

Penerapan Metode TAM dan *DeLone And McLean IS Succes* untuk Mengevaluasi Keberhasilan Aplikasi Lazada

Saidatul Maghfiroh¹, I Kadek Dwi Nuryana²

^{1,2}Jurusan Teknik Informatika/Program Studi S1 Sistem Informasi, Universitas Negeri Surabaya

¹saidatul.18004@mhs.unesa.ac.id

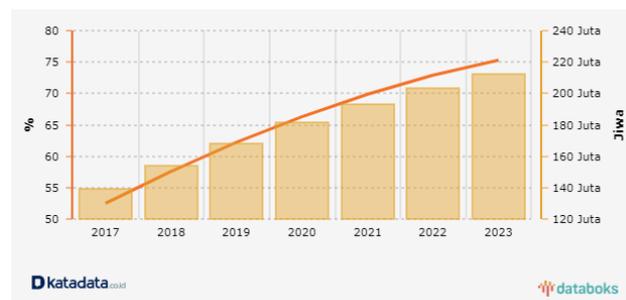
²dwinuryana@unesa.ac.id

Abstrak – Kepuasan pengguna merupakan faktor yang sangat penting untuk mengevaluasi keberhasilan suatu aplikasi. Salah satunya adalah aplikasi Lazada. Lazada merupakan aplikasi yang bergerak dalam bidang jual beli *online* dan dapat digunakan dengan mudah melalui *smartphone*. Aplikasi Lazada telah banyak digunakan dan diunduh lebih dari seratus juta pengguna. Namun, saat dikutip dari Katadata.co.id Lazada masih menempati peringkat ke-empat dari *e-commerce* yang sering dikunjungi. Dengan permasalahan tersebut peneliti ingin mengetahui keberhasilan implementasi aplikasi Lazada. Salah satu faktor keberhasilan suatu sistem adalah dari segi persepsi penggunaannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui variabel yang signifikan terhadap aplikasi Lazada menggunakan metode TAM dan *DeLone And McLean IS Succes* yang diadopsi dari Laksono (2017) yang mengombinasikan jalur variabel *System Quality dan Perceived Ease Of Use*, karena menurut Cho & Sagynov (2015) kualitas yang diberikan oleh sebuah *website* dapat mempengaruhi kemudahan dalam penggunaannya. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan google form dengan 28 pertanyaan, dan analisis data PLS-SEM menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasilnya dari 8 jalur kolerasi variabel, semua jalur itu dinyatakan signifikan serta diterima sebab nilai *Path Coeficient* dan *T-Stats* diatas 0.1 dan 1.96, sedangkan nilai *P-Value* dibawah 0.07.

Kata Kunci – Keberhasilan Sistem Informasi, Lazada, TAM, *DeLone And McLean*.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat menyebabkan tingginya transaksi jual beli online. Maraknya konsumen yang sering belanja menggunakan media online membuat para pengembang menciptakan wadah yang digunakan sebagai media belanja online yaitu *e-commerce*. *E-commerce* merupakan saluran online yang bisa dijangkau seorang melalui personal komputer, yang dipergunakan oleh pebisnis saat melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan *customer* untuk menerima informasi dengan cara menggunakan bantuan komputer yang pada prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada *customer* dalam penentuan pilihan [1]. Munculnya *e-commerce* ini memudahkan *customer* dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini mengakibatkan transaksi jual beli online di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Berikut adalah grafik perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia.

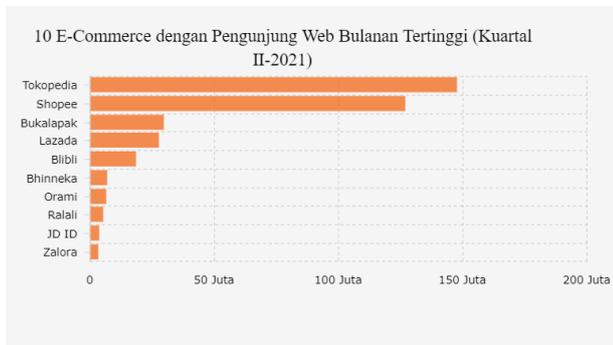


Gbr. 1 Perkembangan e-commerce

Pada Gbr.1 terdapat grafik peningkatan *e-commerce* dari tahun 2017-2023 yang dikutip dari katadata.co.id menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Salah satu *e-commerce* yang sedang berkembang adalah Lazada. Lazada merupakan perusahaan *e-commerce* yang didirikan Rocket Internet di tahun 2011. Pada bulan Maret tahun 2012 website *e-commerce* lazada launching di Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Vietnam, dan Thailand dengan total pengguna 550 dari enam negara tersebut [2]. Di awal kemunculannya Lazada mempunyai 4000 produk yang dijual dan dikelompokkan menjadi 4 kategori. Pertumbuhan *supplier* dan *customer* yang semakin cepat membuat Lazada membentuk kantor baru yang digunakan khusus untuk menangani masalah warehouse dan distribusi produk Lazada.

Lazada ialah perusahaan yang berkibrah dalam bidang jual beli online dan ritel *e-commerce*. Lazada menawarkan berbagai jenis produk dari beberapa kategori, mulai dari elektronik, dekorasi rumah, kosmetik, pakaian wanita ataupun pria, mainan anak-anak, buku, kebutuhan rumah tangga, dll. Ditunjang dengan fasilitas *multiple payment* termasuk *cash-on-delivery*, yang memberikan kemudahan bagi *customer* untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Selain kemudahan dalam transaksi, Lazada menawarkan berbagai promo, potongan harga, potongan ongkos kirim (gratis ongkir) serta penawaran – penawaran lainnya yang menarik untuk para *customer*. Selain itu, Lazada juga sering mengadakan *event* diantaranya *birthday campaign* (1.1, 2.2, 3.3, dll) , *flash sale*, *pre-sale*, dan *slash it*. Selain aplikasi Lazada terdapat pula aplikasi Tokopedia, Shopee dan Bukalapak yang sering mengadakan *event* maupun penawaran-penawaran yang

ditayangkan di televisi nasional. Tetapi tidak menuntun kemungkinan terdapat *e-commerce* yang menjadi sering dikunjungi *customer* maupun yang jarang dikunjungi *customer*. Berikut terdapat grafik *e-commerce* yang sering dikunjungi pada tahun 2021.



Gbr. 2 E-commerce yang sering dikunjungi

Berdasarkan Gbr.2 dari katadata.co.id Lazada menempati urutan yang terendah diantara Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Ke-empat *e-commerce* tersebut sama-sama sering mengadakan event yang ditayangkan di televisi nasional. Meskipun Lazada menempati urutan terendah dari ke-tiga *e-commerce* tersebut dengan berbagai penawaran yang sama, tidak menutup kemungkinan bahwa implementasi Lazada berhasil atau gagal. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi dan pengukuran implementasinya. Model yang sedang populer digunakan untuk meneliti keberhasilan dan kegagalan sistem informasi adalah model yang dikembangkan oleh *DeLone And McLean* dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model *DeLone And McLean* (1992) memiliki 6 dimensi variabel yaitu *System Quality*, *Information Quality*, *Use*, *Individual Impact*, *User Satisfaction* dan *Organizational Impact*. Model ini dikembangkan bertujuan untuk menggabungkan penelitian-penelitian terdahulu yang melibatkan kesuksesan SI menjadi bentuk yang sederhana [3]. Pada tahun 2003 Model *DeLone And McLean* mengalami perubahan yang mempunyai tujuan sistem dimana model ini merefleksikan pengukuran keberhasilan sistem informasi yang terdiri dari dimensi variabel *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Net Benefit*, *Intention To Use* dan *User Satisfaction* [4].

Sedangkan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) berdasarkan model *Theory of Reasoned Action (TAR)* adalah suatu teori yang menjelaskan perilaku individu yang mempunyai kemauan untuk melakukan suatu kegiatan atas kemauannya sendiri [5]. *Technology Acceptance Model (TAM)* menjelaskan hubungan sebab akibat suatu keyakinan (kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem), perilaku, keperluan dan penggunaan sistem informasi. Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* penerimaan penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh dua variabel

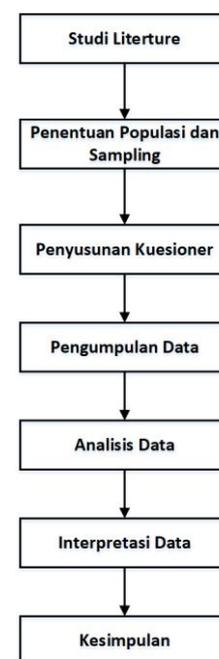
yaitu *Perceived Usefulness* (Kegunaan) dan *Perceived ease of use* (Kemudahan).

Metode yang dipergunakan pada penelitian ini ialah *DeLone And Mclean IS Success* yang terdiri dari variabel *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Net Benefit* dan *User Satisfaction* yang kemudian *di-extend* dengan metode TAM yang terdiri dari variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived ease of use*. Penggabungan 2 metode ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *System Quality*, *Service Quality* dan *Information Quality* terhadap *User Satisfaction* aplikasi Lazada, *Perceived Usefulness* yang dirasakan, *Perceived Ease Of Use* yang dirasakan dan bagaimana implikasinya terhadap manfaat-manfaat bersih (*Net Benefit*).

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti ingin mengambil judul penelitian “Penerapan Metode TAM Dan *DeLone And Mclean IS Success* Untuk Mengukur Keberhasilan Aplikasi Lazada”. Harapannya hasil penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pihak pengelola Lazada agar dapat mencapai tujuannya dan untuk memenuhi kebutuhan pengguna Lazada sehingga dapat tercapainya keberhasilan aplikasi Lazada.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif akan dilakukan pengukuran data statistika objektif yang diperoleh dari tanggapan para responden. Peneliti melakukan penelitian berdasarkan tahapan pada Gbr.3.



Gbr. 3 Metodologi Penelitian

A. Studi Literatur

Pada tahap ini peneliti mempelajari dan memahami literatur seperti buku, jurnal ilmiah, berita dan penelitian-penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian ini.

B. Penentuan Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan mahasiswa/i Universitas Negeri Surabaya yang pernah menggunakan Lazada. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*.

Perhitungan jumlah sampel minimum berdasarkan rumus Lameshow sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha} / 2 \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

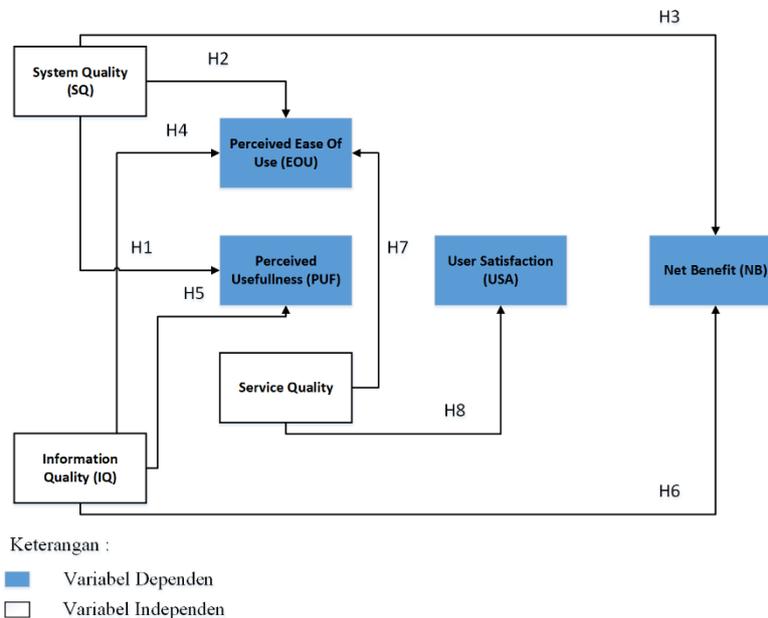
- n : Jumlah sampel
- Z α : Ukuran tingkat kepercayaan
- α : 0,05 maka Z : 1,96
- e : Standar error yang dapat ditoleransi (5%)

$$n = \left(\frac{1,96 / 0,25}{0,05} \right)^2 = 94,6$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh sampel sebanyak 96,4 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Jurusan Teknik Informatika.

C. Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner untuk mengukur keberhasilan ini diambil dari metode DeLone And McLean yang kemudian di-extend dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Laksono (2017), model penelitian tersebut mempunyai 7 variabel yaitu *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Net Benefit*, *User Satisfaction*, *Perceived Ease of Use* dan *Use Perceived Usefulness* [6]. Model konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut.



Gbr. 4 Model Penelitian

Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah :

- H1 : *System quality* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*
- H2 : *System quality* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*
- H3 : *System quality* berpengaruh terhadap *net benefit*
- H4 : *Information quality* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*
- H5 : *Information quality* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*
- H6 *Information quality* berpengaruh terhadap *net benefit*

- H7 : *Service quality* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*
- H8 : *Service quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction*

TABEL I
 VARIABEL DAN INDIKATOR PENELITIAN

Variabel	Indikator	Kode
<i>System Quality</i>	Sistem tidak mudah mengalami <i>error</i> saat digunakan	SQ1

Variabel	Indikator	Kode
	Sistem mampu merespon dengan cepat permintaan pengguna	SQ2
	Sistem mudah diakses	SQ3
	Sistem melakukan <i>update</i> secara berkala	SQ4
	Sistem dapat menjaga kerahasiaan data pengguna	SQ5
<i>Information Quality</i>	Sistem meberikan informasi secara lengkap sesuai dengan yang saya butuhkan	IQ1
	Sistem menghasilkan informasi yang mudah dipahami	IQ2
	Sistem menyajikan informasi secara akurat	IQ3
	Sistem secara konsisten memberikan informasi yang saya butuhkan	IQ4
<i>Service Quality</i>	Sistem bereaksi cepat sesuai dengan perintah	SEQ1
	Sistem dapat memahami kebutuhan pengguna	SEQ2
	Sistem memberikan rasa aman dan percaya dalam layanan transaksi	SEQ3
<i>User Satisfaction</i>	Penggunaan Lazada dapat terpenuhi kebutuhan belanjanya	US1
	Penggunaan Lazada lebih efektif dalam berbelanja	US2
	Penggunaan Lazada lebih efisien dalam berbelanja	US3
	Secara keseluruhan saya puas dengan menggunakan Lazada tersebut	US4
<i>Net Benefit</i>	Menggunakan Lazada dapat mempercepat belanja	NB1
	Penggunaan Lazada dapat mengurangi kesalahan dalam belanja	NB2
	Pengguna Lazada merasakan dampak positif dalam belanja	NB3
<i>Perceived Usefulness</i>	Penggunaan Lazada memudahkan untuk mencari barang	PU1
	Penggunaan Lazada meningkatkan kinerja belanja	PU2
	Saya akan menggunakan Lazada kapanpun saya butuh untuk berbelanja	PU3
	Menggunakan Lazada dapat menghemat waktu dalam melakukan belanja	PU4
<i>Perceived Ease Of Use</i>	Aplikasi Lazada mudah untuk digunakan	EOU1

Variabel	Indikator	Kode
	Aplikasi Lazada mudah untuk dikontrol	EOU2
	Aplikasi Lazada menjadikan belanja lebih fleksibel	EOU3
	Aplikasi Lazada memberikan kemudahan dalam belanja	EOU4
	Secara keseluruhan Lazada tersebut mudah untuk digunakan dan diakses	EOU5

Kriteria penelitian terhadap pernyataan kuesioner menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert 7 poin dapat meminimalisir kesalahan [7]. Skala tersebut ditunjukkan pada tabel II.

TABEL II
SKALA LIKERT

Simbol	Kriteria Penelitian	Skor
SS	Sangat Setuju	7
S	Setuju	6
CS	Cukup Setuju	5
N	Netral	4
CTS	Cukup Tidak Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

D. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Peneliti menyebarkan kuesioner pada grup media sosial kepada pengguna aplikasi Lazada yang sesuai dengan kriteria responden.

E. Analisis Data

Peneliti menganalisis data hasil kuesioner untuk pengolahan demografis menggunakan Microsoft Excel 2016 dan untuk pengolahan data statistik menggunakan SmartPLS dengan menggunakan pendekatan PLS-SEM. Sedangkan data statistik diolah dengan :

1. *Uji Validitas* : Validitas ialah suatu ukuran yang dapat menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang akan diteliti oleh peneliti [8]. Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kebenaran dari suatu kuesioner sebagai instrumen guna mengukur keberhasilan aplikasi Lazada. Pengujian ini membandingkan antar r -hitung dengan r -tabel. jika r -hitung \geq r -tabel maka item-item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid.
2. *Uji Reliabilitas* : Reliabilitas ialah menunjukkan bahwa instrumen yang dipergunakan pada penelitian untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya sebagai alat pengukuran data [9].Uji ini untuk mengetahui seberapa konsisten kuesioner sebagai *instrument* penelitian

dalam mengukur tingkat keberhasilan aplikasi Lazada. Variabel dikatakan realibel jika nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,6$ [10].

3. *Uji Outer Model* : Analisi outer ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Uji outer model yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :
 - a. *Convergent Validity* : Nilai *Convergent Validity* ialah nilai *loading faktor* yang ada pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai ini dipergunakan untuk validitas suatu konstruk. Nilai *Convergent Validity* dikatan valid apabila memiliki nilai $\geq 0,7$.
 - b. *Composite Reliability* : *Composite Rliability* adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. suatu konstruk dapat dikatakan realibel apabila memiliki nilai $\geq 0,7$.
 - c. *Uji AVERAGE Variance Extracted (AVE)* : Nilai AVE digunakan untuk mengetahui nilai validitas. Nilai AVE dikatakan valid jika nilai $\geq 0,5$ [11].
4. *Uji Inner Model* : Uji ini dilakukan dengan melihat *r-square* dan nilai t-statistik yang didapatkan dari uji *path coefficient*. Tingkat signifikasi dalam pengujian suatu hipotesis ditunjukkan dari nilai *path coefficient*.
 - a. *Path Coefficient* : Pada uji ini dilakukan peneliti dengan cara melihat nilai jalur (*path*). *Path coefficient* bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh signifikan antara indikator sebagai dasar penentuan diterima atau tidaknya suatu hipotesis.
 - b. Uji R^2 : Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat variasi perubahan antara variabel *dependent* dan variabel *independent*. Model prediksi akan semakin baik jika nilai R^2 lebih tinggi.
 - c. *T-Statist* : Nilai *T-Statist* didapat dari metode *bootstrapping* dengan tingkat signifikasi sebesar 5%. jika nilai *T-Statist* $\geq 1,96$ maka hipotesis dapat dikatakan diterima [12].
5. *Model Fit* : Model statistik yang menggambarkan seberapa baik atau cocok suatu serangkaian pengamatan.
 - a. *SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)*
Perbedaan antara kolerasi yang diamati dan kolerasi yang diharapkan sebagai ukuran absolut dari kriteria fit. Model dianggap cocok apabila nilai $< 0,10$ atau $0,08$.
 - b. *NFI (Normal Fit Index)*
NFI menghasilkan nilai 0 dan 1. Nilia NFI dikatakan baik apabila mendekati nilai 1.

F. Interpretasi Data

Interpretasi data dilakukan berdasarkan analisis data dengan cara menjelaskan dari berbagai literatur sejenis yang mendukung hasil analisis data tersebut. Hasil ini menjelaskan dari karakteristik responden, nama, usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan, sisi pengguna, intensitas pengguna, durasi

kunjungan, jumlah transaksi, keberhasilan Lazada dan hasil pengukuran dari 7 variabel yang digunakan pada penelitian.

G. Kesimpulan

Tahap akhir dari penelitian ini adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan dilihat dari hasil analisis pada penelitian ini, kesimpulan ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah ada pada pendahuluan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas Instrument

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kebenaran dan ketepatan kuesioner. Perhitungan ini dilakukan dengan membandingkan r-tabel dengan r-hitung. Uji validitas instrument ini menggunakan 20 responden, dengan nilai r-tabel 0.444.

TABEL III
HASIL UJI VALIDITAS

No	Var	R hitung	R tabel	Ket
1	SQ1	0.765	0.444	Valid
2	SQ2	0.826	0.444	Valid
3	SQ3	0.650	0.444	Valid
4	SQ4	0.808	0.444	Valid
5	SQ5	0.789	0.444	Valid
6	IQ1	0.844	0.444	Valid
7	IQ2	0.836	0.444	Valid
8	IQ3	0.879	0.444	Valid
9	IQ4	0.829	0.444	Valid
10	SEQ1	0.877	0.444	Valid
11	SEQ2	0.831	0.444	Valid
12	SEQ3	0.845	0.444	Valid
13	US1	0.701	0.444	Valid
14	US2	0.635	0.444	Valid
15	US3	0.789	0.444	Valid
16	US4	0.853	0.444	Valid
17	NB1	0.857	0.444	Valid
18	NB2	0.814	0.444	Valid
19	NB3	0.891	0.444	Valid
20	PU1	0.931	0.444	Valid
21	PU2	0.821	0.444	Valid
22	PU3	0.750	0.444	Valid
23	PU4	0.829	0.444	Valid
24	EOU1	0.834	0.444	Valid
25	EOU2	0.726	0.444	Valid
26	EOU3	0.860	0.444	Valid
27	EOU4	0.848	0.444	Valid
28	EOU5	0.799	0.444	Valid

A. Uji Reliabilitas Instrument

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa konsisten kuesioner sebagai instrument penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,6$.

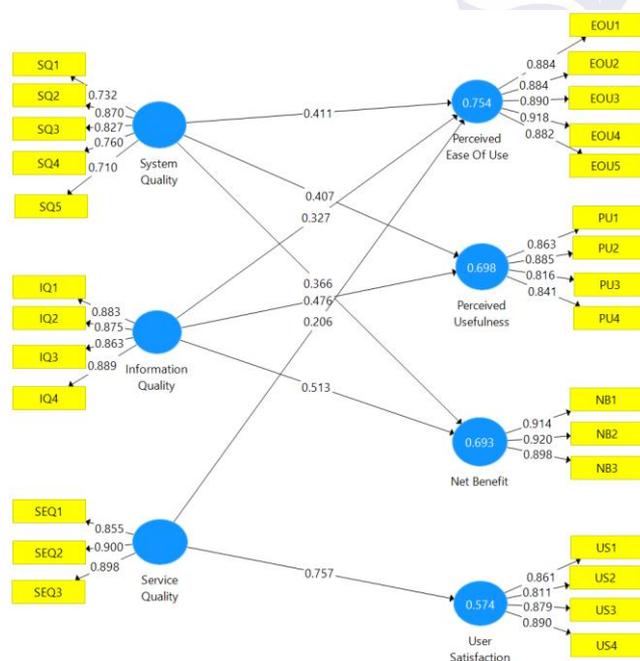
TABEL IV
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	SQ1	0.745	Reliabel
2	SQ2	0.810	Reliabel

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
3	SQ3	0.627	Reliabel
4	SQ4	0.790	Reliabel
5	SQ5	0.770	Reliabel
6	IQ1	0.831	Reliabel
7	IQ2	0.823	Reliabel
8	IQ3	0.868	Reliabel
9	IQ4	0.813	Reliabel
10	SEQ1	0.867	Reliabel
11	SEQ2	0.818	Reliabel
12	SEQ3	0.832	Reliabel
13	US1	0.680	Reliabel
14	US2	0.607	Reliabel
15	US3	0.785	Reliabel
16	US4	0.841	Reliabel
17	NB1	0.843	Reliabel
18	NB2	0.798	Reliabel
19	NB3	0.880	Reliabel
20	PU1	0.926	Reliabel
21	PU2	0.808	Reliabel
22	PU3	0.722	Reliabel
23	PU4	0.818	Reliabel
24	EOU1	0.820	Reliabel
25	EOU2	0.707	Reliabel
26	EOU3	0.875	Reliabel
27	EOU4	0.835	Reliabel
28	EOU5	0.782	Reliabel

B. Uji Outer Model

uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya. Pengujian ini menggunakan metode PLS dengan bantuan software SmartPLS. Penggambaran model ini dapat dilihat pada Gbr.5 berikut.



Gbr. 5 Hasil Uji Outer Model

1. Convergent Validity

Nilai *Convergent Validity* digunakan untuk mengetahui validitas suatu konstruk, Suatu Indikator dikatakan valid apabila nilai *factor loading* $\geq 0,7$.

TABEL V
HASIL UJI CONVERGENT VALIDITY

	IQ	NB	EOU	PU	SEQ	SQ	US
EOU1			0.88				
EOU2			0.88				
EOU3			0.89				
EOU4			0.91				
EOU5			0.88				
IQ1	0.88						
IQ2	0.87						
IQ3	0.86						
IQ4	0.00						
NB1		0.91					
NB2		0.92					
NB3		0.89					
PU1				0.86			
PU2				0.88			
PU3				0.81			
PU4				0.84			
SEQ1					0.85		
SEQ2					0.90		
SEQ3					0.89		
SQ1						0.73	
SQ2						0.87	
SQ3						0.82	
SQ4						0.76	
SQ5						0.71	
US1							0.86
US2							0.81
US3							0.87
US4							0.89

Pada Tabel V diatas menunjukkan bahwa semua indikator dinyatakan valid karena nilai *factor loading* $\geq 0,7$.

2. Composite Reliability

Uji *Composite Reliability* digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

TABEL VI
HASIL UJI COMPOSITE RELIABILITY

Variabel	Composite Reliability
Information Quality	0.931
Net Benefit	0.936
Perceived Ease Of Use	0.951
Perceived Usefulness	0.913
Service Quality	0.915
System Quality	0.887
Information Quality	0.920

Hasil dari pengujian Tabel IV menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dikatakan realibel karena masing-masing variabel menunjukkan nilai $\geq 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang digunakan cukup tinggi.

3. Uji Avarange Variance Extracted (AVE)

Nilai Uji Avarange Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengetahui suatu nilai validitas konstruk.

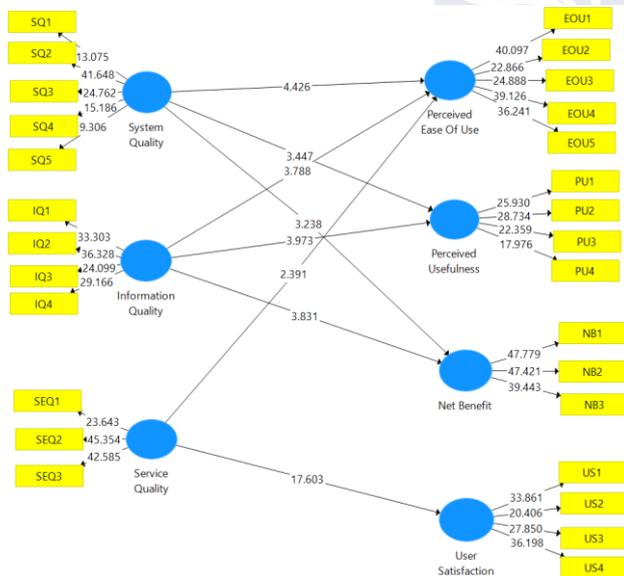
TABEL VII
HASIL UJI AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Information Quality	0.770
Net Benefit	0.830
Perceived Ease Of Use	0.795
Perceived Usefulness	0.725
Service Quality	0.783
System Quality	0.611
Information Quality	0.741

Hasil dari pengujian Tabel VII menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki nilai konstruk yang cukup baik karena mempunyai nilai *Average Variance Extracted (AVE)* ≥ 0.5 .

C. Uji Inner Model

Pengujian inner model dilakukan menggunakan metode *Boostrapping* pada SmartPLS. Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel laten. Penggambaran model ini dapat dilihat dari Gbr.6 berikut.



Gbr. 6 Hasil Uji Inner Model

1. Uji Path Coefficient

Pengujian ini dilakukan untuk melihat nilai jalur (*path*). Apabila nilai jalur (*path*) ≥ 0.1 maka jalur (*path*) yang dimaksud mempunyai pengaruh terhadap model-model penelitian [13].

TABEL VIII
HASIL UJI PATH COEFFICIENT

Variabel	Path Coefficient
IQ → NB	0.513
IQ → EOU	0.327
IQ → PU	0.476
SEQ → EOU	0.206
SEQ → US	0.757
SQ → NB	0.366
SQ → EOU	0.411
SQ → PU	0.407

Hasil dari pengujian Tabel VIII menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan karena memiliki nilai jalur (*path*) ≥ 0.1 .

2. Uji R²

Pengujian ini menjelaskan varian pada tiap target variabel *dependent* dengan nilai pengukuran 0.670 dianggap kuat, sekitar 0.333 dinyatakan moderat dan dibawah 0.190 dinyatakan lemah [14].

TABEL IX
HASIL UJI R-SQUARE

Variabel	R-Square
Net Benefit	0.693
Perceived Ease Of Use	0.754
Perceived Usefulness	0.682
User Satisfaction	0.574

Hasil pengujian Tabel IX menunjukkan bahwa variabel *Net Benefit*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* memiliki nilai pengukuran yang kuat karena nilainya ≥ 0.670 sedangkan *User Satisfaction* memiliki nilai yang moderat karena nilainya ≥ 0.333 .

3. Uji T-Stat

Pengujian ini dilakukan dengan metode *boostrapping* menggunakan uji *two-tailed*.

TABEL X
HASIL UJI T-STATIS

Variabel	T-Stat	P-Value
IQ → NB	3.831	0.000
IQ → EOU	3.788	0.000
IQ → PU	3.973	0.000
SEQ → EOU	2.391	0.017
SEQ → US	17.603	0.000
SQ → NB	3.238	0.001
SQ → EOU	4.426	0.000
SQ → PU	3.447	0.001

Hasil dari pengujian Tabel X menunjukkan bahwa variabel tersebut diterima karena memiliki nilai t-Stat ≥ 1.96 .

D. Model Fit

TABEL XI
HASIL UJI MODEL FIT

Fit Summary	Estimated Model
RMRS	0.085
NFI	0.748

Pada Tabel XI menunjukkan bahwa nilai SMRS 0.085 nilai tersebut < dari 0.10 dan 0.08, maka model tersebut dikatakan cocok atau sesuai. Sedangkan nilai NFI 0.748 nilai tersebut mendekati 1, maka model tersebut dikatakan cocok atau sesuai.

E. Interpretasi Data

1. Interpretasi Data Demografis

Berikut hasil dari pengukuran data demografis yang telah dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut.

a. Usia

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, usia responden didominasi oleh usia 20-30 tahun dengan jumlah 94% dan <20 tahun sebesar 6%.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebesar 67% dan laki-laki sebesar 33%.

c. Jenjang Pendidikan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, jenjang pendidikan didominasi oleh mahasiswa S1 dengan jumlah sebesar 98% dan mahasiswa D3 sebesar 2%.

d. Intensitas Pengguna

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, intensitas pengguna kurang dari sebulan sekali sebanyak 50%, seminggu sekali 28%, sebulan sekali 16% dan setiap hari sebanyak 6%.

e. Durasi Penggunaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, durasi penggunaan 5-10 menit sebanyak 36%, < 5 menit sebanyak 26%, 10-15 menit sebanyak 21% dan ≥ 15 menit sebanyak 17%.

f. Jumlah Transaksi 1 Bulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, jumlah transaksi sebesar < 50.000 sebanyak 53%, 50.000-100.000 sebanyak 33% dan 100.000-200.000 sebanyak 9%.

g. Keberhasilan Aplikasi Lazada

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, keberhasilan aplikasi Lazada diterima sebesar 58%, tidak tahu 17%, kurang diterima 13% dan sangat diterima 11%.

2. Interpretasi Pengukuran Model

Interpretasi pengukuran model didapat dari hasil 3 tahap yaitu *Path Coefficient*, *T-Stat*, dan *P-Value*. Berikut adalah pemaparan dari pengukuran berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

TABEL XII
HASIL UJI STRUKTURAL MODEL

Variabel	Path Coefficient	T-Stat	P-Value
IQ → NB	0.513	3.831	0.000
IQ → EOU	0.327	3.788	0.000
IQ → PU	0.476	3.973	0.000
SEQ → EOU	0.206	2.391	0.017
SEQ → US	0.757	17.603	0.000
SQ → NB	0.366	3.238	0.001
SQ → EOU	0.411	4.426	0.000
SQ → PU	0.407	3.447	0.001

➤ **H1 : System Quality (SQ) berpengaruh terhadap Perceived Usefulness (PU)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.407, nilai *T-Stat* sebesar 3.3447 dan nilai *P-Value* sebesar 0.001 Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan SQ berpengaruh secara signifikan terhadap PU.

➤ **H2 : System Quality (SQ) berpengaruh terhadap Perceived Ease Of Use (EOU)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.411, nilai *T-Stat* sebesar 4.426 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan SQ berpengaruh secara signifikan terhadap EOU.

➤ **H3 : System Quality (SQ) berpengaruh terhadap Net Benefit (NB)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.366, nilai *T-Stat* sebesar 3.238 dan nilai *P-Value* sebesar 0.001. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan SQ berpengaruh secara signifikan terhadap NB.

➤ **H4 : Information Quality (IQ) berpengaruh terhadap Perceived Ease Of Use (EOU)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilaisebesar 0.327, nilai *T-Stat* sebesar 3.788 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan IQ berpengaruh secara signifikan terhadap EOU.

➤ **H5 : Information Quality (IQ) berpengaruh terhadap Perceived Usefulness (PU)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.476, nilai *T-Stat* sebesar 3.973 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan IQ berpengaruh secara signifikan terhadap PU.

➤ **H6 : Information Quality (IQ) berpengaruh terhadap Net Benefit (NB)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.513, nilai *T-Stat* sebesar 3.831 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Stat* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan IQ berpengaruh secara signifikan terhadap NB.

➤ **H7 : Service Quality (SEQ) berpengaruh terhadap Perceived Ease Of Use (EOU)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.206, nilai *T-Statistis* sebesar 2.391 dan nilai *P-Value* sebesar 0.017. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Statistis* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan SEQ berpengaruh secara signifikan terhadap EOU.

➤ **H8 : Service Quality (SEQ) berpengaruh terhadap User Satisfaction (US)**

Berdasarkan Tabel XI menunjukkan bahwa *Path Coefficient* memiliki nilai sebesar 0.767, nilai *T-Statistis* sebesar 17.603 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai tersebut berada diatas nilai *Path Coefficient* 0.1, nilai *T-Statistis* 1.96 dan nilai *P-Value* dibawah 0.07. Sehingga menunjukkan bahwa hubungan SEQ berpengaruh secara signifikan terhadap PU.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengukuran maka dapat diketahui efek penerapan Lazada bagi pengguna :

1. Hubungan *System Quality* (SQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) karena pengguna Lazada merasakan kehandalan, waktu respon cepat, kemudahan penggunaan, konektivitas antar bagian serta akurasi data.
2. Hubungan *System Quality* (SQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use* (EOU) karena pengguna Lazada merasakan kehandalan, waktu respon cepat, kemudahan penggunaan, konektivitas antar bagian serta akurasi data.
3. Hubungan *System Quality* (SQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Net Benefit* (NB) karena pengguna Lazada merasa dapat mengakses aplikasi Lazada dengan mudah dan pengguna merasakan efektivitas dalam berbelanja.
4. Hubungan *Information Quality* (IQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) karena pengguna Lazada merasakan kegunaan aplikasi Lazada didasari oleh kualitas informasi yang dihasilkan.
5. Hubungan *Information Quality* (IQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use* (EOU) karena pengguna Lazada merasakan kemudahan dalam mencari informasi di Lazada.
6. Hubungan *Information Quality* (IQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Net Benefit* (NB) karena pengguna Lazada merasakan informasi yang dihasilkan Lazada sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga memberikan manfaat bagi pengguna.
7. Hubungan *Service Quality* (SEQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use* (EOU) karena pengguna Lazada merasakan kualitas layanan pada Lazada membuat pengguna mudah dalam menggunakannya.
8. Hubungan *Service Quality* (SEQ) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* (US)

karena pengguna Lazada merasakan pelayanan yang baik ketika mendapatkan masalah dalam mengakses Lazada.

V. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Maka perlu dilakukan perbaikan dan tindak lanjut untuk melengkapi penelitian ini. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas model dan menambah variabel untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesesuaian aplikasi.
2. Pada masa mendatang diperlukan penelitian ulang terkait dengan analisis keberhasilan aplikasi yang sudah mengalami perubahan dan jauh lebih berkembang dengan menggunakan model lain yang lebih efektif dan faktor-faktor yang sesuai.

Sedangkan saran untuk pihak Lazada yaitu harus meningkatkan faktor *Net Benefit* untuk bisa menjadi *e-commerce* yang memiliki pengguna tertinggi.

REFERENSI

- [1] Armstrong & Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- [2] Lazada Indonesia, Rocket Internet, Maret (2012). [Online]. Available: <https://twitter.com/search?q=lazada&src=tyah>.
- [3] DeLone, W.H., dan McLean, E.R. (1992). *Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable*. Information System Research. (3:1). pp. 60-95.
- [4] DeLone, W.; & McLean, E. (2003). *The DeLone and McLean Model of Information Systems Success : A Ten Year Update*. Management Information System. Spring 2003, Vol. 19, No. 4, pp. 9- 30.
- [5] Davis, F.D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- [6] Laksono, H. (2017). Evaluasi kesuksesan SIMDA BMD pada pemerintah Kabupaten Grogolan menggunakan model kombinasi DeLone McLean dan technology acceptance model. *Jurnal Tata Kelola dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, 3, 151.
- [7] Jogiyanto. (2014). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [8] Cooper, D.R dan Schindler P.S. (2006). *Business research methods*. Ninth Edition. Mc Graw-Hill.
- [9] Sitinjak J.R.T dan Sugiharto. *LISREL*. Yogyakarta. Graha Ilmu. (2006).
- [10] Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [11] Haryono, Siswoyo. 2017. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- [12] Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publication, Inc.
- [13] Asyraf, W. M., & Afthanorhan, B. W. (2013). A comparison of partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) and covariance based structural equation modeling (CB-SEM) for confirmatory factor analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT)*, 2(5), 198-205.
- [14] Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research, 295, 336.