semarang Utara, Kecamatan Semarang Timur
- Semarang Timur: Kecamatan Pedurungan, Kecamatan Genuk, Kecamatan Gayamsari
- Semarang Barat: Kecamatan Tugu, Kecamatan Ngaliyan, Kecamatan Semarang Barat, Kecamatan Mijen
- Semarang Selatan: Kecamatan Gunungpati, Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Tembalang



Gambar 1. 13. Peta Kota Semarang

Sumber: Portal Tata Ruang, diunduh 29 Maret 2023

1.11.3 Jenis Data

Sugiyono (2015) membedakan data menjadi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka, atau data yang berasal dari data kualitatif yang diangkakan (*scoring*) (Sugiyono, 2015). Data kuantitatif yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden.

1.11.4 Sumber Data

1.11.4.1 Data Primer

Data primer atau data yang diperoleh dari sumber langsung pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner.

1.11.4.2 Data Sekunder

Data sekunder atau data yang diperoleh dari sumber tidak langsung pada penelitian ini diperoleh dari berbagai media, seperti buku, tesis, jurnal, penelitian-penelitian sebelumnya, dan artikel internet.

1.11.5 Skala Pengukuran

Penentuan skala penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert digunakan pada penelitian dengan tipe *self report*, yang akan mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap isu yang diteliti. Menurut Sugiyono (2015), penggunaan skala likert dalam penelitian adalah untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap fenomena sosial yang tengah

diteliti. Fenomena sosial ini sebelumnya telah terlebih dahulu ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Variabel penelitian kemudian diukur dan dijabarkan dalam indikator variabel, dan kemudian diukur dengan skala likert sebagai titik tolak untuk menyusun item-item kuesioner (Sugiyono, 2015).

Dengan menggunakan skala likert, jawaban akan diberi nilai seperti pada Tabel 1.5 dengan penyesuaian pada opsi jawaban sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan:

Tabel 1. 5. Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2015

1.11.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperlukan agar data yang diambil memiliki tingkat validitas yang tinggi. Teknik-teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2013), angket atau kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Metode angket merupakan metode yang paling efisien, terutama jika peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang diteliti, serta jumlah responden yang cukup

besar dan tersebar di wilayah yang luas. Angket atau kuesioner akan disediakan dalam bentuk kertas isian dan akan disebarakan kepada sampel penelitian.

2. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2013), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan juga referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan yang digunakan pada penelitian ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan *technology acceptance model*.

1.11.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan, pada langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data. Pada penelitian ini, teknik pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Editing

Tahap pertama dari pengolahan data adalah *editing*. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan akan di-*edit*. Data yang diperoleh akan dipilah dan diseleksi satu per satu, kemudian diperiksa dan dikelompokkan. Data kemudian diperbaiki dan dicari kembali. Proses ini pada prinsipnya dilakukan agar data yang diperoleh oleh peneliti merupakan data yang benar, dengan cara diseleksi dan diteliti kembali.

2. Scoring

Tahap ketiga dari pengolahan data adalah *scoring* atau pemberian skor. Proses pemberian skor pada penelitian ini adalah dengan membuat klasifikasi dan kategorisasi yang sesuai dengan tanggapan responden.

3. Tabulating

Tahapan terakhir dari pengolahan data adalah *tabulating* atau penyajian data dalam bentuk tabel. Penyajian data dalam bentuk tabel bertujuan agar data lebih mudah dibaca. Setelah itu, data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS.

1.11.8 Instrumen Penelitian

Secara prinsip, meneliti berarti melakukan pengukuran terhadap suatu fenomena. Maka dari itu, penelitian harus menggunakan alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun fenomena sosial yang diamati (Sugiyono, 2015). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2013), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Jenis kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner campuran. Kuesioner campuran adalah jenis kuesioner yang menyajikan pertanyaan dengan pilihan jawaban yang dapat dipilih responden, sekaligus kolom uraian sehingga responden dapat bebas memberikan tanggapan dengan menuliskan sendiri jawaban mereka.

1.11.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu analisis yang didasarkan pada perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan dengan menyertakan penjelasan hasil dari perhitungan tersebut (Sugiyono, 2007).

Metode analisis dilakukan menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9 dikarenakan penelitian ini menggunakan statistika multivarian dengan menguji 3 (tiga) jenis variabel, yaitu variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing values*), dan multikolinearitas (Abdillah, 2018). Selain itu, PLS merupakan model analisis yang bersifat *soft modelling* dikarenakan tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu, sehingga jumlah sampel dapat kecil (kurang dari 100 sampel). Perbedaan mendasar PLS yang merupakan SEM berbasis varian dengan LISREL atau AMOS yang berbasis kovarian adalah tujuan penggunaannya (Abdillah, 2018).

PLS menggunakan metode *principle component analysis* dalam model pengukurannya, yaitu blok ekstraksi varian untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian yang terdiri dari varian umum (*common variance*), varian spesifik (*specific variance*), dan varian error (*error variance*), sehingga total varian menjadi tinggi.

1.11.9.1 Spesifikasi Model PLS

PLS meliputi hubungan eksternal (model pengukuran atau *outer model*) dan hubungan internal (model struktural atau *inner model*)

1. Evaluation of Measurement Model (Outer Model)

Model pengukuran membuktikan korelasi dari setiap indikator dengan variabel latennya. Penilaian model pengukuran dalam uji validitas dengan analisis faktor

konfirmasi menggunakan pendekatan *MultiTrait-MultiMethod* (MTMM) dengan pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan, sementara uji reliabilitas diadakan melalui 2 (dua) cara, yaitu *Composite Reliability* ataupun *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2016)

a. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama memiliki korelasi tinggi (Hartono, 2008). *Rule of thumbs* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah:

- 1) *Loading factor* : > 0,7
- 2) *Average Variance Extracted (AVE)* : > 0,5
- 3) *Composite Reliability* : > 0,7

b. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi akan menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Hartono, 2008). *Rule of thumbs* yang digunakan untuk validitas diskriminan adalah:

- 1) *Fornell-larckerr* : Akar AVE > korelasi variabel laten
- 2) *Heterotrait-Monotrait* : < 0,9 dalam satu variabel
- 3) *Cross Loading* : > 0,7 dalam satu variabel

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2008). Terdapat dua cara pengujian reliabilitas dalam PLS, yaitu dengan metode *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*.

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Composite reliability* mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu konstruk (Chin, 1995). Dalam melakukan uji reliabilitas, *Composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Salisbury et al., 2002). *Rule of thumb* untuk uji reliabilitas dalam model *Partial Least Square* adalah:

- 1) *Composite Reliability* : > 0,7
- 2) *Cronbach's Alpha* : > 0,7

2. *Evaluation of Structural Model (Inner Model)*

Model ini mengutamakan pada model struktur variabel laten, yang mana antar variabel laten dianggap memiliki korelasi yang linier dan terdapat keterkaitan klausal. Model struktural atau *inner model* juga membuktikan daya atau hubungan estimasi antar variabel konstruk maupun laten berlandaskan *substantive theory*.

a. Koefisien Determinasi (R-Squared)

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen (independen) laten terhadap variabel (dependen). Menurut Ghazali & Latan (2015), kriteria nilai R-Squared adalah < 0,70 (kuat), 0,45

(moderate), dan 0,25 (lemah). Nilai dari uji determinasi R-Squared dapat dijadikan persentase sebagai pembahasan dalam penelitian.

b. F-Squared Effect Size

Nilai *f-square effect size* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen. Kategori nilai *F-Square* yaitu lemah (0.02), medium (0.15), dan kuat (0.35).

c. Path Coefficient

Path coefficient digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel. Uji ini dilakukan dengan mengetahui skor koefisien parameter dan angka signifikansi *t-statistic* dengan metode *bootstrapping* (Ghozali & Latan, 2015).

1.11.9.2 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif berfungsi untuk memberi deskripsi obyek yang diteliti dari data populasi maupun sampel seperti apa adanya, tanpa menganalisis ataupun menyimpulkan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016)

1.11.9.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung

Penelitian ini memiliki variabel intervening yaitu *Intention to Use*. Sebuah variabel dapat disebut sebagai variabel intervening jika variabel tersebut ikut memberikan pengaruh terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji pengaruh tidak langsung digunakan untuk mengetahui besaran nilai pengaruh

tidak langsung antar variabel. Besaran pengaruh tidak langsung dilihat melalui hasil kalkulasi *bootstrapping* pada SmartPLS.

Baron & Kenny (1986) menjelaskan bahwa sebuah variabel dapat bertindak sebagai variabel intervening jika memenuhi syarat sebagai berikut:

- a. *No mediation*: variabel independen bisa memberikan pengaruh pada variabel dependen secara signifikan tanpa harus melalui variabel mediator maupun variabel intervening
- b. *Full mediation*: variabel independen harus melibatkan variabel intervening untuk memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, atau dengan kata lain variabel independen tidak secara signifikan dapat memberi pengaruh pada variabel dependen tanpa melalui variabel intervening
- c. *Partial mediation*: variabel independen bisa memberikan pengaruh terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel intervening