SYSTEMIC: Information System and Informatics Journal
ISSN: 2460-8092, 2548-6551 (e)
Vol 11 No 1 - Agustus 2025

Analisis Faktor Penerimaan Dan Kesuksesan *E-Commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Delone & Mclean*

Indah Lestari[1], Faris Muslihul Amin[2], Noor Wahyudi[3]

[1,2,3)] UIN Sunan Ampel Surabaya

lestari990613@gmail.com[1], faris@uinsa.ac.id[2], n.wahyudi@uinsa.ac.id[3]

Kata Kunci

e-commerce, Technology Acceptance Model, Delone & Mclean

Abstrak

E-Commerce merupakan platform yang menyediakan berbagai macam kebutuhan, dari mulai kebutuhan pribadi, kebutuhan rumah tangga sampai dengan kebutuhan umum secara online. *E-Commerce* mendapatkan perhatian publik karena dapat menjadi salah satu alternatif kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumtif masyarakat. Meskipun *e-commerce* telah menawarkan kemudahan bagi pengguna, akan tetapi *e-commerce* juga memiliki berbagai kelemahan seperti halnya kesalahan pesanan, respond penjual yang kurang, rasa khawatir akan adanya penipuan, dan lain sebagainya. Hal tersebut yang menjadi alasan adanya penelitian ini yang bertujuan mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan *e-commerce* dalam masyarakat serta faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan *e-commerce.* Penelitian ini menggunakan 400 data responden yang akan diolah dengan menggunakan *software* Smart-PLS. Berdasarkan olah data, didapatkan variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention,* variabel *information quality* dan *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction,* variabel *user satisfaction* dan *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit,* variabel *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system use.* Sedangkan untuk variabel *service quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *user satisfaction*

Keywords

e-commerce, Technology Acceptance Model, Delone & Mclean

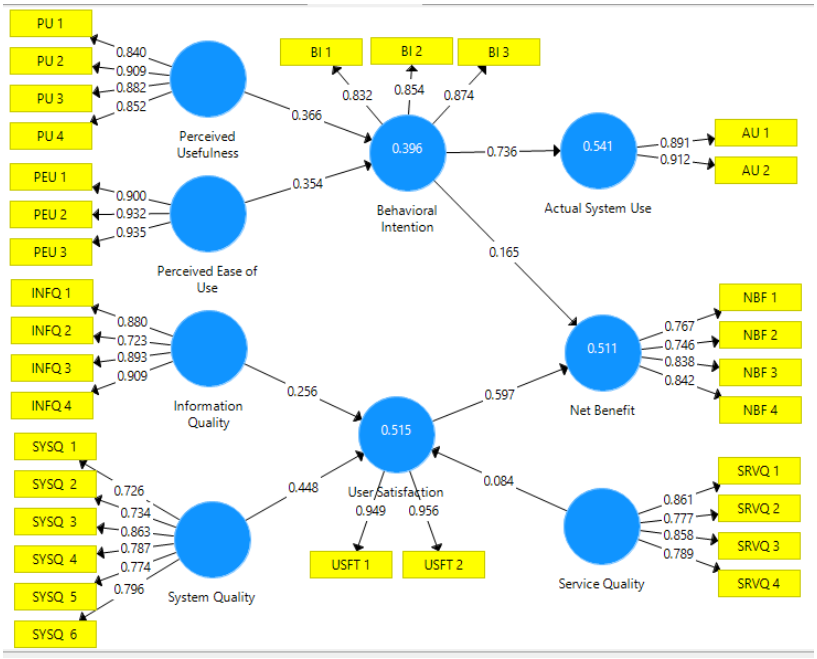
Abstract

E-Commerce is a platform that provides various needs, ranging from personal needs, household needs to general needs online. E-Commerce is getting public attention because it can be an alternative convenience in meeting the consumptive needs of the community. Although e-commerce has offered convenience for users, e-commerce also has various weaknesses such as order errors, lack of seller response, fear of fraud, and so on. This is the reason for this research which aims to determine the factors that can affect the acceptance of e-commerce in society and the factors that influence the success of e-commerce. This study uses 400 respondent data which will be processed using Smart-PLS software. Based on data processing, the variables perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on behavioral intention, information quality and system quality variables have a positive and significant effect on user satisfaction, user satisfaction and behavioral intention variables have a positive and significant effect on net benefits, variable behavioral intention has a positive and significant effect on actual system use. Meanwhile, the service quality variable has a positive and insignificant effect on user satisfaction.

1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, keperluan terhadap teknologi mendapatkan perhatian utama dari berbagai kalangan masyarakat dikarenakan adanya tuntutan teknologi yang semakin berkembang dengan harapan dapat membuat semua kegiatan menjadi lebih sederhana dan efektif (Dr. Sudaryono et al., 2020). Selain itu, perkembangan akan kebutuhan teknologi juga dapat membuat manusia berlomba-

DOI : 10.29080/systemic.v11i1.2051
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



Gambar 1. Pengukuran Outer Model

lomba untuk menciptakan teknologi dengan berbagai macam bentuk kreatifitas dan juga inovasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Salah satu contoh dari inovasi yang telah ada umumnya diciptakan oleh perusahaan rintisan *startup,* dan dengan adanya inovasi-inovasi yang telah diterapkan menjadikan kegiatan masyarakat yang bermula dilakukan secara konvensional menjadi lebih efektif dan juga efisien. Sehingga sebuah produk teknologi yang dirilis tersebut akan dapat memberikan dampak positif terhadap penerimaan produk di berbagai kalangan masyarakat (Nugraha & Wahyuhastuti, 2017).

Salah satu contohnya yakni e-commerce yang bergerak di sektor komersial pada bidang perdagangan yang menjadikan teknologi sebagai media yang dapat dijadikan fasilitas untuk para pelaku dalam mengembangkan usaha menjual barang pada platform online seperti halnya Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan Shopee. Bagi para pelaku usaha sendiri, teknologi dapat memberikan laba dari hasil penjualan dan bagi masyarakat dapat memberikan keuntungan seperti harga produk yang terbilang murah, kebutuhan terpenuhi secara instan dan tidak ribet, dan juga memiliki keuntungan berupa voucher gratis ongkos kirim sampai dengan voucher potongan harga. Di Indonesia untuk aplikasi e-commerce sendiri memiliki kecepatan internet yang lambat, sehingga banyak terjadi kesalahan yang menghambat proses barang sampai pada masyarakat.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model rancangan (Fred D. Davis, 1986), dibuat saat mengerjakan proyek tesisnya di *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* guna dapat memodelkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap diterimanya sistem yang digunakan pengguna. (Chen et al., 2007) memaparkan *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah model yang dapat digunakan individu ataupun perusahaan dalam memahami penerimaan teknologi dunia industri, terutama bisnis untuk mengukur adopsi teknologi. Selain itu, (Revythi & Tselios, 2019) memaparkan bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* berguna sebagai alat ukur pada sektor teknologi untuk mengevaluasi dan menginvestigasi sistem informasi yang sudah ada maupun produk baru. Untuk kepentingan memprediksi dan analisis lebih lanjut, penelitian dapat dilakukan dengan mengidentifikasi alasan tidak dapat diterimanya suatu kelompok atau sistem tertentu (Revythi & Tselios, 2019).

Berdasarkan pemaparan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memiliki potensi berpengaruh kepada sistem penerimaan serta kesuksesan yang berkembang di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menganalisis faktor-faktor yang memiliki potensi berpengaruh terhadap sistem penerimaan di kalangan masyarakat. Sedangkan *Delone & McLean* digunakan untuk menganalisis tingkat kesuksesan yang dimiliki suatu sistem. Harapan adanya penelitian ini yakni dapat menjadi referensi dalam mengukur sistem penerimaan dan kesuksesan pada penelitian selanjutnya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuantitatif yang bersifat ekplanatori. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* Shopee dengan pengambilan sampel menggunakan *Stratified Random Sampling* berjumlah penjual sebanyak 80 sampel dan pembeli 320 sample. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebar

melalui platform social media seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya. Instrumen penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM)

3.1.1 *Outer Model* (Model Struktural)

Evaluasi model pengukuran (outer model) dimulai dari tahapan uji validitas konstruk yang terdiri dari validitas konvergen dengan memperhatikan nilai *loading factor*, AVE, dan validitas diskriminan yang ditunjukkan oleh nilai *cross loading*. setelah itu, pengujian reliabilitas yang ditunjukkan dengan nilai composite reliability.

a. Convergent Validity

Tahap ini memiliki dua kriteria nilai, yaitu nilai *loading factor* dan nilai *average variance inflation factor* (AVE).

1. *Loading factor*

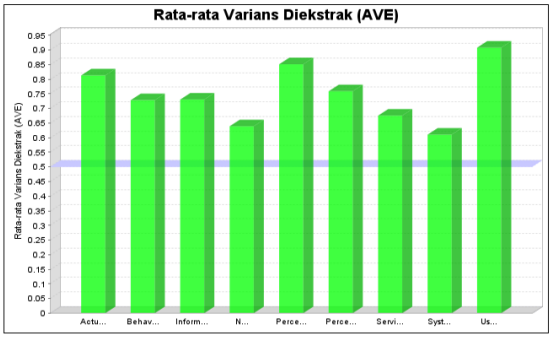
Loading factor digunakan untuk menunjukkan korelasi antara indikator dengan variabel laten. Menurut (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) *loading factor* dapat dikatakan baik apabila nilai tiap indikator ≥ 0,7 yang memiliki arti bahwa indikator tersebut dinyatakan valid dan dinilai dapat mengukur variabel didalamnya.

Output nilai *loading factor* untuk keseluruhan indikator variabel *perceived usefulness, perceived ease of use, information quality, system quality, service quality, system quality, behavioral intention, actual system use, user satisfaction,* dan *net benefit* memiliki nilai *loading factor* ≥ 0,7 yang berarti dapat diartikan bahwa semua indikator dalam masing-masing variabel dinyatakan valid.

2. *Average variance inflation factor* (AVE)

Average variance inflation factor (AVE) menunjukkan besarnya keragaman atau varian indikator yang dapat dimilki oleh variabel laten. Menurut (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) variabel laten dikatakan valid apabila nilai dari *Average variance inflation factor* (AVE) ≥ 0,5 yang mana memiliki arti bahwa variabel laten yang dinyatakan valid dinilai dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah indikator.

Nilai AVE untuk konstruk masing-masing adalah *actual system use* = 0,813*; behavioral intention* = 0,728*; information quality* = 0,730*; net benefit* = 0,639*; perceived ease of use* = 0,851*; perceived usefulness* = 0,759*; service quality* = 0,676*; system quality* = 0,610*; user satisfaction* = 0,908. Variabel tersebut memiliki nilai ≥ 0,50 yang disimpulkan bahwa variabel tersebut dinyatakan valid.



Gambar 2. Grafik Nilai AVE

b. Discriminant Validity

Pada tahapan ini terdapat dua kriteria nilai, yaitu nilai *cross loading* dan nilai korelasi antar variabel.

1. *Fornell Larcker Criterion*

Fornell Larcker Criterion digunakan untuk menilai derajat varians antar variabel laten. *Fornell Larcker Criterion* bertujuan untuk membandingkan korelasi variabel laten dengan variabel laten lainnya. Berdasarkan penelitian (Darmawan, 2018) uji *fornell larcker criterion* memiliki persyaratan bahwa korelasi antara variabel laten lebih tinggi dibandingkan variabel laten lainnya, maka membuktikan bahwasanya variabel laten tersebut dapat memprediksikan ukuran pada blok mereka dengan baik dibandingkan blok lainnya.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa variabel laten yang diukur memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan variabel laten lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwasanya setiap variabel dapat memprediksi ukuran pada blok masing-masing dengan baik dibandingkan blok lainnya.

Tabel 1. Nilai *Fornell Larcker Criterion*

	AU	BI	INFQ	NBF	PEU	PU	SRVQ	SYSQ	USFT
AU	0,902								
BI	0,736	0,853							
INFQ	0,438	0,570	0,854						
NBF	0,559	0,552	0,623	0,799					
PEU	0,561	0,547	0,308	0,413	0,922				
PU	0,520	0,553	0,559	0,478	0,526	0,871			
SRVQ	0,564	0,631	0,767	0,670	0,439	0,563	0,822		
SYSQ	0,631	0,596	0,669	0,786	0,479	0,464	0,741	0,781	
USFT	0,594	0,648	0,619	0,704	0,349	0,554	0,612	0,681	0,953

Tabel 2. Output nilai korelasi variabel

	AU	BI	INFQ	NBF	PEU	PU	SRVQ	SYSQ	USFT	AVE	√AVE
AU	1,000	0,736	0,438	0,559	0,561	0,520	0,564	0,631	0,594	0,813	0,902
BI	0,736	1,000	0,570	0,552	0,547	0,553	0,631	0,596	0,648	0,728	0,853
INFQ	0,438	0,570	1,000	0,623	0,308	0,559	0,767	0,669	0,619	0,730	0,854
NBF	0,559	0,552	0,623	1,000	0,413	0,478	0,670	0,786	0,704	0,639	0,799
PEU	0,561	0,547	0,308	0,413	1,000	0,526	0,439	0,479	0,349	0,851	0,922
PU	0,520	0,553	0,559	0,478	0,526	1,000	0,563	0,464	0,554	0,759	0,871
SRVQ	0,564	0,631	0,767	0,670	0,439	0,563	1,000	0,741	0,612	0,676	0,822
SYSQ	0,631	0,596	0,669	0,786	0,479	0,464	0,741	1,000	0,681	0,610	0,781
USFT	0,594	0,648	0,619	0,704	0,349	0,554	0,612	0,681	1,000	0,908	0,953

2. Cross loading

Cross loading dilakukan untuk membandingkan korelasi indikator variabel laten itu sendiri dengan indikator variabel laten lainnya. Pada penelitian (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) dijelaskan bahwasanya indikator variabel laten dapat dikatakan mampu dalam memprediksi ukuran blok mereka, apabila indikator tersebut dapat memenuhi syarat yaitu memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan variabel laten lainnya.

Nilai *cross loading* untuk variabel *actual system use* dengan dua indikator adalah (AU 1 = 0,891; AU 2 = 0,912). Nilai variabel *behavioral intention* dengan tiga indikator adalah (BI 1 = 0,832; BI 2 = 0,854; BI 3 = 0,874). Nilai variabel *information quality* dengan empat indikator adalah (INFQ 1 = 0,880; INFQ 2 = 0,723; INFQ 3 = 0,893; INFQ 4 = 0,909). Nilai *net benefit* dengan empat indikator adalah (NBF 1 = 0,767; NBF 2 = 0,746; NBF 3 = 0,838; NBF 4 = 0,842). Nilai *perceived ease of use* dengan tiga indikator (PEU 1 = 0,900; PEU 2 = 0,932; PEU 3 = 0,935). Nilai *perceived usefulness* dengan empat indikator adalah (PU 1 = 0,840; PU 2 = 0,909; PU 3 = 0,882; PU 4 = 0,852). Nilai *sevice quality* denga empat indikator adalah (SRVQ 1 = 0,861; SRVQ 2 = 0,777; SRVQ 3 = 0,858; SRVQ 4 = 0,789). Nilai *system quality* dengan enam indikator adalah (SYSQ 1 = 0,726; SYSQ 2 = 0,734; SYSQ 3 = 0,863; SYSQ 4 = 0,787; SYSQ 5 = 0,774; SYSQ 6 = 0,796). Nilai *user satisfaction* dengan dua indikator adalah (USFT 1 = 0,949; USFT 2 = 0,956).

Korelasi dari setiap indikator variabel laten yang diukur memiliki korelasi lebih tinggi dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel laten dapat memprediksi ukuran pada blok masing-masing dengan lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

3. Korelasi antar variabel

Nilai korelasi actual system use terhadap *behavioral intention* sebesar 0,736, *information quality* sebesar 0,438, *net benefit* sebesar 0,559, *perceived ease of use* sebesar 0,561, *perceived usefulness* sebesar 0,520, *service quality* sebesar 0,564, *system quality* sebesar 0,631, dan *user satisfaction* sebesar 0,594 lebih kecil dari nilai √AVE variabel actual system use sebesar 0,902. Begitu juga untuk variabel *behavioral intention*, *information quality*, *net benefit*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *service quality*, *system quality*, dan *user satisfaction* memiliki nilai korelasi antar variabel lebih kecil dari √AVE untuk masing-masing variabel. oleh karena itu variabel tersebut dinyatakan valid.

3.2 Uji Reliabilitas

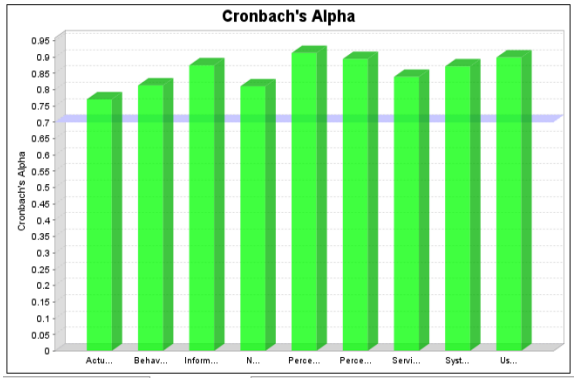
Dalam SEM-PLS untuk tahapan uji validitas konstruk, yaitu dengan melihat nilai dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

a. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari 0-1 (JR. et al., 2010). *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur keandalan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian. Menurut (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai variabel tersebut ≥ 0,7.

Tabel 3. Output Nilai *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha
Actual System Use	0,771
Behavioral Intention	0,813
Information Quality	0,875
Net Benefit	0,810
Perceived Ease of Use	0,913
Perceived Usefulness	0,894
Service Quality	0,839
System Quality	0,872
User Satisfaction	0,899



Gambar 3 Grafik Nilai Cronbach's Alpha

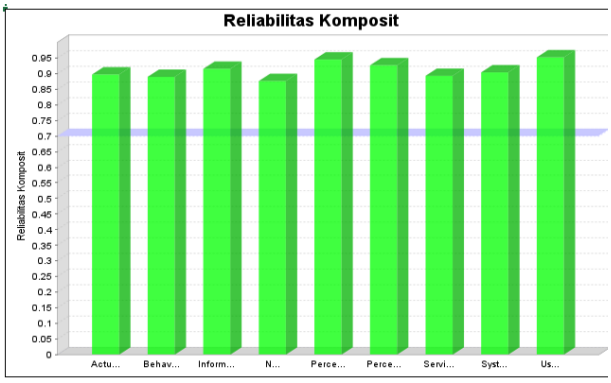
Hasil output *cronbach's alpha* untuk variabel *actual system use* = 0,771; *behavioral intention* = 0,813; *information quality* = 0,875; *net*

benefit = 0,810; *perceived ease of use* = 0,913; *perceived usefulness* = 0,894; *service quality* = 0,839; *system quality* = 0,872; dan *user satisfaction* = 0,899. Semua nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,70, jadi varibel tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas baik dan dinyatakan reliabel.

b. Composite Reliability

Tabel 4. Output Nilai Composite Reliability

	Reliabilitas Komposit
Actual System Use	0,897
Behavioral Intention	0,889
Information Quality	0,915
Net Benefit	0,876
Perceived Ease of Use	0,945
Perceived Usefulness	0,926
Service Quality	0,893
System Quality	0,904
User Satisfaction	0,952



Gambar 4. Grafik Nilai Composite Reliability

Hasil output *composite reliablity* untuk variabel *actual system use* = 0,897, *behavioral intention* = 0,889, *information quality* = 0,915, *net benefit* = 0,876, *perceived ease of use* = 0,945, *perceived usefulness* = 0,926, *service quality* = 0,893, *system quality* = 0,904, dan *user satisfaction* = 0,952. Semua nilai *composite reliability* berada di atas 0,70, jadi varibel tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas baik dan dinyatakan reliabel.

3.3 Inner Model

Inner model merupakan model struktural yang menghubungkan antar variabel. koefisien jalur untuk melihar tingkat pengaruh antar variabel. Tahap ini dapat dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai *Signifikansi.*

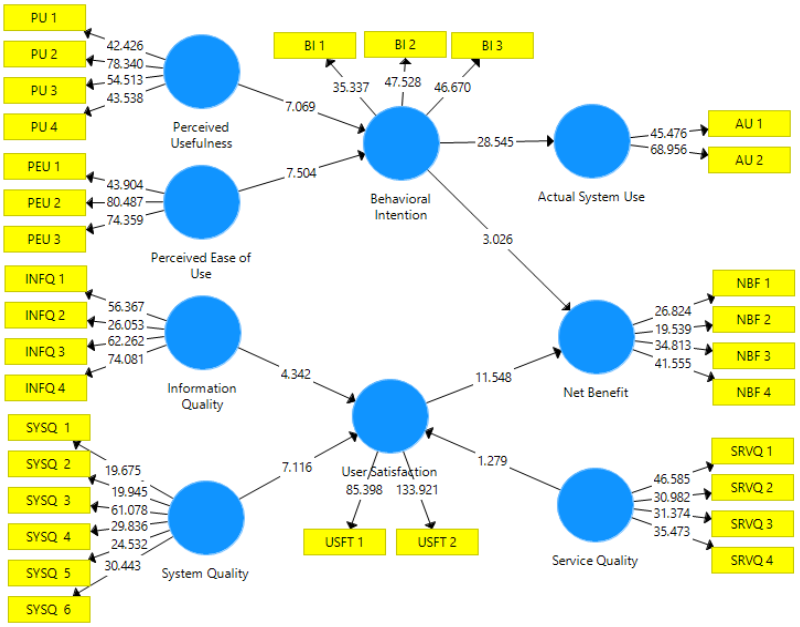
a. R-Square

R-Square merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan nilai *r-square* adalah untuk melihat korelasi antar variabel laten. Menurut (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) *Rule of thumb* dari nilai *r-square* adalah 0,75 menunjukkan kategori kuat, 0,50 menunjukkan kategori moderat, dan 0,25 termasuk kategori lemah.

Tabel 5. Output nilai *R-Square*

	R Square
Actual System Use	0,541
Behavioral Intention	0,396
Net Benefit	0,511
User Satisfaction	0,515

Berdasarkan output nilai *R-Square*, diperoleh nilai *R-Square* untuk variabel *actual system use* sebesar 0,541, variabel *behavioral intention* sebesar 0,396, variabel *net benefit* sebesar 0,511, dan variabel *user satisfaction* sebesar 0,515. kesimpulan dari nilai *R-Square* untuk variabel *actual system use* termasuk dalam kategori moderat. Kemudian untuk variabel *behavioral intention* termasuk dalam kategori lemah.



Gambar 5. Pengukuran Inner Model

Tabel 6. Nilai F-Square

	Actual System Use	Behavioral Intention	Net Benefit	User Satisfaction
Behavioral Intention	1,179		0,032	
Information Quality				0,052
Perceived Ease of Use		0,150		
Perceived Usefulness		0,161		
Service Quality				0,005
System Quality				0,176
User satisfaction			0,423	

Selanjutnya variabel *net benefit* dan variabel *user satisfaction* termasuk dalam kategori moderat.

b. Effect Size (F-Square)

F-Square digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel laten. Adapun nilai kriteria *F-Square* yang disarankan adalah 0,02 menunjukkan memiliki pengaruh yang lemah, 0,15 moderate, dan 0,35 termasuk kategori kuat (Prof. Dr. Siswoyo Haryono, MM, 2016).

Berikut penjelasan dari tabel 6 yaitu:

1) *Behavioral intention* memiliki nilai *f-square* sebesar 1,179 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "sangat kuat" terhadap variabel *actual system use*
2) *Behavioral intention* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,032 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "lemah" terhadap variabel *net benefit*
3) *Information quality* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,052 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "lemah" terhadap variabel *user satisfaction*
4) *Perceived ease of use* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,150 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "moderate" terhadap variabel *behavioral intention.*
5) *Perceived usefulness* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,161 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "moderate" terhadap variabel *behavioral intention.*
6) *Service quality* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,005 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "sangat lemah" terhadap variabel *user satisfaction.*
7) *System quality* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,176 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "moderat" terhadap variabel *user satisfaction.*
8) *User satisfaction* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,423 berarti bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh "kuat" terhadap variabel *net benefit.*

c. Path Coefficients

Path coefficients berguna untuk menunjukkan hubungan antar variabel. Menurut (Rahmad Solling Hamid, S.E. & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., 2019) hubungan antar variabel dikatakan signifikan apabila *t-statistic* > 1,989 dan *p-values* < 0,05 (5%)

Berdasarkan output dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *actual system use* yang ditunjukkan dengan koefisen parameter sebesar 0,736. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5% hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 28.545 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

Behavioral intention berpengaruh positif signifikan terhadap *net benefit* yang ditunjukkan dengan koefisen parameter sebesar 0,165. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,003 lebih kecil dari tingkat alpha 5% hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 3.026 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

Information quality berpengaruh positif signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan koefisen parameter sebesar 0,256. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 4.342 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

Perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* yang

Tabel 7. Output nilai path coefficients

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (|O/STDEV|)	P Values
BI → AU	0,736	0,737	0,026	28,545	**0,000**
BI → NBF	0,165	0,164	0,055	3,026	**0,003**
INFQ → USFT	0,256	0,251	0,059	4,342	**0,000**
PEU →BI	0,354	0,358	0,047	7,504	**0,000**
PU → BI	0,366	0,364	0,052	7,069	**0,000**
SRVQ → USFT	0,084	0,091	0,065	1,279	**0,202**
SYSQ →USFT	0,448	0,447	0,063	7,116	**0,000**
USFT → NBF	0,597	0,601	0,052	11,548	**0,000**

ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0,354. nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 7.504 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

Perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dengan koefisen parameter sebesar 0,366. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 7.069 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

Service Quality berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0,084. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,202 lebih besar dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 1.279 lebih kecil dari 1.989 (t-tabel).

System quality berpengaruh positif signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0,448. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 7.116 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

User satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap *net benefit* yang ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0,597. Nilai signifikan, yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 11.548 lebih besar dari 1.989 (t-tabel).

d. Predictive Relevance (Q-Square)

Q-Square bertujuan untuk melihat pengaruh model terhadap pengukuran observasi variabel laten *endogen.* Nilai *Q-Square* didapat dengan menggunakan prosedur *blinfolding.* Menurut (Anuraga et al., 2017) Nilai *Q-Square* > 0 menjelaskan bahwa model memiliki *predictive relevance.* Sedangkan *Q-Square* ≤ 0 memiliki arti bahwa model kurang memiliki *predictive relevance.* Besaran nilai Q^2 memiliki rentang nilai 0 < Q^2 < 1, yang memiliki arti bahwasanya semakin nilai Q^2 mendekati nilai 1 maka model dapat dikatakan sangat baik.

Pada tabel 8 didapatkan nilai *q-square* untuk variabel *actual system use* sebesar 0,436, *behavioral intention* sebesar 0,283, *net benefit* sebesar 0,322, dan *user satisfaction* sebesar 0,462. Hal tersebut membuktikan bahwasanya Q^2 memiliki nilai > 0, sehingga dapat dikatakan variabel tersebut memiliki *predictive relevance* yang baik.

Tabel 8. Nilai Q-Square

	Q^2
Actual System Use	0,436
Behavioral Intention	0,283
Net Benefit	0,322
User Satisfaction	0,462

e. Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) bertujuan untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan. *Goodness of Fit* (GoF) berguna untuk menguji kelayakan suatu model. Menurut (Prof. Dr. Siswoyo Haryono, MM, 2016) nilai GoF berkisar antara 0-1 dengan interpretasi nilai: 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0,36 (GoF besar). Berikut rumus menghitung *Goodness of Fit (GoF)* sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{\overline{AVE} x \overline{R^2}}$$

$$GoF = \sqrt{0{,}746 x 0{,}49075}$$

$$GoF = 0{,}60506156712$$

Keterangan :

$$\overline{AVE} = Nilai\ rata - rata\ AVE$$

$$\overline{R^2} = Nilai\ rata - rata\ R^2$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwasanya GoF memiliki nilai sekitar 61%. Hal tersebut menunjukkan bahwa model penelitian layak untuk digunakan.

3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah dibuat. Uji hipotesis dapat diketahui melalui nilai dari *path coefficients, T-statistics* dan *P-values.*

Dari 8 hipotesis yang diuji, terdapat 7 variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan 1 variabel memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Pada variabel *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,366 dan nilai T-statistics sebesar 7,069 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengartikan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention,* sehingga H1 terbukti.

Pada variabel *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

Tabel 9. Tabel Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficients	T-statistics	P-values	Pengaruh
H1: PU→BI	0,366	7,069	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H2: PEU→BI	0,354	7,504	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H3: INFQ→USFT	0,256	4,342	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H4: SYSQ→USFT	0,448	7,116	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H5: SRVQ→USFT	0,084	1,279	**0,202**	Berpengaruh positif dan tidak signifikan
H6: USFT→NBF	0,736	28,545	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H7a: BI→AU	0,597	11,548	**0,000**	Berpengaruh positif dan signifikan
H7b: BI→NBF	0,165	3,026	**0,003**	Berpengaruh positif dan signifikan

behavioral intention yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,354 dan nilai T-statistics sebesar 7,504 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengartikan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention,* sehingga H2 terbukti.

Pada variabel *Information quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,256 dan nilai T-statistics sebesar 4,342 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengartikan bahwa variabel *information quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction,* sehingga H3 terbukti.

Pada variabel *System quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,448 dan nilai T-statistics sebesar 7,116 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengartikan bahwa variabel *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction,* sehingga H4 terbukti.

Pada variabel *Service quality* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *user satisfaction* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,084 dan nilai T-statistics sebesar 1,279 < 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,202 > 0,05 yang mengartikan bahwa variabel *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction,* sehingga H5 tidak terbukti.

Pada variabel *User satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,597 dan nilai T-statistics sebesar 11,548 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengertikan bahwa variabel *user satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit,* sehingga H6 terbukti.

Pada variabel *Behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,736 dan nilai T-statistics sebesar 28,545 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,000 < 0,05 yang mengertikan bahwa variabel *behavioral intention,* sehingga H7a terbukti.

Pada variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit* yang ditunjukkan dengan *path coefficients* bernilai positif sebesar 0,165 dan nilai T-statistics sebesar 3,026 > 1,989 atau nilai p-values, yaitu sebesar 0,003 < 0,05 yang mengertikan bahwa variabel *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction,* sehingga H7b terbukti.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.* Variabel *information quality* dan *system quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction.* Variabel *service quality* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *user satisfaction.* Variabel *user satisfaction* dan *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *net benefit.* Variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system use.* Hasil pengujian menunjukkan bahwasanya semua hipotesis memiliki pengaruh positif dan hampir semua hipotesis dapat diterima atau signifikan. Terdapat 7 dari 8 hipotesis yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan sedangkan 1 variabel terbukti berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Daftar Pustaka

[1] Darmawan, R. D. (2018). Analisa Pengaruh Work Family Conflict dan Job Stress Terhadap Job Performance Perawat di Rumah Sakit "X" (p. 6).

[2] Dr. Sudaryono, M. P., Efana Rahwanto, S. K., & Ratna Komala, S. K. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JUMANIS) Prodi Kewirausahaan*, *2*(2), 200–213.

[3] Hendra, S., Sukardi, & Syahrullah. (2015). Pengaruh Penggunaan E-Learning Klasiber terhadap Net Benefit di Universitas Islam Indonesia dengan User Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*, 37–42.

[4] Heryanta, J. (2019). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Actual Use Pengguna GO-JEK Indonesia dengan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Innovation Diffusion Theory. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *7*(2).

[5] Jaya, M. A., Ferdiana, R., & Fauziyati, S. (2017). Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta. *Jurnal.Umk.Ac.Id*, *4*(1), 167–173. https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1261

[6] Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start Up Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis(NUSAMBA)*, *2*(1), 1. https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701

[7] Prof. Dr. Siswoyo Haryono, MM, Mp. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen AMOS Lisrel PLS.

[8] Rahmad Solling Hamid, S.E., M. ., & Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M. M. (2019). *Structural Equation Model (SEM)*.

[9] Rena Eka Setyawati. (2020). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1 Januari 2020. Pengaruh Perceived Usefullness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Atittude Towards Using Sebagai Variabel Intervening, 3(1), 39–51.

[10] Revythi, A., & Tselios, N. (2019). Extension of Technology Acceptance Model by Using System Usability Scale to Assess Behavioral Intention to Use E- Learning. 2009.

[11] Wibowo, wendy ariesta. (2013). Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality Terhadap User Satisfaction Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. *Journal of Management Information Systems*, *8*(4), 9–30.