EVALUASI PENERIMAAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI SARANA JUAL BELI *ONLINE SHO*P MENGGUNAKAN *METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

[1] Agung Febri Ricandika
[2] Wiwik Suharso
[3] Reni Umilasari
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jember
e-mail : [1] agungfebriricandika@gmail.com, [2] hennywahyu@gmail.com, [3]hardian@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi instagram sebagai sarana jual beli Online shop menggunakan Metode Technology Acceptance Model. Aplikasi Instagram sebagai sarana jual beli online shop di kalangan mahasiswa salah satu titik kemajuan dalam rangka jual beli dalam dunia perdagangan. Dalam mengetahui tingkat penerimaan teknologi Aplikasi Instagram sebagai sarana jual beli online shop berdasarkan prespektif mahasiswa dibutuhkan suatu model. Salah satu model penerimaan dan penggunaan teknologi informasi Technology Acceptance Model (TAM) yang merupakan penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penggunaan teknologi dan perilaku penggunanya (Davis, 1989). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian ex - p o s t f a c t o dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data primer berasal dari penyebaran kuesioner tertutup yang berisi 13 pertanyaan menggunakan skala Likert 5 alternatif jawaban. Responden merupakan mahasiswa Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jember sejumlah 765 di ambil responden 100 mahasiswa. Data yang diperoleh dalam skala interval yang kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis jalur. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil sebagai berikut: (1) PEOU (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan positif terhadap BI (*Behaviour Intention*). Nilai C.R 4,509 lebih dari nilai kritis. (2) Penelitian ini menyatakan bahwa PU (*Perceived Usefulness*) tidak signifikan terhadap BI (*Behaviour Intention*). nilai C.R -1,103 kurang dari nilai kritis. (3) Penelitian ini menyatakan bahwa BI (*Behaviour Intention*) berpengaruh signifikan positif terhadap UB (*Use Behavior*). nilai C.R 7,036 lebih dari nilai kritis

Kata kunci : TAM3, Instagram, Online Shop

A. PENDAHULUAN

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh hampir semua kalangan. Melalui Instagram seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, sistem pertemanan yang ada di Instagram menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti). Terdapat fitur *like* dan *comment* sehingga orang dapat memberikan apresiasi berupa tanda *like* atau *comment* pada foto yang diunggah. Manfaat dari penggunaan Instagram adalah sebagai media promosi, informasi, dan menyalurkan ide kreatif melalui foto dan video.

Media sosial Instagram tidak lepas dari internet. Sehingga dapat digunakan sebagai peluang kebutuhan jual beli (*online sho*p) yang menggunakan media sosial Instagram secara efektif, evaluasi terhadap aplikasi tersebut masih belum pernah dilakukan. Sehingga, timbul kebutuhan untuk melakukan evaluasi untuk memastikan efektivitas dari fungsi aplikasi Instagram tersebut. Evaluasi penerimaan aplikasi Instagram sebagai sarana jual beli (*online sho*p) menekankan pada kajian terhadap tingkat penerimaan dari aplikasi tersebut sebagai alat promosi. Agar dapat memanfaatkan aplikasi Instagram tersebut secara optimal maka perlu dilakukan analisa mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pemakai terhadap aplikasi tersebut.

*Online sho*p atau bisnis *online* saat ini bukan lagi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam keseharian menggunakan internet ataupun tidak. Adapun definisi *online sho*p, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui *dis*p*lay* dengan gambar yang ada di suatu *website*. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Permasalahan tentang bagai mana penerimaan aplikasi Intagram sebagai sarana Jual beli (*Online sho*p) mahasiswa dapat menerima dan memanfaatkan layanan yang ada di aplikasi Instagram ini secara maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM. Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (*Davis*, 1989).

TAM merupakan sebuah model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi. Pada kasus jual beli (*Online sho*p) pada aplikasi Instagram kerangka *Technology Acce*p*tance Model* 3 (TAM3) digunakan sebagai model teoritis penelitian yang bertujuan untuk mendukung penerapan aplikasi Instagram.

Menurut kerangka *Technology Acce*p*tance Model* (TAM) , kebermanfaatan teknologi yang digunakan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Persepsi Kegunaan (P*erceived Usefulness*), Persepsi Kemudahaan Penggunaan (P*erceived Ease Of Use*), Terhadap Minat Perilaku (*Behavioral Intention*), Perilaku Pengguna Sesungguhnya (*Use Behavior*).

B. KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)merupakan salah satu model yang

dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya pengguna teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen 1980.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunanya)

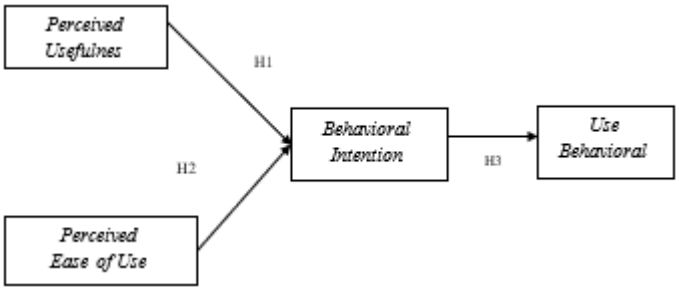
dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Bagaimanapun yang namanya model yang bagus itu tidak hanya memprediksi, namun idealnya juga harus bisa menjelaskan. Sepertinya dengan menggunakan model TAM dan indikatornya memang sudah teruji dapat mengukur penerimaan teknologi. Berbagai penelitian dilakukan untuk mempelajari proses integrasi teknologi semenjak tahun 1970-an. Beberapa model telah dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer, diantaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset bidang teknologi informasi, seperti *Theory of Reasoned Action (*TRA*), Theory of Planned*

Behavior (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian TI karena model ini lebih sederhana dan mudah diterapkan (Iqbaria, 1995). Model TAM diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM3 berpendapat tiga hubungan yang tidak diuji secara empiris di Venkatesh (2000) dan Venkatesh dan Davis (2004). Bahwa pengalaman akan moderat hubungan antar

1. dirasakan kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan
2. kecemasan komputer dan persepsi kemudahan penggunaan
3. dirasakan kemudahan penggunaan dan niat perilaku.

Seiring perkembangan waktu, model TAM telah banyak mengalami modifikasi. Venkatesh dan Davis 1996 telah menyatakan eliminasi variabel sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) pada bentuk original TAM. Serta menurut (Hartono & Jogiyanto, 2009) konstruk sikap terhadap penggunaan ini tidak dimasukkan sebab tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Dengan demikian menggunakan TAM 3 maka akan mampu menjelaskan mengapa aplikasi Instagram bisa diterima atau tidak oleh pengguna.

TAM merupakan salah satu pemberi kontribusi teori yang penting untuk memahami penerimaan dan penggunaan sistem informasi. Keterangan diagram TAM 3 adalah;



Definisi operasional dari masing-masing konstruk penelitian yang digunakan sebagai berikut :

1. Konstruk Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*) Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "*ease*" artinya

"*freedom from difficulty or great effort*". Selanjutnya "*ease to use perceived*" didefinisikan "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*". Jika diaplikasikan untuk sistem aplikasi Instagram, maka maksudnya pengguna meyakini kalau sistem aplikasi Instagram tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.

2. Konstruk Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*) Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "*the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*." Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem aplikasi Instagram tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan sistem aplikasi Instagram atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai kalau sistem tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau berguna maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.
3. Konstruk Perilaku Terhadap Penggunaan (*Behavioral Intention*) Behavioral intention didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam konsep dasar model-model user acceptance yang telah dikembangkan, behavioral intention menjadi konstruk perantara dari persepsi atas penggunaan teknologi informasi dan actual use (use behavior). Peran behavioral intention sebagai prediktor use behavior telah diterima secara luas dalam berbagai model user acceptance (Venkatesh et al., 2003). *Behavioral Intention* merupakan perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem aplikasi Instagram yang berbentuk penerimaan ataupun penolakan. Jadi dalam konteks sikap ini, pengguna akan menunjukkan sikapnya apakah ia menerima ataupun menolak terhadap sistem aplikasi Instagram tersebut.

Konstruk Perilaku Pengguna Sesungguhnya (*Use Behavior*) *Use Behavior* adalah kondisi nyata penggunaan sistem (Davis,1989). Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan (Tangke, 2008). Berdasarkan uraian tersebut model dapat disimpulkan bahwa tahap ini akan tercermin penggunaan nyata dari penggunaan aplikasi Instagram.

C. HIPOTESIS

Bedasarkan kerangka penelitian tengtang hubungan antara konstruk-konstruk yang terdiri dari konstruk PU, PEOU, BI, dan UB maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah.

Tabel 1 Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1	*Perceived Usefulnes* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*
H2	*Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*
H3	*Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavioural*.

D. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian Uji Pengaruh yang menggunakan data kuantitatif. Dikatakan demikian karena penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan AMOS yang secara otomatis akan mengeluarkan besar pengaruh tiap variabel, signifikansi dan pengaruh secara keseluruhan dari variabel.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil uji konstruk variabel *Task Characteristics*, *Tchnology Characteristics*, *Task Technology Fit*, dan *Performance Impact*

Tabel 2 Uji Validitas

Indikator dan Variabel			S.E. Loading Factor	C.R.	P
PU1	<---	PU	0.665		
PU2	<---	PU	0.721	4.615	***
PU3	<---	PU	0.611	4.590	***
PU4	<---	PU	0.521	3.747	***
PEU1	<---	PEU	0.526		
PEU2	<---	PEU	0.652	4.860	***
PEU3	<---	PEU	0.660	4.794	***
PEU4	<---	PEU	0.595	4.576	***
PEU5	<---	PEU	0.743	5.256	***
BI1	<---	BI	0.712		
BI2	<---	BI	0.775	6.823	***
BI3	<---	BI	0.735	6.436	***
UB1	<---	UB	0.808		

Dalam menentukan hasil uji validitas dapat dilihat berdasarkan nilai *loading factor* $\geq$ 0,5 atau memiliki nilai *Critical Ratio* (C.R) $\geq$ 2 .Tabel 2 menjelaskan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* dan nilai *Critical Ratio* yang sesuai dengan ketentuan. Sehingga seluruh indikator dikatakan valid. Berdasarkan analisis dengan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) maka konstruk eksogen terbukti valid dan model memenuhi kriteria sehingga dapat memenuhi analisis selanjutnya

1. Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas indikator-indikator dalam mengkonstruksi variabel laten yang diwakilinya dengan metode *construct reliability*.Formula *construct reliability* adalah:

$$Construct\ reliability = \frac{(\sum standardized\ loading)^2}{(\sum standardized\ loading)^2 + \sum \varepsilon j}$$

Hasil uji reliabilitas terhadap kemampuan indikator-indikator dalam mengkonstruksi variabel laten dapat dilihat dari nilai *construct reliability* (Lampiran 6) dijelaskan pada Tabel 3 berikut.

No.	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1.	*Perceived usefulnes*	0,73	Reliabel
2.	*Perceived Ease of Use*	0,77	Reliabel
3.	*Behaviour intention*	0,79	Reliabel
4.	*Use behavioral*	0,65	Reliabel

3. Hasil Pemodelan SEM (*Structural Equation Modeling)*

Evaluasi Asumsi Structural Equation Modelling (SEM) Evaluasi asumsi SEM ini dibedakan atas 3 macam, yaitu: ukuran sampel, uji *outliers*, dan uji normalitas.

A. Ukuran Sampel

Dalam pemodelan SEM ukuran sampel yang harus dipenuhi ada dua macam, yaitu pertama, antara 100-200 sampel (Hair *et al*., 1998), atau kedua, menggunakan perbandingan 30 observasi untuk setiap *estimated* parameter. Jumlah sampel sebanyak 765 mahasiswa fakultas Teknik Informatika Universitas Muhammadyah Jember maka sampel dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi tentang jumlah sampel.

B. Hasil Uji Outlier

Hasil uji *outliers* pada penelitian (Lampiran 6) nampak pada *Malahanobis distance* atau *Mahalanobis d-squared.* Untuk menghitung nilai *Malahanobis distance* berdasarkan nilai *Chi squares* pada derajat bebas 185 (jumlah variabel indikator) pada tingkat $p < 0,05$ ($\chi^2_{0,05}$) adalah sebesar 43,772 (berdasarkan Tabel distribusi χ^2). Jadi data yang memiliki jarak *Mahalanobis distance* lebih besar dari 43,772 adalah *multivariate outlier*. Hasil uji *outlier* pada Lampiran 7 menunjukkan bahwa tidak ada satupun kasus yang memiliki nilai *Malahanobis distance* lebih besar dari 43,772 maka dapat disimpulkan tidak ada *multivariate outlier* dalam data penelitian.

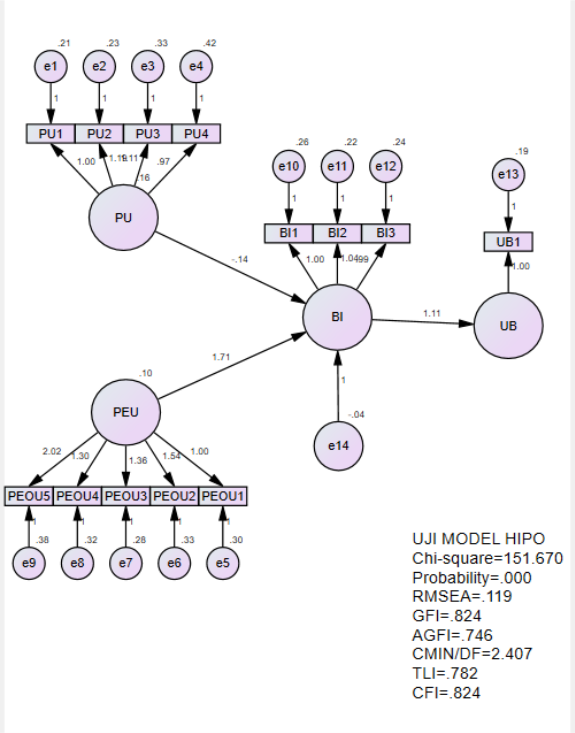
C. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data variabel-variabel penelitian (Lampiran 4), seluruhnya memiliki nilai *critical ratio* di antara -1,96 sampai +1,96. Ini membuktikan tidak terjadi pelanggaran asumsi normalitas SEM pada input data penelitian ini

1. Hasil Structural Equation Modelling (SEM)

a. Uji Model

Berdasarkan cara penentuan nilai dalam model, maka variabel pengujian model pertama ini dikelompokkan menjadi variabel eksogen (*exogenous variable*) dan variabel endogen (*endogenous variable*). Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya ditentukan di luar model. Variabel endogen adalah variabel yang nilainya ditentukan melalui persamaan atau dari model hubungan yang dibentuk, termasuk dalam kelompok variabel eksogen dan variabel endogen.



Model dikatakan baik bilamana pengembangan model hipotesis secara teoritis didukung oleh data empirik.Hasil uji konstruk model awal disajikan pada Gambar 1 dievaluasi berdasarkan *goodness of fit indices*, kriteria model serta nilai kritisnya yang memiliki kesesuaian data dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 4 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices

Goodness of fit Index	*Cut off value*	Hasil Model	Hasil		
			Poor Fit	*Marginal Fit*	*Good Fit*
Chi Square	Diharapkan kecil (*Chi Square* α; df ≥0,05)	147,657	√		
Significane Probality	≥ 0,05	0,000	√		
CMIN/DF	≤ 3,00	2,344			√
RMSEA	≤ 0,08	0,117		√	
GFI	0 ≤ GFI ≥ 1	0,826			√
AGFI	≥ 0,90	0,748		√	
TLI	≥ 0,95	0,798		√	
CFI	≥ 0,95	0,837		√	
TOTAL			**2**	**4**	**2**

Hasil dari pengujian dapat dilihat bahwa nilai *significane probality* menunjukan angka = 0,000 dan nilai *Chi Square* = 147,657yang masih terlalu besar karena nilai *Chi Square* diharapkan lebih kecil dari nilai *significane probality*. Adapun yang mengalami peningkatan dari kondisi awal namun masih dibawah nilai yang disyaratkan RMSEA= 0,117 ≥ 0,08, AGFI = 0,748 ≤ 0,90, TLI = 0,798 ≤ 0,95, CFI = 0,837 ≤ 0,95. Namun ada juga nilai dari batas kritis yang telah memenuhi standar nilai dari persyaratan yang ditetapkan yaitu CMIN/DF = 2,344 ≤ 3,00 dan GFI = 0,826 ≤ 1.

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai *Chi Square* dan *Significane Probality* menunjukan hasil *poor fit* (kurang baik), namun nilai *Chi Square* sangat sensitif terhadap besarnya sampel dan indikator. Oleh

karena itu, maka dianjurkan untuk mengabaikannya dan melihat kriteria *Goodness of fit Index* lainnya (Ghozali, 2008). Dengan acuan kriteria lainnya terlihat nilai RMSEA, AGFI, TLI, dan CFI yang *marginal fit*, sedangkan nilai CMIN/DF dan GFI telah memenuhi syarat *good fit*. Menurut (Samuel, 2007) jika ada satu atau lebih parameter yang telah fit maka model dikatakan fit.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan model empirik yang diajukan dalam penelitian ini dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan melalui pengujian koefisien jalur pada model persamaan struktural. Tabel 4.9 menyajikan hasil uji hipotesis dengan melihat nilai *p value*. Jika nilai *p value* lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antar variabel signifikan.

Setelah diketahui bahwa model dalam analisis ini telah fit maka analisis selanjutnya adalah mengetahui tingkat hubungan dan signifikansi atau kebermaknaan hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian ini. Hasil pengujian dengan program AMOS memberikan hasil model persamaan struktural yang menunjukkan adanya hubungan antar variabel eksogen dan endogen.

Setelah diketahui gambaran hubungan antara variabel-variabel penelitian ini maka selanjutnya akan dipaparkan hasil pengujian hipotesis. Apabila probabilitas < 0,05 maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen terbukti signifikan. Apabila probabilitas > 0,05 maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen terbukti tidak signifikan Sebaliknya, dalam hal ini akan disajikan nilai koefisien jalur antar variabel berikut signifikansi hasil uji hipotesis pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 5 Nilai Koefisien Jalur dan Pengujian Hipotesis

Variabel			Koefisien	CR	Probabilitas	Tingkat signifikansi	Hasil Pengujian
BI	<---	PEOU	1,054	4,770	0,001	1%	Signifikan
BI	<---	PU	-0,136	-1,486	0,270	1%	Tidak Signifikan
UB	<---	BI	1,000	7,042	0,001	1%	Signifikan

Tabel 4.9 menjelaskan bahwa semua variabel signifikan dengan ditandai ***/0,001 pada probabilitas. Signifikan artinya meyakinkan, dalam penelitian mengandung arti bahwa hipotesis yang telah terbukti pada sampel dapat diberlakukan pada populasi. Apabila tidak signifikan berarti kesimpulan pada sampel tidak berlaku pada populasi. Tingkat signifikansi pertama dilihat dari nilai koefisien yang harus memenuhi syarat ketentuan yaitu ≥ 0,6 dan tingkat signifikansi kedua yaitu 1% (0,01) dan 5% (0,05) artinya apabila nilai C.R semakin tinggi yaitu >2 maka semakin signifikan atau semakin kecil dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar dan sebaliknya apabila nilai C.R semakin rendah yaitu <2 maka semakin besar dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar (Ghozali,2005). Sehingga apabila nilai C.R >2 maka tingkat signifikansi 1% dan sebaliknya apabila nilai C.R < 2 maka tingkat signifikansi 5%.

Apabila hasil olah data menunjukan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Secara rinci pengujian hipotesis penelitian akan dibahas secara bertahap sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan tiga hipotesis yang selanjutnya pembahasannya dilakukan sebagai berikut :

1. Uji Hipotesis

Hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa PEOU (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan positif terhadap BI (*Behaviour Intention*). Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai C.R 4,770 lebih dari nilai

kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap menerima terhadap kemudahan aplikasi Instagram sehingga mempengaruhi minat jual beli.

2. Uji Hipotesis 2

Hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa PU (*Perceived Usefulness*) tidak nerpengaruh signifikan positif terhadap BI (*Behaviour Intention*). Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai C.R -1,486 kurang dari nilai kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap tidak menerima terhadap kebermanfaatan aplikasi Instagram yang diberikan dikarenakan aplikasi Instagram bukan sarana jual beli melainkan menaplinkan iklan berbaris jika membeli barang harus menghubungi CP pelapak .

3. Uji Hipotesis 3

Hipotesis ketiga pada penelitian ini menyatakan bahwa BI (*Behaviour Intention*) berpengaruh signifikan positif terhadap UB (*Use Behavior*). Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai C.R 7,042 lebih dari nilai kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap menerima terhadap aplikasi Instagram dengan menunjukan kondisi penggunaan nyata.

Berdasarkan hasil yang ada maka dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis terbukti signifikan. Hal ini menyatakan bahwa dalam kondisi nyata pengguna mudah menggunakan aplikasi Instagram dalam jual beli online meskipun sedikit manfaat yang diberikan oleh Instagram dalam melakukan aktifitas jual beli online.

Pengaruh Antar Variabel Penelitian

Rangkuman hasil pengujian hipotesis disajikan dalam Tabel diatas, diketahui bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini, ada 2 hipotesis yang terbukti/diterima.

No.	Keterangan	Hipotesis	Hasil Pengujian
1.	*Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *behaviour intention*	Hipotesis 1	Terbukti/diterima
2	*Perceived usefulnes* berpengaruh terhadap *behaviour intention*	Hipotesis 2	Tidak Terbukti/ditolak
3	*Behaviour intention* berpengaruh terhadap *use behaviour*	Hipotesis 3	Terbukti/diterima

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Penilaian responden berdasarkan kuesioner terhadap aplikasi Instagram sebagai jual beli Online shop menunjukkan bahwa setiap variabel sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 44% dari total keseluruhan jawaban responden. Hal ini menjelaskan bahwa mahasiswa menerima aplikasi Instagram sebagai sarana jual beli online shop.
2. PEOU (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan positif terhadap BI (*Behaviour Intention*). diketahui bahwa nilai C.R 4,509 lebih dari nilai kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap menerima terhadap kemudahan aplikasi Instagram sehingga mempengaruhi minat jual beli.
3. PU (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap BI

(*Behaviour Intention*). diketahui bahwa nilai C.R -1,103 kurang dari nilai kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap tidak menerima terhadap kebermanfaatan aplikasi Instagram yang diberikan.

4. BI (*Behaviour Intention*) berpengaruh signifikan positif terhadap UB (*Use Behavior*). diketahui bahwa nilai C.R 7,036 lebih dari nilai kritis yang disyaratkan sebesar 2. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa menunjukan sikap menerima terhadap aplikasi Instagram dengan menunjukan kondisi penggunaan nyata.
5. Penemuan dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam kondisi nyata pengguna mudah menggunakan aplikasi Instagram dalam jual beli online meskipun sedikit manfaat yang diberikan oleh Instagram dalam melakukan aktifitas jual beli online.

Saran

Saran yang dapat diajukan antara lain:

1. Proses pengumpulan data dengan kuisioner dalam penelitian ini dilakukan hanya kepada mahasiswa fakultas Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jember. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya responden diambil dari latar belakang yang tidak memiliki *background* IT seperti masyarakat umum.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan dalam terapan atau domain yang lain, Sehingga dapat menjadi sebuah hasil penelitian yang baru.

G. DAFTAR PUSTAKA

Anderson, L. W. (2010). *Kerangka Landasan untuk Pembelajaran, Pengajaran, dan Asesmen (Revisi Taksonomi Pendidikan Bloom).* Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian.* Rhineka Cipta.

Bodnar, G. H. (2008). *Sistem Informasi Aakuntansi.* Jakarta: Salemba Empat.

Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon Skala Likert. *Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2.

Calongesi, J. S. (1995). *Merancang Tes untuk Menilai Prestasi Siswa* . Bandung: ITB.

Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan.* Jakarta: Bumi Aksara.

Ferdinand. (2009). *Structural Equation Model dalam Penelitian Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Peneltian, Edisi 2.* . Semarang: Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP.

Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Hartono, & Jogiyanto. (2009). *Sistem Informasi Keperilakuan Jilid 2.* Yogyakarta: Andi.

Husein, U. (2000). *Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Istijanto. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan.* Yogyakarta: Andi.

Kerlinger, F. N. (2006). *Asas Asas Penelitian Behavioral.* Jakarta: Gajah Mada University.

Kerlinger, F. N. (2010). *Asas Asas Penelitian Behavioral.* Jakarta: Gajah Mada University.

Kumano, Y. (2001). *Authentic Assesment and Portofolio Assesment-Its Theory and Practice.* Japan: Shizouka University.

Marakas, O. &. (2010). *Management System Information.* New York: McGraw.

McLeod, R. (2010). *Sistem Informasi Manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.

MY, C. (2009). Overview of the Technology Aacceptance Model: Origins Developments and Future Directions. *Working Papers on*