

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGUNAKAN SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Muthia Hanum Widyananda, Rizal Hari Magnadi¹
muthiaw@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

ABSTRACT

A site's traffic is one of the most important performance indicators in a company that provides digital content or a website. This research aims to analyze the influence of perceived ease of use and perceived usefulness towards intention to use news sites Suaramerdeka.com through attitude towards use as the intervening variable.

The sampling method used on this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. Samples were collected from 100 respondents on Semarang who use the internet and knows information about Suaramerdeka.com. Analysis method used here is multiple regression analysis which includes validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, t-test, f-test, determination test and sobel test.

The result showed that perceived ease of use and perceived usefulness has positive and significant influence on attitude towards use. While attitude towards use as the intervening variable has positive and significant influence on intention to use.

Keywords: perceived ease of use, perceived usefulness, attitude towards use, intention to use

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan internet telah memberikan dampak yang besar pada beberapa industri. Lingkungan digital dengan biaya tambahan hampir mendekati nol, namun konsumen dapat mengakses, menduplikasi, dan distribusi yang lebih baik dapat mengancam sektor yang tidak mampu mengikuti perubahan. Seiring berkembangnya teknologi mencari berita melalui internet dianggap lebih efisien karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan mencari berita kapan saja melalui ponsel *smartphone*.

Traffic sebuah situs merupakan salah satu indikator kinerja terpenting pada suatu perusahaan yang menyediakan konten digital atau website. Selain mencerminkan popularitas sebuah situs, hal tersebut juga memberikan dasar untuk memperoleh pendapatan dari biro iklan berbasis web. Maka, banyak perusahaan menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan minat konsumen dalam mengakses situs tersebut sehingga menghasilkan *traffic* yang unggul.

Technology Acceptance Model atau TAM adalah model yang dibenarkan secara teoritis dan empiris yang dimaksudkan untuk menjelaskan penerimaan teknologi atau sistem informasi (Teo dan Noyes, 2011). TAM pertama kali dikembangkan oleh Davis et al., pada tahun 1986. TAM memiliki dua elemen penting yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, et al 1989). Penelitian Yang dan Yoo (2004) menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan dapat menjadi prediktor signifikan dari minat untuk menggunakan suatu sistem. Lebih lanjut, penelitian Heijden (2003) menyatakan bahwa sikap merupakan mediator yang kuat antara keyakinan dan niat untuk menggunakan. Sebuah situs yang mudah digunakan dan memberikan manfaat akan memberikan umpan balik respon, sikap baik pengunjung yang kemudian dapat mengarah ke minat untuk menggunakan. Hal serupa diungkapkan oleh Chen, et al (2002) bahwa niat menggunakan

¹ Corresponding author

dipengaruhi oleh sikap terhadap penggunaan, dan sikap dipengaruhi langsung oleh keyakinan tentang sistem yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap terhadap penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan situs Suaramerdeka.com.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

Sikap dipengaruhi langsung oleh keyakinan tentang sistem yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat (Chen, et al 2002). Semakin tinggi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sebuah sistem atau teknologi, maka akan semakin positif sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Yu, et al (2005) menerapkan TAM untuk menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi pengguna potensial *t-commerce*, hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan. Hal serupa dikemukakan oleh Shih (2004) yang menerapkan TAM untuk memprediksi penerimaan pengguna *e-shopping* di website, menunjukkan bahwa sikap terhadap *e-shopping* sangat kuat dan berkorelasi positif dengan penerimaan pengguna, dan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan menentukan sikap individu terhadap *e-shopping*.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

Menurut Chen, et al (2002) sikap dipengaruhi langsung oleh keyakinan tentang sistem yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan dari sebuah penggunaan sistem atau teknologi, maka akan semakin positif sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Heijden (2003) serta Suki dan Suki (2011) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan. Penelitian oleh Tira, et al (2016) mengaplikasikan model TAM pada penggunaan *e-newspaper* hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut :

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan.

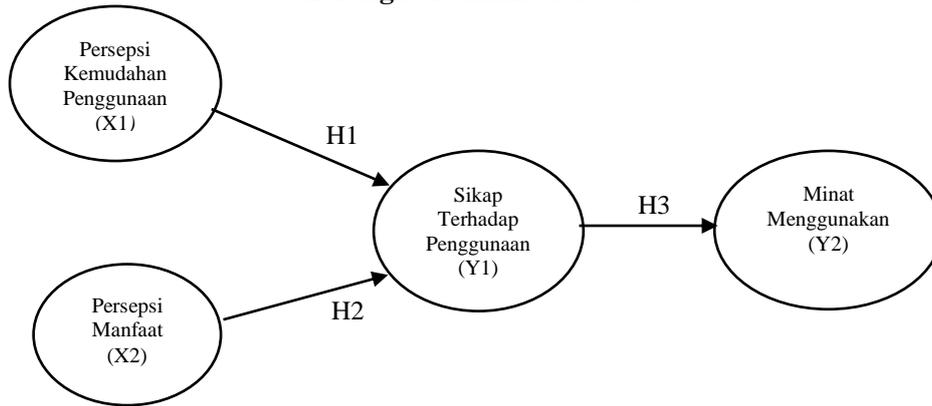
Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Minat Menggunakan

Theory Reasoned Action yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein, *Theory Planned Behavior* oleh Schifter dan Ajzen, dan *Technology Acceptance Model* oleh Davis memasukan variabel sikap sebagai anteseden yang jelas dari perilaku dan keputusan akhir individu (Flavián dan Gurrea, 2009). Berdasarkan keyakinan tertentu, seseorang membentuk sikap tentang objek atas dasar apa ia membentuk sikap tentang objek tertentu. Menurut Ajzen dan Fishbein (dalam Wu, et al 2011) niat perilaku manusia dipengaruhi oleh sikap dan norma – norma subjektif. Jika konsumen memiliki lebih banyak sikap positif, mereka cenderung lebih menerima dan menggunakan teknologi tersebut, dan sebaliknya (Chen, et al 2002). Park, et al (2011) menyelidiki faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi siswa dan penggunaan *e-learning*, hasilnya menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan *mobile learning* berpengaruh kuat terhadap niat untuk menggunakan. Dalam penelitian Heijden (2003) juga dapat diketahui bahwa niat paling dominan dipengaruhi oleh sikap. Sikap terhadap penggunaan merupakan mediator yang kuat antara keyakinan dan minat untuk menggunakan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut :

H3 : Sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif pada minat menggunakan.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Chen, et al (2002), Heijden (2003) dan Yu, et al (2005), dikembangkan untuk penelitian (2018)

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel dependen, variabel intervening, dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah minat menggunakan, variabel intervening yang digunakan adalah sikap terhadap penggunaan, dan variabel independen yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Tabel 1
Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi	Indikator
Minat Menggunakan (Y2)	Kecenderungan intensi atau minat dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan (Davis, 1989).	1. Tertarik menggunakan situs. 2. Minat mencari berita melalui situs. 3. Minat menggunakan situs sesegera mungkin. (Yu, et al 2005)
Sikap Terhadap Penggunaan (Y1)	Perasaan seseorang baik positif atau negatif tentang melakukan perilaku sasaran dalam menggunakan teknologi (Yang dan Yoo, 2004).	1. Menggunakan situs merupakan ide yang bagus. 2. Menggunakan situs merupakan pilihan yang bijak. 3. Menggunakan situs menyenangkan. (Venkatesh, et al 2003)
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha atau kesulitan (Davis, et al 1989)	1. Kemudahan konten untuk dipelajari. 2. Kemudahan situs untuk dijelajahi. 3. Kemudahan situs untuk diakses. (Davis, et al 1989)
Persepsi Manfaat (X2)	Kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem akan menguntungkan dan meningkatkan kinerjanya (Davis, et al 1989)	1. Mempermudah dalam mencari berita. 2. Mempercepat pencarian berita. 3. Meningkatkan efisiensi dalam mencari berita. (Davis, et al 1989)

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2008) ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pengguna internet di Kota Semarang yang mengetahui situs Suaramerdeka.com.

Menurut Ferdinand (2006), sampel merupakan subset dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden di Kota Semarang yang mengetahui situs Suaramerdeka.com.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan program *Statistical Package for Social Science* SPSS versi 21.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, proses penyebaran kuesioner ditujukan kepada 100 responden di Kota Semarang yang mengetahui situs Suaramerdeka.com. Dalam penelitian ini, responden terdiri dari berbagai latar belakang demografis yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta pendapatan per bulan. Dari hasil kuesioner dapat diketahui bahwa usia rata-rata responden adalah 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa. Rata-rata responden memiliki pendapatan per bulan sebanyak Rp. 1.000.100-Rp.2.000.000. Proses analisis data dilakukan dengan memeriksa pemenuhan asumsi data, untuk memastikan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. Berdasarkan penelitian yang didapatkan semua variabel memiliki distribusi normal. Dapat diketahui pula bahwa model kuesioner dikatakan valid dan reliabel. Suatu model dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1654) serta model dikatakan reliabel ketika memiliki nilai cronbach alpha $> 0,7$.

Tabel 2
Validitas dan Reliabilitas

	Standar Alpha	Cronbach's Alpha	r hitung	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₁)	0,700	0,789		Reliabel
X _{1.1} Kemudahan konten untuk dipelajari			0,783	Valid
X _{1.2} Kemudahan situs untuk dijelajahi			0,861	Valid
X _{1.3} Kemudahan situs untuk diakses			0,874	Valid
Persepsi Manfaat (X ₂)	0,700	0,863		Reliabel
X _{2.1} Mempermudah dalam mencari berita			0,859	Valid
X _{2.2} Mempercepat pencarian berita			0,927	Valid
X _{2.3} Meningkatkan efisiensi dalam mencari berita			0,872	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan (Y ₁)	0,700	0,866		Reliabel
Y _{1.1} Menggunakan situs merupakan ide yang bagus			0,885	Valid
Y _{1.2} Menggunakan situs merupakan pilihan yang bijak			0,916	Valid
Y _{1.3} Menggunakan situs menyenangkan			0,866	Valid
Minat Menggunakan (Y ₂)	0,700	0,895		Reliabel
Y _{2.1} Tertarik menggunakan situs			0,913	Valid
Y _{2.2} Minat mencari berita melalui situs			0,912	Valid
Y _{2.3} Minat menggunakan situs sesegera mungkin			0,913	Valid

Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan program SPSS versi 21. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan dua struktur. Struktur pertama menguji variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap terhadap penggunaan. Dan

pada struktur kedua menguji variabel sikap terhadap penggunaan terhadap minat menggunakan. Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Berganda Struktur I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,203	1,802		2,333	,022		
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,270	,118	,239	2,290	,024	0,403	2,480
Persepsi Manfaat	,542	,102	,557	5,331	,000	0,403	2,480
Adjusted R Square	,564		F = 65,135	Sig = 0,000 ^b			

a. Dependent Variable: Sikap Terhadap Penggunaan

Berdasarkan hasil tersebut, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:
 $Y1 = 0,239X1 + 0,557X2$

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel independen utama (persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (sig <0,05). Berdasarkan persamaan diketahui bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah persepsi manfaat dengan koefisien 0,557. Kemudian variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan koefisien 0,239. Pada hasil penelitian struktur I didapatkan hasil uji kelayakan model (Uji F) adalah signifikan dibawah 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen layak untuk menjelaskan variabel sikap terhadap penggunaan. Selain itu, diketahui juga bahwa nilai *adjusted R square* struktur I adalah sebesar 0,564. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel sikap terhadap penggunaan sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya sebesar 43,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Berganda Struktur II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,656	1,576		1,684	,095		
Sikap Terhadap Penggunaan	,863	,067	,795	12,973	,000	1,000	1,000
Adjusted R Square	,628		F = 168,305	Sig = 0,000 ^b			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil tersebut, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:
 $Y2 = 0,795Y1$

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sebesar 0,795 (sig <0,05). Pada hasil penelitian struktur II didapatkan hasil uji kelayakan model (Uji F) adalah signifikan dibawah 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen layak untuk menjelaskan variabel minat menggunakan. Selain itu, diketahui juga bahwa nilai *adjusted R square* struktur II adalah sebesar 0,628. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap terhadap penggunaan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel minat beli sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya sebesar 37,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Uji Sobel (Uji Mediasi)

Uji sobel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketuatan pengaruh tidak langsung dari variabel independen ke variabel dependen dengan melewati variabel mediasi tersebut (Ghozali, 2013). Pengujian variabel intervening dilakukan dengan menggunakan Uji Sobel untuk

membuktikan bahwa sikap terhadap penggunaan (Y1) dapat memediasi persepsi kemudahan penggunaan (X1), dan persepsi manfaat (X2) terhadap minat menggunakan (Y2).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji sobel dengan menggunakan *Interactive Mediation Tests Online* dari Daniel Soper untuk menilai apakah variabel yang diuji merupakan variabel intervening. Jika kolom *p-value* pada tabel hasil perhitungan memiliki nilai dibawah 0,05 atau kolom *test-statistic* memiliki nilai diatas t tabel yakni 1,66 maka variabel tersebut terbukti sebagai variabel intervening.

Tabel 5
Hasil Sobel Test

Pengaruh Tidak Langsung	Sobel Test Statistic	P-Value
Persepsi Kemudahan Penggunaan → Sikap Terhadap Penggunaan → Minat Menggunakan	1,99654	0,04587
Persepsi Manfaat → Sikap Terhadap Penggunaan → Minat Menggunakan	4,96066	0,00000

Dari pengujian variabel intervening menggunakan uji sobel, dapat diketahui bahwa keseluruhan perhitungan mempunyai nilai *sobel test statistic* lebih besar dari t tabel (1,66) dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap penggunaan dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan.

KESIMPULAN

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap variabel intervening dari yang tertinggi hingga terendah yaitu variabel persepsi manfaat (0,577) kemudian persepsi kemudahan penggunaan (0,239). Sedangkan pengaruh variabel intervening sikap terhadap penggunaan ke variabel dependen minat menggunakan memberi pengaruh sebesar (0,795).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh paling besar. Dari tiga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi manfaat, mempercepat pencarian berita memiliki penilaian angka indeks yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Beberapa hal yang harus ditingkatkan yaitu kecepatan dalam menyajikan berita terkini, karena pengguna mengakses situs berita online dengan tujuan untuk mengetahui informasi terkini secara mudah dan cepat.

Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang

Kuesioner hanya didistribusikan kepada responden yang berada di wilayah Kota Semarang, menyebabkan cakupan penelitian yang cukup sempit sehingga hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik jika memperluas wilayah penelitian misalnya di Jawa Tengah karena Suara Merdeka memiliki target segmentasi dengan wilayah Jawa Tengah. Kemudian, populasi dalam penelitian ini kurang merata karena lebih dominan pada rentang usia 21 sampai 30 tahun. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan lebih memperhatikan populasi sehingga penyebaran kuesioner merata tidak hanya didominasi usia tertentu.

REFERENSI

- Chen, L. da, Gillenson, M. L., & Sherrell, D. L. 2002. Enticing online consumers: An extended technology acceptance perspective. *Information and Management*. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00127-6](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00127-6)
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Flavián, C., & Gurrea, R. 2009. Users' motivations and attitude towards the online press. *Journal of Consumer Marketing*, 26(3), 164–174. <https://doi.org/10.1108/07363760910954109>
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heijden, H. Van Der. 2003. Factors influencing the usage of websites: The case of a generic portal in The Netherlands. *Information and Management*. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(02\)00079-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(02)00079-4)
- Park, S. Y., Nam, M.-W., & Cha, S.-B. 2011. University student's behavioral intention to use mobile learning : Evaluating the TAM.
- Shih, H. P. 2004. An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web. *Information and Management*. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(03\)00079-X](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(03)00079-X)
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Suki, N. M., & Suki, N. M. 2011. Exploring the relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, attitude and subscribers' intention towards using 3G mobile services. *Journal of Information Technology Management*.
- Teo, T., & Noyes, J. 2011. An assessment of the influence of perceived enjoyment and attitude on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach. *Computers and Education*, 57(2), 1645–1653. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.03.002>
- Tira, A. C. D. H., Wardana, I. M., & Setiawan, P. Y. 2016. Aplikasi model TAM pada penggunaan e-newspaper di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View, 27(4), 425–478.
- Wu, M., Chou, H., Weng, Y., & Huang, Y. 2011. TAM2-based Study of Website User Behavior — Using Web 2 . 0 Websites as an Example Literature Review. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 8(4), 133–151.
- Yang, H. D., & Yoo, Y. 2004. It's all about attitude: Revisiting the technology acceptance model. *Decision Support Systems*. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(03\)00062-9](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(03)00062-9)
- Yu, J., Ha, I., Choi, M., & Rho, J. 2005. Extending the TAM for a t-commerce. *Information and Management*, 42(7), 965–976. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.11.001>