

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI B2B BERBASIS WEB PADA INDUSTRI KAROSERI DENGAN PENDEKATAN TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*)

**Imanuel Vincent Kusuma, Suwitno*, Andri Wijaya,
Ardiane Rossi Kurniawan Maranto**

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Buddhi Dharma
Jalan Imam Bonjol No. 41, Tangerang, Indonesia
Email: *suwitno@ubd.ac.id

Abstrak

Melihat pentingnya peranan sistem informasi sebagai garis depan dalam pemasaran dan sebagai alat untuk mempermudah proses bisnis dalam Industri Karoseri Megah, mendorong penulis ingin membuat sebuah sistem informasi B2B di dalam Industri Karoseri Megah. Pembuatan sistem informasi ini bertujuan untuk memudahkan dalam pemasaran dan juga untuk meningkatkan penjualan secara online, yang pada akhirnya akan dianalisa dengan penggunaan metode TAM (*Technology Acceptance Model*). Penggunaan metode TAM untuk memberikan pengetahuan dasar terhadap dampak suatu faktor eksternal terhadap niat penggunaan pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keseluruhan nilai r hitung setiap pertanyaan kuesioner lebih dari 0,279. Dengan semua nilai Sig.(2-tailed) $0,001 < 0,05$; hal ini artinya seluruh pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid dan berkorelasi. Dalam uji F Test, F nilai = 155.081 > 3.19 dan Signifikansi $0,001 < 0,05$; yang artinya H_0 ditolak dan H_a dapat diterima yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari persepsi manfaat (*perceive usefulness*) dan kemudahan (*perceive easy of use*) terhadap niat perilaku (*behaviour intention*).

Kata Kunci

Sistem Informasi, Industri Karoseri, B2B, TAM

Latar Belakang

Industri Karoseri merupakan industri yang bergerak dalam perancangan dan pembangunan body kendaraan besar atau membangun bagian atas sebuah kendaraan dari chassis yang sudah ada. Terdapat banyak sub jenis dari industri karoseri ini, mulai dari kendaraan kecil seperti Colt Diesel, sampai kendaraan besar seperti Dump Truck, dan lain-lain. *Carrosserie* adalah kata yang berasal dari bahasa Belanda. *Carrosserie* adalah badan mobil yang dibangun di atas sasis kendaraan atau sasis bus atau truk tertentu. Awalnya karoseri di Indonesia terbuat dari rangka kayu dengan pelat logam tipis yang menutupinya. Bisnis ini berkembang pesat pada 1970-an, ketika truk pick up digunakan untuk membuat banyak kendaraan penumpang dan minibus, serta sasis bus. Dengan pengecualian kendaraan khusus seperti ambulans dan truk pemadam kebakaran, sebagian besar industri karoseri hanya memproduksi bus dan truk.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, industri karoseri harus mampu bersaing dalam pemasaran bisnisnya. Industri karoseri harus meningkatkan kualitas dalam rangka meningkatkan daya saing. Salah satu faktor untuk bersaing dalam persaingan yang ketat adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi dengan media internet yang terus berkembang [1]. Internet memberikan banyak keuntungan bagi pengusaha, seperti dapat memasuki segmen pasar baru,

yaitu dapat memperluas produk tidak hanya untuk pasar lokal, juga untuk pasar global. Salah satu penerapan teknologi informasi untuk dapat digunakan oleh pelaku usaha karoseri adalah mengembangkan usahanya adalah dengan merancang sistem informasi. Industri karoseri di Indonesia masih tertinggal jauh dalam menggunakan teknologi informasi untuk berbisnis. Contoh nyata dapat dilihat dalam Industri Karoseri Megah, proses bisnis dalam Industri Karoseri Megah masih jauh dari kata terintegrasi, mulai dari proses dalam perusahaan ataupun antar bisnis (*Business to Business*). UKM (khususnya UKM berorientasi ekspor) yang menggunakan internet, di sisi lain, menunjukkan bahwa internet memiliki manfaat yang signifikan bagi bisnis, menurut penelitian Asia Foundation (2002). Hal ini diperkuat oleh Rendra Hertiadhi, Direktur Pemasaran PT. Myohdotcom Indonesia, yang percaya bahwa fungsi IT dalam bisnis proses adalah sebagai sarana untuk membantu bisnis mencapai kinerja, produktivitas, dan profitabilitas yang optimal [2]. Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa pengaruh teknologi informasi akan sangat berperan untuk membantu mengembangkan sektor Industri Karoseri. Teknologi menawarkan berbagai keuntungan bagi Industri Karoseri apabila diadopsi dan diterapkan dengan baik. Salah satu keuntungannya yaitu memperluas saluran pemasaran produk dari lokal menjadi interlokal bahkan sampai ke belahan dunia lain.

Penelitian ini menggunakan model TAM dikarenakan model ini dapat menganalisa keterkaitan antara persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat perilaku pengguna dalam menggunakan sistem B2B ini. Dengan melakukan pengolahan dan analisa data angket yang telah terkumpul dengan model TAM untuk menemukan perilaku pengguna terhadap sistem B2B ini. Dibandingkan dengan metode lain seperti metode UAT (*User Acceptance Test*), UTAUT dan lain-lain, model TAM dipilih karena memiliki kelayakan yang mendetail dalam menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu sistem informasi maupun aplikasi komputerisasi berdasarkan jurnal-jurnal perbandingan yang dianalisa.

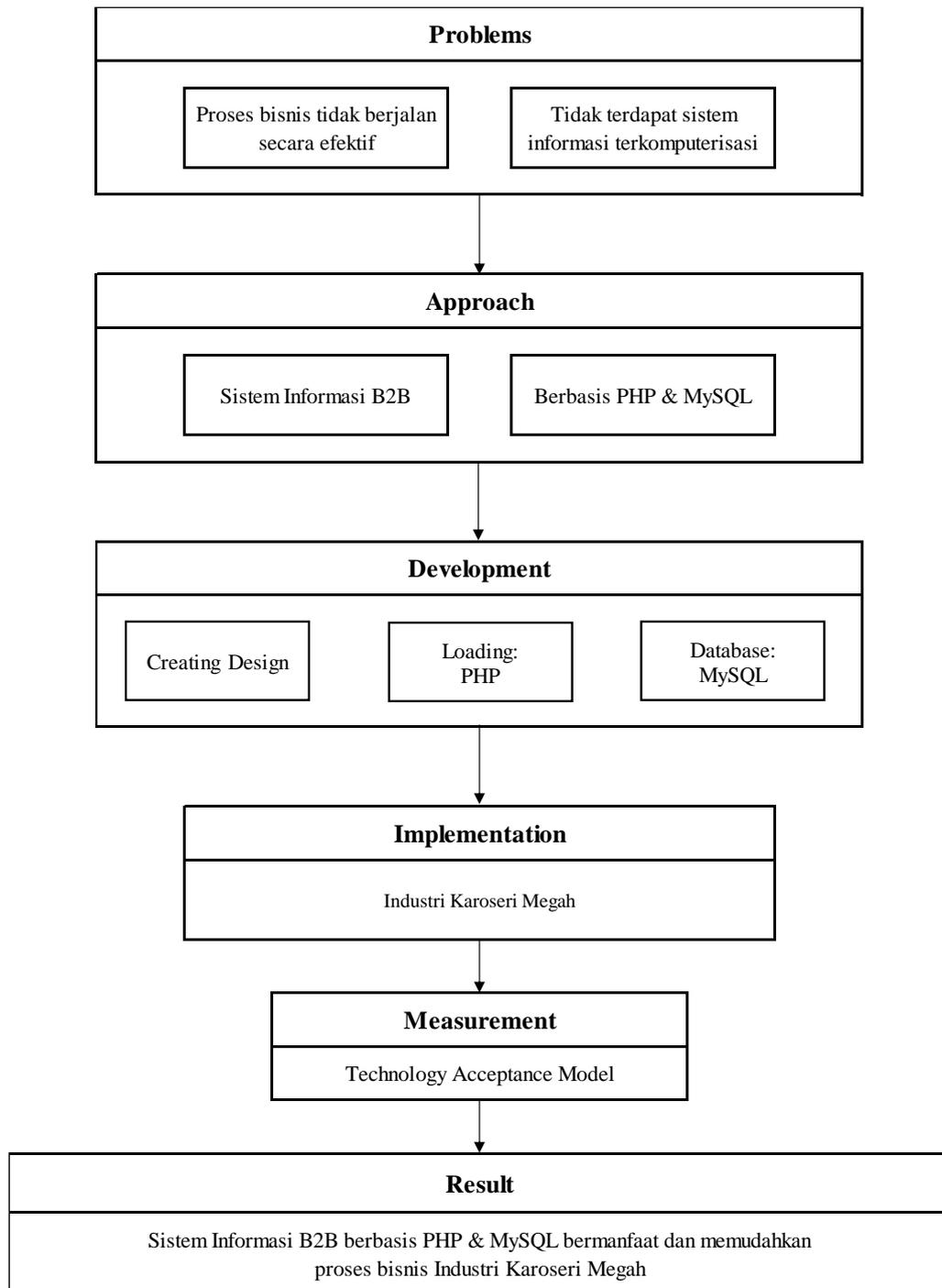
Studi Literatur

Di dalam penelitian ini, penulis menerapkan penggunaan model *Technology Acceptance Model* sebagai dasar landasan dalam mengadopsi informasi teknologi yang berupa Sistem Informasi untuk Industri Karoseri. TAM merupakan sebuah teori sistem yang dirancang untuk memberikan gambaran bagaimana pengguna memahami dan dalam penggunaan sebuah teknologi informasi. TAM menggunakan *Theory of Reason Action (TRA)* dari Fishbein dan Ajzen (1980) sebagai dasar teoritis yang diterapkan untuk melihat adopsi tingkat responden dalam penerimaan teknologi informasi. Dalam TRA, Ajzen menjelaskan bahwa niat perilaku pengguna tertentu dipengaruhi oleh dua variabel dasar, pertama sikap (*Attitude Towards Behavior*) dan kedua adalah norma subjektif (*Subjective Norms*). Variabel lainnya dalam TRA adalah keyakinan terhadap sikap perilaku (*Behavioural Beliefs*) serta keyakinan normatif (*Normative Beliefs*). Persepsi manfaat TI (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan TI (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi sikap perilaku (*Attitude Towards Using*) individu dalam menggunakan TI, yang lebih lanjut akan menentukan terkait apakah user tersebut berniat untuk menggunakan TI (*Intention to Use*) [3].

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dien Novita [4]. Pengukuran tingkat kepuasan penggunaan platform mobile dan website traveloka dengan analisa model TAM. Penelitian yang dilakukan Wahyu Prabawati Putri [5] dengan pengujian dan analisis pengaruh TAM terkait komputerisasi kegiatan pertanahan terhadap persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh pada niat penggunaan teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ananda Yulianto Putra [6] disimpulkan bahwa PEU, PU, dan *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage* dan dapat dijelaskan dengan variasi PEU, PU, dan *Behavioral Intention* sebesar 72,2 persen, dan sisanya 27,8 persen merupakan faktor di luar dari model. Penelitian oleh Reinaldo Diogenes Susilo, dkk [7], menunjukkan hasil kontribusi relative dari persepsi manfaat (PU→X1) sebesar 36.75% dan persepsi kemudahan (PEU→X2) adalah 63.25%. Kontribusi efektif yang

dihitung dari variabel persepsi kegunaan adalah 29.44% dan *Perceived Ease of Use* adalah 50,66% untuk niat perilaku, yang berarti pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) lebih dominan dibandingkan persepsi kegunaan yang dirasakan. Penelitian oleh Fran Sayekti [8] penerapan mode TAM terhadap penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah (SIKD), secara keseluruhan persepsi kemudahan penggunaan (PEU) dan persepsi kemanfaatan (PU) berpengaruh terhadap penerimaan SIKD. Dalam hal ini user SIKD lebih mudah menerima SIKD apabila mereka mengetahui bahwa SIKD mudah digunakan dan memiliki faktor manfaat dalam pekerjaan.

Kerangka Pemikiran

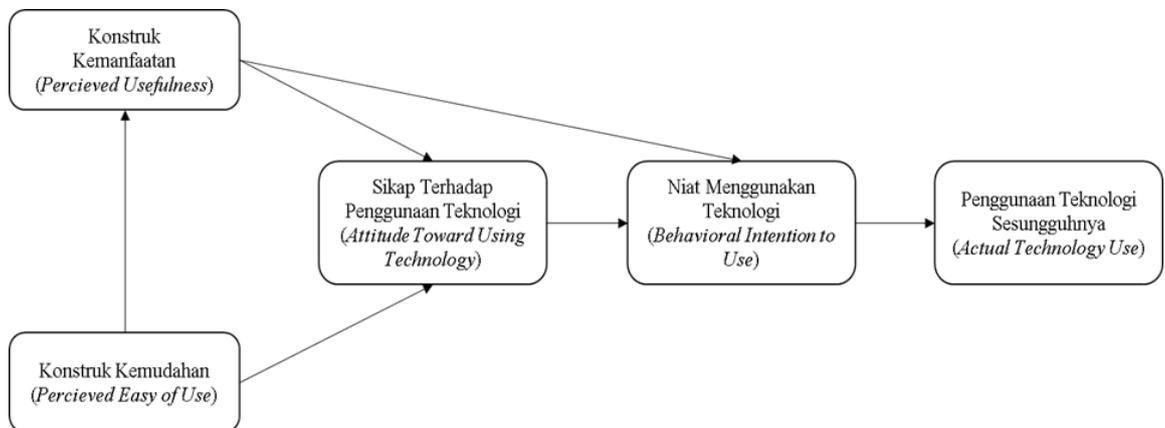


Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

A. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penelitian yang dipakai di dalam pengujian untuk penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model*. Metode ini merupakan metode pengujian yang bersifat kuantitatif atau dapat diartikan bahwa metode berjalan dengan cara menganalisis data menggunakan angka dan hasil dari pengambilan keputusan dapat diambil dari angka statistik yang didapatkan [9]. Metode *Technology Acceptance Model (TAM)* ini memiliki dua sifat dasar perilaku yang memiliki persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi (*easy of use*), kedua persepsi ini menekankan kepada pengguna sebagai tolak ukur bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan sikap terhadap penggunaan dan niat pengguna kepada pemakai yang aktual.



Gambar 2 Konstruksi Model TAM

B. Analisa faktor-faktor penerimaan Sistem Informasi B2B

Merinci mengenai komponen-komponen yang mempengaruhi tingkat penerimaan pemakai terhadap Sistem Informasi B2B menggunakan pendekatan metode TAM. Pemanfaatan strategi TAM dalam menemukan berbagai komponen yang mempengaruhi tingkat penerimaan Sistem Informasi B2B.

1. Penentuan Variabel

Dilakukan berdasarkan konstruk pada Model TAM, yang melibatkan faktor persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) sebagai variabel X_1 dan persepsi kemudahan (*Perceived Easy of Use*) sebagai variabel X_2 , yang secara keseluruhan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention to Use*) sebagai variabel Y .

2. Kuesioner

Pembuatan kuesioner mengacu pada kaidah konstruk pada model TAM yang sudah ditentukan dalam variabel diatas. Hal yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Menentukan indikator yang terkait
- b. Menentukan pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner
- c. Melakukan seleksi kelayakan terhadap pertanyaan yang telah disusun
- d. Mulai menentukan skema tetap kuesioner yang akan di sebarakan.

3. Menyebarkan Kuesioner

Setelah menentukan skema tetap kuesioner, tahap berikutnya adalah menyebarkan survey kepada pengguna (*user*). Kueioner dibuat menggunakan Google Form dan disebarakan kepada setiap pengguna (*user*) yang berkepentingan. Kuesioner yang diisi berjumlah 50 responden.

4. Pengolahan Data Kuesioner

Hasil kuesioner yang telah diisi reponden diolah menggunakan software SPSS versi 28, dengan pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan, usia dan jenis kelamin (*gender*). Hasil yang diperoleh dari tahapan ini adalah kuantitas data grafik jenis pekerjaan, rentang umur dan jenis kelamin

5. Tahapan Pengujian

a. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui tingkat validasi data kuesioner dalam pengumpulan data. Uji validitas dilaksanakan dengan menggunakan rumus korelasi bivariate Pearson dengan bantuan aplikasi SPSS versi 28.0.0.0 (190).

Rumus Uji Pearson Product Moment: [10]

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- R_{xy} : Koefisien relasi variabel X dan Y
 $\sum XY$: Jumlah perkalian variabel X dan Y
 $\sum X^2$: Jumlah kuadrat nilai X
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y
 $(\sum X)^2$: Jumlah keseluruhan nilai X kemudian dikuadratkan
 $(\sum Y)^2$: Jumlah keseluruhan nilai Y kemudian dikuadratkan

Item kuesioner dalam pengujian validitas dinyatakan valid jika angka rhitung > rtabel pada tingkat nilai signifikansi 5%. Sebaliknya jika angka rhitung < rtabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid. Nilai rtabel akan didapatkan dari tabel distribusi nilai rtabel signifikansi 5% dan 1% dengan tingkat signifikansi 5%.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh item pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Dasar dalam pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah:

1. Apabila nilai Cronbach's Alpha > 0.60 maka kuesioner dinyatakan konsisten atau reliabel.
2. Apabila nilai Cronbach's Alpha < 0.60 maka kuesioner dinyatakan tidak konsisten atau tidak reliabel.

Uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini dalam bentuk kuesioner dan skala bertingkat [11].

Rumus Alpha Cronbach's sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

- r₁₁ : reliabilitas
n : jumlah pertanyaan yang diuji
σ²_t : jumlah varians skor setiap item
Σσ²_t : varians total

- c. Uji F : pengujian ini mencari keterkaitan nilai variabel *independen* (bebas) secara bersama-sama (simultan) apakah mempengaruhi variabel *dependen* (terikat) [12].

Berikut ini cara mencari nilai F pada F tabel:

F Tabel = (K, N-K)

K : variabel independen (bebas)

N : jumlah responden

Sedangkan rumus untuk nilai F_{hitung} digunakan berikut [12]:

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

R : koefisien R determinasi

k : jumlah variabel *independen* (bebas)

n : jumlah data

1. Bila nilai F_{hitung} > F_{Tabel}, artinya H₀ ditolak dan H_a diterima (yang berarti ada pengaruh signifikan)
2. Bila nilai F_{hitung} < F_{Tabel}, artinya H₀ diterima dan H_a ditolak (yang berarti tidak ada pengaruh terhadap variabel terikat)

atau bila menggunakan nilai signifikansi:

3. Sig. Nilainya <0,05, artinya H₀ ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh yang signifikan)
4. Sig. Nilainya >0,05, artinya H₀ diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh terhadap variabel terikat)

C. Pembahasan

a. Pengkategorian responden

Angket yang sudah diisi 53 jawaban dan data yang dinyatakan valid adalah 50 kuesioner. Dilakukan pengumpulan kuesioner melalui google form sehingga diperoleh informasi terkait pengkategorian responden atas pernyataan dan jawaban pada variabel angket. Berikut pengkategorian responden :

1. Jenis Kelamin

Pada gambar grafik berikut terlihat bahwa laki-laki lebih banyak berpartisipasi dalam angket ini yaitu dengan jumlah 72% dan wanita adalah 28%



Gambar 3 Grafik Jenis Kelamin

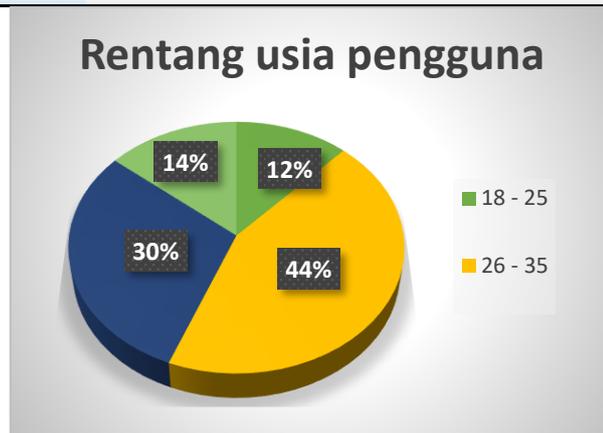
2. Umur

Berdasarkan tabel dibawah ini rentang umur yang berpartisipasi terlihat masih adanya variasi penggunaan berdasarkan umur. Terlihat untuk usia diatas 45 masih ada yang berpartisipasi dengan presentase 14,8%. Hal ini menunjukkan bahwa website B2B untuk industry karoseri masih menarik dikalangan masyarakat.

Tabel 1 Rentang umur pengguna

		Umur			
		Freq.	%	valid %	cummulative %
valid	18 - 25	6	12.0	12.0	12.0
	26 - 35	22	44.0	44.0	56.0
	36 - 45	15	30.0	30.0	86.0
	45 keatas	7	14.0	14.0	100.0

Total	50	100.0	100.0
-------	----	-------	-------



Gambar 4 Rentang Usia Pengguna

3. Pengelompokan variabel

Dari angket form yang terkumpul 50 jawaban, dilakukan pengolahan data untuk validasi dan analisis. Terdapat sepuluh pertanyaan didalam angket yang melibatkan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Berikut tabel pertanyaan angket yang sudah dikategorikan berdasarkan jenis variabelnya :

Tabel 2 pengelompokan variabel

No	variabel	Pertanyaan
1	<i>Independent</i> <i>Perceive Usefulnes</i> (PU) -> X1	Q1. Apakah sistem bermanfaat bagi anda? Q4. Apakah sistem dapat membantu mempercepat transaksi anda? Q5. Apakah sistem dapat membantu mencari produk yang anda perlukan?
2	<i>Independent</i> <i>Perceive Easy of Use</i> (PEOU) -> X2	Q2. Apakah content web ini mudah dipahami? Q3. Apakah sistem ini mudah digunakan? Q7. Apakah sistem informasi ini jelas untuk anda? Q9. Apakah sistem ini memudahkan pekerjaan anda?
3	<i>Dependent</i> <i>Behaviour Intention</i> (BI) -> Y	Q6. Apakah sistem ini aman bagi anda? Q8. Apakah tampilan sistem ini menarik? Q10. Apakah anda menyarankan sistem ini untuk orang lain?

4. Hasil Kuesioner

Hasil kuesioner yang telah diisi melalui *google form* kemudian di mapping dengan bantuan pengolahan aplikasi *microsoft excel* dan dianalisa kembali tools program SPSS 28.0. Untuk mengetahui tingkat penerimaan pemakai terhadap sistem informasi B2B berbasis web. Berikut hasil angket yang sudah dimapping menggunakan pengolahan aplikasi *microsoft excel*.

Tabel 3 Hasil Kuesioner

Reaponden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Hasil
1	4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	41
2	4	3	5	4	5	4	5	3	4	3	40
3	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4	41
4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	44
5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	44
6	5	3	5	4	5	5	4	5	3	5	44
7	2	5	4	5	3	4	5	4	5	3	40
8	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	44
9	5	5	2	4	5	3	5	4	5	4	42
10	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	42
11	5	5	3	5	4	4	5	4	3	5	43
12	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	44
13	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	45
14	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	43
15	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	43
16	4	4	4	3	5	4	5	5	3	5	42
17	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	44
18	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	44
19	3	5	3	5	5	5	4	5	5	3	43
20	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	44
21	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
22	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	44
23	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	46
24	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	45
25	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	45
26	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
27	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	44
28	5	3	5	4	5	5	4	5	5	3	44
29	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	46
30	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	45
31	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	45

Reaponden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Hasil
35	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46
36	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	47
37	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4	43
38	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	45
39	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	45
40	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	46
41	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
42	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
43	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	45
44	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
45	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	45
46	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	45
47	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
48	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
49	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
50	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	45
32	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	44
33	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	44
34	5	5	3	4	5	5	4	5	3	5	44

Bobot yang digunakan dalam menilai sikap, pendapat dan persepsi pengguna pada kuesioner google form adalah dengan bobot skala likert. Yang mana variabel yang diukur dijabarkan menjadi variabel indikator

Tabel 4 Bobot Skala Likert

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Setuju	1

b. Pengujian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menguji nilai korelasi di setiap variabel. Dengan mengetahui korelasi nilai r hitung variabel penelitian (X_1, X_2 dan Y) dimana jika:

$R_{Hitung} > R_{tabel}$, maka variabel dinyatakan valid

$R_{Hitung} < R_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Atau jika melihat nilai signifikansi, dimana (Sig.2-tailed) $< 0,05$ maka dinyatakan valid.

Tabel 5 Uji Korelasi variabel X₁(Manfaat)

		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.443**	.568**	.804**
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.000	0.000
	N	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.443**	1	.525**	.802**
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.000	0.000
	N	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.568**	.525**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	.804**	.802**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 6 Uji Korelasi variabel X₂(Kemudahan)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.735**	.675**	.774**	.916**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.735**	1	.755**	.589**	.889**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.675**	.755**	1	.499**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.774**	.589**	.499**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	.916**	.889**	.850**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	50	50	50	50	50

Tabel 7 Uji variabel Pengguna)

Korelasi Y(Niat Perilaku

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.547**	.577**	.814**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	.547**	1	.642**	.881**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	.577**	.642**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	.814**	.881**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Semua item kuesioner dalam tabel 5, 6 dan 7 menunjukkan angka diatas 0.279 maka data kuesioner variabel X1 (Manfaat), X2 (Kemudahan) dan variabel Y (Niat Perilaku Pengguna) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian diterapkan secara kategorial terhadap tiap-tiap variabel X₁, X₂ dan Y. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka angket dinyatakan konsisten atau reliabel. Berikut hasil uji tiap kategori variabel

Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel X1 (Manfaat)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.759	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8.60	1.959	0.580	0.688
X1.2	8.72	1.879	0.550	0.721
X1.3	8.68	1.651	0.642	0.613

Nilai *Cronbach's Alpha* yang dinyatakan dalam tabel 8 adalah 0.759 melebihi angka 0.60, maka data kuesioner variabel X1(Manfaat) dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel X2(Kemudahan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.891	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13.52	2.785	0.842	0.828
X2.2	13.46	2.866	0.795	0.846
X2.3	13.56	2.904	0.722	0.875
X2.4	13.46	3.151	0.686	0.886

Nilai *Cronbach's Alpha* yang dinyatakan dalam tabel 9 adalah 0.891 melebihi angka 0.60, maka data kuesioner variabel X2(Kemudahan) dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 10 Uji Reliabilitas Variabel Y(Niat Perilaku)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.804	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	8.76	1.941	0.618	0.769
Y1.2	8.94	1.445	0.669	0.732
Y1.3	8.74	1.829	0.696	0.694

Nilai *Cronbach's Alpha* yang dinyatakan dalam tabel 10 adalah 0.804 melebihi angka 0.60, maka data kuesioner variabel Y(Niat Perilaku) dinyatakan reliabel atau konsisten.

3. Uji F (Simultan)

Hasil Uji F :

$$F_{\text{tabel}} = f(k; n - k); F = (2; 50 - 2)$$

$$F_{\text{tabel}} = (2; 48) = 3.19$$

H_0 : Tidak adanya pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Variabel Y

H_a : Ada pengaruh positif variabel X_1 dan X_2 terhadap Variabel Y

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel X_1 (manfaat) dan X_2 (kemudahan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Niat Perilaku)

Tabel 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.607	2	75.803	155.081	<.001 ^b
	Residual	22.973	47	0.489		
	Total	174.580	49			

a. Dependent Variable: NIAT PERILAKU PENGGUNA (Y)

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN (X2), MANFAAT (X1)

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat dilihat bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dimana

$155,081 > 3,19$ dan tingkat signifikansi (Sig.2-tailed) $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang berarti bahwa variabel manfaat(X_1) dan variabel kemudahan(X_2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna kepada sistem informasi B2B berbasis web pada industri karoseri.

Kesimpulan

Perancangan Sistem Informasi B2B berbasis web pada industri karoseri megah bertujuan untuk memudahkan user dalam melakukan pemesanan sesuai prosedur yang diajukan. Selain itu juga memudahkan pihak perusahaan untuk melakukan monitoring terhadap setiap pesanan pelanggan yang masuk, memvalidasi pesanan dan juga melakukan konfirmasi feedback secepatnya untuk meningkatkan pelayanan yang cepat dan baik.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) didapat kesimpulan bahwa nilai r hitung tiap butir pertanyaan kuesioner lebih dari 0.279. Dimana semua nilai Sig.2-tailed $0,001 < 0,05$; yang berarti semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid dan berkorelasi. Dalam Uji F : $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dimana $155,081 > 3,19$ dan Sig. nilai = $0,001 < 0,05$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada korelasi nilai positif antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y. Hal ini bermakna bahwa ada pengaruh positif antara Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Perilaku Pengguna Sistem Informasi B2B berbasis Web.

Referensi:

- [1] Karyawan K, Pt DI, Famili S. Analisis pengaruh penggunaan aplikasi seluler fso terhadap kinerja karyawan di pt sugih famili putra. 2020;12(February):65–78.
- [2] Hidayatun N, Susafaati S, Murtina H. Pembangunan Web E-Commerce B2B Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Menggunakan Linear Sequential Model. Paradig - J Komput dan Inform. 2020;22(2):205–14.
- [3] Al-Zegaier H, Barakat SM, Al-Zu'bi HA. INFORMATION TECHNOLOGY ACCEPTANCE BY UNIVERSITY LECTURES: CASE STUDY AT APPLIED SCIENCE PRIVATE UNIVERSITY. Eur Sci Journal, ESJ [Internet]. 2012
- [4] Novita D, Helena F. Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). Jtsi. 2021;2(1):22–37.
- [5] Handayani WPP, Harsono M. Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Pada Komputerisasi Kegiatan Pertanahan. J Econ [Internet]. 2016;12(1):13. Available from: <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/8415/8147>
- [6] Putra AY, Wijaya AH. Analysis And Design Of E-Commerce (B2B) With The Technology Acceptance Model Method At PT. Global Pharma Indonesia. Tech-E
- [7] Susilo RD, Daniawan B, Wijaya A, Suwitno S. The Acceptance Study of e-commerce Customers Based on TAM. Bit-Tech [Internet]. 2021;3(3):124–38.
- [8] Sayekti F, Putarta P. Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. J Manaj Teor dan Ter J Theory Appl Manag. 2016;9(3):196–209.
- [9] Rosyida S. Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja Online. J Sist Inf STMIK Antar Bangsa [Internet]. 2017;(2):81–6.
- [10] Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. 7th ed. Semarang: Undip; 2013. 167 p.
- [11] Azwar S. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar; 2012.
- [12] Setiawan B. Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPS. Yogyakarta: Andi; 2015.