



## **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu terhadap Penggunaan Sistem *E-Commerce***

Sintia Anggelina<sup>1</sup>; Novie Susanti Suseno<sup>2</sup>; Irma Rosmayati<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Garut

[24022115051@fekon.uniga.ac.id](mailto:24022115051@fekon.uniga.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Garut

[novie\\_ss@yahoo.com](mailto:novie_ss@yahoo.com)

<sup>3</sup> Universitas Garut

[irma.rosmayati@yahoo.com](mailto:irma.rosmayati@yahoo.com)

### **Abstrak**

Dalam kehidupan sekarang ini teknologi informasi berkembang pesat, yang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari yang menyebabkan terjadinya perubahan kultur dalam masyarakat. perkembangan internet yang sangat cepat merupakan faktor pendorong *e-commerce*. *E-commerce* adalah *platform* yang menyediakan transaksi komersial secara digital. *Trend* belanja secara *online* melalui *e-commerce* banyak diminati oleh masyarakat Garut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong minat individu menggunakan *e-commerce* pada masyarakat Garut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linier berganda. Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *multivariate* sampel sebanyak 60 responden. Hasil penelitian ini terdapat 5 variabel yang diteliti dan proses validasi, reliabilitas, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*, selain itu variabel norma subjektif, kontrol perilaku dan persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh.

**Kata kunci:** Analisis Regresi Linier Berganda, *E-Commerce*, Sistem *E-Commerce*.

### **Abstract**

*In today's life information technology is developing very fast, information technology has become a daily necessity that causes cultural changes in society. the rapid development of the internet is a driving factor for e-commerce. E-commerce is a platform that provides digital commercial transactions. The trend of online shopping through e-commerce is much in demand by the Garut community. The purpose of this study is to determine what factors drive the interest of individuals using e-commerce in the Garut community. The research method used in this study is the test of validity, reliability, multiple linier regression analysis. Sampling in this study is a nonprobability sampling technique that is a multivariate sample of 60 respondents. The results of this study there are 5 variables studied and the process of validation, reliability, and multiple linear regression. The results of the study show that the attitude and perceived ease variables have an influence on individual interests using*

*the e-commerce system, besides the subjective norm variables, behavioral control and perceived usefulness have no effect.*

**Keywords:** *E-Commerce, E-Commerce System, Multiple Linear Regression Analysis.*

## 1 Pendahuluan

Teknologi informasi dalam kehidupan sekarang ini berkembang pesat, yang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari yang menyebabkan terjadinya perubahan kultur dalam masyarakat. perkembangan internet yang sangat cepat merupakan faktor pendorong *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce* perusahaan dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi yang menyediakan berbagai fasilitas. Pengguna Internet dan penjualan *e-commerce* di Indonesia jumlahnya semakin meningkat dan terus bertambah.

*E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, layanan dan informasi melalui jaringan komunikasi seperti internet, intranet dan extranet (Ahmed *et al.*, 2007). Adapun fenomena dalam penelitian ini adalah adanya ketidaksesuaian antara teori dengan fakta yang terjadi. Teori menyebutkan bahwa dengan menggunakan teknologi sebagai sarana jual beli barang atau jasa bisa memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, menekan biaya untuk operasional seperti transportasi. Sedangkan fakta yang terjadi dilapangan banyaknya kecurangan dalam *e-commerce*, seperti *seller* meminta transfer diluar *website* resmi atau toko *online* resmi, atau bisa juga *seller* menjual barang yang tidak sesuai dengan gambar, dan bahkan adanya rating palsu. Pada tanggal 27 Agustus 2018 telah terungkap tindak kecurangan yang merugikan konsumen, yaitu dalam penyelenggaraan *flash sale* yang diadakan oleh tokopedia. Kecurangan tersebut dilakukan oleh karyawan yang melakukan penyelenggaraan transaksi terhadap 49 produk dari kampanye promosi. Akibat dari kecurangan ini konsumen tidak dapat membeli barang murah yang dijual pada promosi *flash sale* secara adil (kompas.com).

Peralihan minat pembelian masyarakat menggunakan sistem *e-commerce* dari transaksi secara tradisional, disebabkan karena menggunakan transaksi secara *online* lebih mudah untuk digunakan dibandingkan dengan menggunakan transaksi secara tradisional (Aribowo, 2013). Minat individu dalam bertransaksi secara *online* dapat diukur dengan menggunakan *Theory of Planned Behaviour*. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) perluasan dari teori tindakan beralasan *Theory of Reasoned Action*. TPB merupakan teori yang berpengaruh dalam menjelaskan dan memprediksi perilaku, dan telah terbukti dapat memprediksi berbagai perilaku (Jogiyanto: 2007).

TPB juga menguraikan bahwa minat atau niat seseorang dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, serta persepsi kontrol perilaku. Menurut teori TPB mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat individu dalam penggunaan *e-commerce* diantaranya sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku. Menurut teori TAM (*Technology Acceptance Model*) ada dua faktor yang mempengaruhi minat perilaku individu yaitu kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian (Jogiyanto, 2007).

## 2 Tinjauan Pustaka

### 2.1 *Theory of Reasoned Action*

Ajzen dan Fishbein mengembangkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari penelitian sebelumnya yang diawali dengan teori sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*). Adanya *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) disebabkan karena dalam penelitian sebelumnya tentang sikap kurang berhasil yaitu hubungan antara sikap dan perilaku (Jogiyanto, 2007). Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) ini menguraikan tahapan-tahapan manusia dalam mengerjakan perilaku. Pertama kali niat atau minat (*intention*) seseorang diasumsikan akan menentukan perilaku (*behavioral*). Kemudian yang selanjutnya niat atau minat dapat dipengaruhi oleh sikap-sikap terhadap perilaku (*attitudes toward the behavior*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*).

### 2.2 *Theory of Planned Behaviour*

*Theory of Reasoned Action* (TPB) merupakan lanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Icek Ajzen mengembangkan teori perilaku perencanaan ini dengan menambahkan konstruk yang belum ada pada teori tindakan beralasan. Konstruk tersebut yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). *Perceived behavioral control* ditambahkan dalam teori ini untuk mengontrol seseorang yang dibatasi oleh keterbatasan dan kekurangannya dalam sumber daya yang digunakan untuk mengerjakan perilakunya (Jogiyanto, 2011).

### 2.3 *Technology Acceptance Model*

Davis *et al.* (1989) mengembangkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) ini merupakan salah satu model yang digunakan oleh seorang pemakai dalam penerimaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007). Minat perilaku individu yang dapat menjelaskan dan memprediksi tindakan sadar seorang individu dalam menerima suatu sistem teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) ini memiliki dua konstruk utama yang dapat mempengaruhi minat perilaku individu yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

## 3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini memakai jenis penelitian kuantitatif, yaitu menganalisis data dalam bentuk angka dengan menggunakan data primer untuk mendapatkan semua data informasi terkait semua variabel yang digunakan. Penelitian menggunakan analisis dengan *multivariate*, dimana jumlah variabel yang diteliti akan dikali minimal 10 dengan jumlah sampel. Adapun jumlah variabel yang digunakan ada 6 variabel termasuk variabel independen dan variabel dependen, jadi jumlah sampel yang akan digunakan adalah  $6 \times 10 = 60$ . Teknik *sampling* yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, menurut Jogiyanto (2013), *purposive sampling* merupakan suatu teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel dari populasi dengan mempertimbangkan suatu kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan responden adalah:

1. Penelitian ini membatasi responden dengan usia minimal antara 22-44 tahun, karena pada usia tersebut merupakan usia yang paling banyak dalam penggunaan *e-commerce* (buka toko online.id).
2. Pengguna *e-commerce* di Kabupaten Garut yang pernah melakukan transaksi *e-commerce* lebih dari tiga kali transaksi.

- Responden yang berdomisili di Garut dan memiliki kartu tanda anggota yang bertempat tinggal di Garut.

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) juga mempunyai lebih dari satu variabel independen (bebas), maka digunakan metode analisis data dengan model regresi linear berganda (*multiple linear regression method*). Menurut Ghazali (2016) menyatakan bahwa model regresi linear berganda (*multiple linear regression method*) adalah alat analisis yang menggunakan statistik untuk mengerjakan pengujian penelitian terhadap pengajuan hipotesis yang dilakukan, dengan memakai program *Software SPSS (Statistical Package and Social Science) 20 for windows*.

## 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas menggunakan metode statistik Kolmogorov-Smirnov. Berikut tabel hasil dari uji normalitas menggunakan SPSS.

Tabel 2: Uji Normalitas kolmogorov-smirnov

		Sikap (X <sub>1</sub> )	Norma Subjektif (X <sub>2</sub> )	Kontrol Perilaku (X <sub>3</sub> )	Persepsi Kegunaan (X <sub>4</sub> )	Persepsi Kemudahan (X <sub>5</sub> )	Minat Individu (Y)
N		60	60	60	60	60	60
Normal Parameters	Mean	15.97	14.23	16.27	16.15	23.25	15.58
	Std. Deviation	1.449	2.739	1.287	1.549	2.319	1.555
Most Extreme Difference	Absolute	.241	.177	.315	.272	.257	.261
	Positive	.241	.126	.315	.272	.257	.261
	Negative	-.226	-.177	-.268	-.261	-.224	-.239
Kolmogorov-Smirnov Z		1.865	1.370	2.443	2.106	1.987	2.022
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122	.147	.210	.154	.187	.321

Dari hasil *output* normalitas data dengan menggunakan SPSS 22 pada Tabel 2 diperoleh nilai signifikan (*Asymp. Sig 2-tailed*) untuk variabel X<sub>1</sub> adalah sikap 0,122, variabel X<sub>2</sub> adalah norma subjektif 0,147, variabel X<sub>3</sub> adalah kontrol perilaku 0,210, variabel X<sub>4</sub> adalah persepsi kegunaan 0,154, variabel X<sub>5</sub> adalah persepsi kemudahan 0,187, dan variabel Y adalah minat individu 0,321. Data dapat dikatakan berdistribusi dengan normal karena nilai signifikan (*Asymp. Sig 2-tailed*) untuk setiap variabel lebih besar dari 0,05, artinya data variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> dan Y berdistribusi dengan normal. Asumsi normalitas terpenuhi, maka teknik analisis regresi dapat digunakan.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 (> 0,10) atau nilai VIF kurang dari 10 (<10). Berdasarkan tabel dibawah, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di dalam model regresi.

Tabel 3: Uji multikolinearitas

Model	Coefficients			T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.788	1.995		.896	.374		
Sikap (X <sub>1</sub> )	.432	.115	.403	3.765	.000	.706	1.417
Norma Subjektif (X <sub>2</sub> )	.086	.055	.152	1.560	.125	.847	1.180
Kontrol Perilaku (X <sub>3</sub> )	-.193	.151	-.160	-	.206	.517	1.934
Persepsi Kegunaan (X <sub>4</sub> )	.195	.116	.194	1.678	.099	.601	1.664
Persepsi Kemudahan (X <sub>5</sub> )	.243	.085	.363	2.866	.006	.503	1.990

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis multikolinearitas tidak terdapat multikolinearitas yang berarti antara masing-masing variabel independen dalam model regresi, karena nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa bebas dari multikolinearitas antar variabel dalam model regresi yang digunakan. Artinya bahwa masing-masing variabel independen tidak saling berhubungan sehingga model regresi baik untuk digunakan dan variabel tersebut dapat dikatakan handal dan robust atau kebal terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel lainnya di dalam model regresi berganda.

### Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, uji gleser digunakan dalam melakukan uji heteroskedastisitas. Dasar pengambilan dalam uji heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 (> 0,05) maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel output, nilai signifikansi (Sig.) dari masing-masing variabel yaitu lebih besar dari 0,05 (> 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4: Uji heteroskedastisitas

			Sikap	Norma	Kontrol	Persepsi	Persepsi	Minat
			p	Subjektif	Perilaku	Kegunaan	Kemudahan	Individu
Spearman's rho	Sikap (X <sub>1</sub> )	Correlation Coefficient	1.000	.295*	.251	.407**	.432**	.525**
		Sig. (2-tailed)	.	.022	.053	.001	.001	.000
		N	60	60	60	60	60	60
	Norma Subjektif	Correlation	.295*	1.000	.226	.276*	.567**	.495**

		Sikap	Norma Subjektif	Kontrol Perilaku	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Minat Individu
(X <sub>2</sub> )	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.022	.	.082	.033	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Kontrol Perilaku (X <sub>3</sub> )	Correlation	.251	.226	1.000	.470**	.447**	.211
	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.053	.082	.	.000	.000	.105
Persepsi kegunaan (X <sub>4</sub> )	Correlation	.407**	.276*	.470**	1.000	.470**	.553**
	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.001	.033	.000	.	.000	.000
Persepsi Kemudahan (X <sub>5</sub> )	Correlation	.432**	.567**	.447**	.470**	1.000	.609**
	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.	.000
Minat Individu (Y)	Correlation	.525**	.495**	.211	.553**	.609**	1.000
	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.165	.160	.105	.350	.439	.
	N	60	60	60	60	60	60

Berdasarkan tabel 4 semua predictor dengan nilai residual > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteroskedastisitas. Nilai signifikansi 2-tailed adalah X<sub>1</sub> adalah 0,165, X<sub>2</sub> adalah 0,160, nilai X<sub>3</sub> adalah 0,105, nilai X<sub>4</sub> adalah 0,350, dan nilai X<sub>5</sub> 0,439 > dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa varian residual model regresi ini adalah homogen atau model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

Tabel 5: Pengujian hipotesis

		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.788	1.995		.896	.374
	Sikap	.432	.115	.403	3.765	.008
1	Norma Subjektif	.086	.055	.152	1.560	.125
	Kontrol Perilaku	.193	.151	.160	1.280	.206
	Persepsi Kegunaan	.195	.116	.194	1.678	.099
	Persepsi Kemudahan	.243	.085	.363	2.866	.006

Berdasarkan tabel dengan mengamati baris, kolom t dan sig. bisa dijelaskan sebagai berikut:

**1. Pengaruh Variabel sikap terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.**

Variabel sikap ( $X_1$ ) berdasarkan hasil data yang telah diolah memiliki nilai t hitung sebesar 3,768, sedangkan tabel=  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,025;60) = 2,0003$ . Dengan demikian, terlihat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,768 > 2,0003$ . Artinya,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.

**2. Pengaruh variabel norma subjektif terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.**

Variabel norma subjektif ( $X_2$ ) berdasarkan hasil data yang telah diolah memiliki nilai t hitung sebesar 1,560, sedangkan tabel=  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,025;60) = 2,0003$ . Dengan demikian, terlihat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,560 < 2,0003$ . Artinya,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, dengan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.

**3. Pengaruh variabel kontrol perilaku terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.**

Variabel kontrol perilaku ( $X_3$ ) berdasarkan hasil data yang telah diolah memiliki nilai t hitung sebesar 1,280, sedangkan tabel=  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,025;60) = 2,0003$ . Dengan demikian, terlihat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,280 < 2,0003$ . Artinya,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.

**4. Pengaruh variabel persepsi kegunaan terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.**

Variabel persepsi kegunaan ( $X_3$ ) berdasarkan hasil data yang telah diolah memiliki nilai t hitung sebesar 1,678, sedangkan tabel=  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,025;60) = 2,0003$ . Dengan demikian, terlihat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,678 < 2,0003$ . Artinya,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem e-commerce.



## 5. Pengaruh variabel persepsi kemudahan terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.

Variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) berdasarkan hasil data yang telah diolah memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,866, sedangkan  $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025; 60) = 2,0003$ . Dengan demikian, terlihat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,866 > 2,0003$ . Artinya,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.

## 5 Simpulan dan Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang minat responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap penggunaan sistem *e-commerce* pada masyarakat Garut, maka hasil yang didapatkan melalui metode analisis regresi linier berganda dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.
2. Norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.
3. Kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.
4. Persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.
5. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

### 1. Untuk Pengusaha Toko *Online*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa untuk pengusaha toko *online*, harus mampu menyediakan produk yang sesuai dengan gambar yang dijual secara *online* dan juga selalu meningkatkan kualitas *online shop* masing-masing dengan menawarkan kelengkapan produk yang dibutuhkan konsumen dan juga menawarkan berbagai promosi seperti potongan harga agar konsumen tertarik untuk berbelanja secara *online*.

### 2. Untuk Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, disarankan untuk masyarakat harus bisa memilih dan memilah produk dan barang yang dipasarkan atau dijual secara *online*, karena jika kita tidak pintar dalam memilih maka kemungkinan besar dapat merugikan diri kita sendiri. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat dalam melakukan transaksi secara *online*.

## Daftar Pustaka

- Ahmed, et al. (2007). *Building Consumers Confidence In Adopting E-Commerce: A Malaysian Case. International Journal Business And Systems Research*. 1 (2), Pp 236-255.
- Ajzen I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour. Organizational Behaviour and Human Decision Processes*. 50(2). 179-221.



- Aribowo, D.P.J Dan Mahendra, A.N. (2013). Pengaruh *Trust* Dan *Perceived Of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal*, 2(1).
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.