

Pengaruh Kesiapan Teknologi terhadap Minat Masyarakat pada Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Menggunakan Model Kombinasi TRI dan TAM

Sherlyani Puspita Dewi¹, I Kadek Dwi Nuryana²

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

¹sherlyani.17051214040@mhs.unesa.ac.id

²dwinuryana@unesa.ac.id

Abstrak— Di Indonesia, aplikasi layanan pesan antar makanan menjadi layanan yang banyak diminati di kalangan masyarakat. Mayoritas konsumen menggunakan aplikasi tersebut untuk meningkatkan produktivitas, mengeksplorasi tren kuliner terkini, dan berinteraksi. Tujuan utama pada penelitian ini ialah guna menganalisis dan menguji apakah *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* berpengaruh pada persepsi kemudahan penggunaan, dan apakah persepsi kemudahan penggunaan berhubungan kesenangan pemakaian aplikasi layanan pesan antar makanan. Responden survei berjumlah 202 orang yang berdomisili di Surabaya dan menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan. Data primer yang digunakan dihasilkan melalui pembagian kuesioner dengan *online*. Karena model ini tidak memiliki keterbatasan untuk mengintegrasikan variabel tambahan ke dalam model jalur, maka kumpulan data dianalisis menggunakan SEM dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini membuktikan yaitu *optimism* memberikan pengaruh positif signifikan pada persepsi kemudahan penggunaan sebesar 32,1%, *innovativeness* memiliki pengaruh sebesar 28,7% dan *insecurity* memiliki pengaruh sebesar 28,6%. Sebaliknya *discomfort* mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan sebesar 11,4% sehingga dapat dikatakan tidak signifikan namun persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat sebesar 45% yang berdampak signifikan terhadap minat pemakaian aplikasi jasa pesan antar makanan.

Kata Kunci— Kesiapan Teknologi, Minat Penggunaan, Aplikasi layanan Pesan Antar Makanan, TRI, TAM, TRAM, PLS-SEM.

I. PENDAHULUAN

Perilaku manusia telah mengalami perubahan besar sebagai dari kemajuan teknologi dan kemajuan tersebut berpotensi untuk mempermudah tugas-tugas manusia. Di Indonesia, teknologi telah dimasukkan ke dalam banyak industri untuk membuat hidup lebih mudah bagi masyarakat. Contohnya industri transportasi, kesehatan, perdagangan dan kuliner.

Perubahan yang sangat substansial terjadi pada bisnis kuliner, khususnya pergerakan penawaran dan penerimaan akibat pola konsumsi masyarakat yang semula bertransaksi secara manual atau tradisional, beralih ke layanan *online*. Di Indonesia, dimana penggunaan internet sudah menjadi hal yang lumrah, penggunaan *smartphone* dan internet menjadi penyebab utama perubahan perilaku masyarakat. *International Telecommunication Union* (ITU) mencatat ada 5,3 miliar konsumen internet di bumi di tahun 2022, yang setara dengan 66% populasi dunia [1].

Layanan pesan antar makanan *online* menghasilkan 107,4 miliar USD di seluruh dunia pada tahun 2019 dan diproyeksikan menghasilkan 182,3 miliar USD pada tahun 2024 [2]. Nilai transaksi bruto (GMV) jasa pesan antar makanan di negeri ini diperkirakan menyentuh angka USD 4,5 miliar ataupun kisaran angka Rp. 67,89 triliun menurut analisis *Momentum Works* pada tahun 2022, industri jasa pesan antar makanan berbasis *online* akan menjadi yang paling besar di Asia Tenggara. Pada Tahun 2022, GMV layanan pesan antar makanan di Asia dan Pasifik akan mencapai USD 16,3 miliar atau 27,6% dari jumlah tersebut.

Di Indonesia, penggunaan aplikasi jasa pesan antar makanan merupakan jasa yang paling diminati masyarakat. Mayoritas konsumen menggunakan aplikasi tersebut untuk meningkatkan produktivitas, mengeksplorasi dan berinteraksi dengan tren kuliner terkini. Kemajuan teknologi pada bidang *mobile* memberikan banyak keuntungan serta kemudahan dalam penghematan tenaga kerja dan waktu. Aplikasi pesan antar makanan yang menjadi tren di negeri ini antara lain GrabFood, GoFood dan ShopeeFood.

Beberapa perspektif teoritis yang berfokus pada penerimaan teknologi diterapkan untuk memeriksa dan memahami perilaku saat menggunakan teknologi baru. Salah satunya adalah yang dibangun oleh Davis (1989) yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Kinerja individu atau organisasi dapat ditingkatkan dengan penggunaan sistem informasi [3].

Selain TAM, ada juga TRI (*Technology Readiness Index*) yang diperkenalkan oleh Parasuraman (2000). TRI telah menjadi tipe populer untuk mempelajari faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penerimaan teknologi baru. Menurut [4], Untuk mencapai tujuan hidupnya sehari-hari dipacu oleh kecenderungan seseorang menggunakan dan mendukung teknologi baru itulah acuan model TRI.

Sikap optimis dan inovatif masyarakat telah dianalisis dampaknya pada kemudahan penggunaan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Menurut penelitian [5], hasil dari penelitiannya variabel *optimism* dan variabel *innovativeness* tidak mempengaruhi persepsi kemudahan dan manfaat. Selain itu studi lebih lanjut oleh [6] dan [7] menemukan bahwa *innovativeness* mempengaruhi kemudahan penggunaan dan *optimism* mempengaruhi persepsi manfaat, sedangkan *optimism* tidak mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan *innovativeness* tidak menunjukkan pengaruh pada persepsi manfaat.

Hal tersebut berbeda dengan hasil dari [8], penelitiannya menunjukkan variabel *optimism* dan *innovativeness* mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Hasil penelitian membuktikan tidak adanya pengaruh dari *innovativeness* terhadap persepsi manfaat. Sehingga, peneliti menjadikan variabel persepsi manfaat menjadi variabel *intervening* atau variabel perantara antara variabel terikat dan variabel bebas.

Terdapat juga risiko pada aplikasi layanan pesan antar makanan dan kerugian dalam penggunaannya seperti pelanggaran data, dll. Berdasarkan permasalahan tersebut [7] melakukan studi pada sampel pengguna *e-wallet* di Afrika Selatan dan menemukan bahwa variabel *discomfort* dan *insecurity* terdapat pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Selain itu berdasarkan penelitian dari [9], variabel *discomfort* dan variabel *insecurity* tidak berdampak yang signifikan pada persepsi kemudahan penggunaan. Hasil dari berbagai penelitian memungkinkan penulis untuk menyimpulkan bahwa pengguna memiliki persepsi ketidaknyamanan dan kecemasan yang berbeda. Hasil tersebut menunjukkan keempat variabel yaitu *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* masih memberikan hasil yang tidak konsisten dalam hal kegunaan yang dirasakan. Oleh karena itu, penulis mengidentifikasi variabel *intervening* yaitu variabel persepsi kemudahan.

II. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data digunakanlah metode penelitian dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan, menemukan dan memecahkan permasalahan dalam kehidupan manusia [10].

A. Jenis Penulisan

Penulis memakai cara penelitian kuantitatif dalam penelitian ini. Menurut [10] metode penelitian kuantitatif ialah sebuah cara yang dipakai dalam mempelajari kelompok populasi maupun sampel, instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data yang dipakai dalam pengujian hipotesis yang sudah dipilih, bersifat statistik.

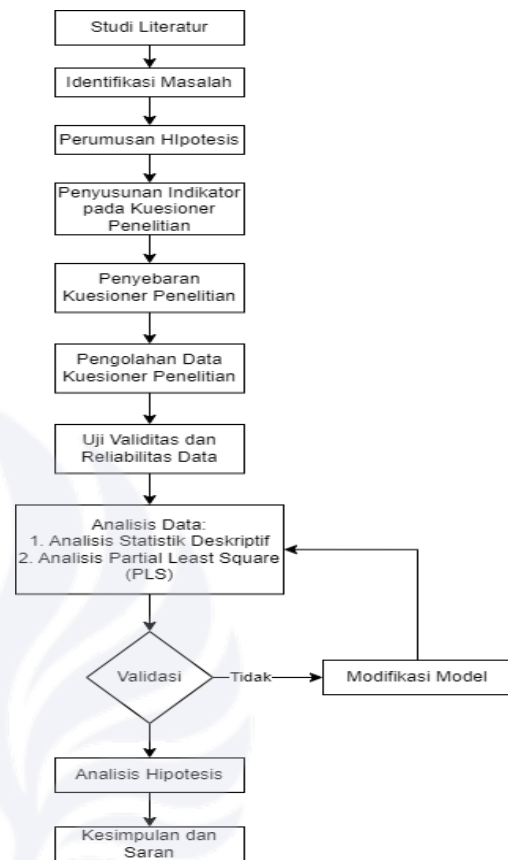
B. Ruang Lingkup Penelitian

1) *Objek dan Lokasi Penelitian*: Objek penelitian ini yaitu konsumen aplikasi jasa pesan antar makanan seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood yang berdomisili di Surabaya. Lokasi penelitian di Surabaya dipilih karena merupakan salah satu kota besar dengan banyak pengguna aplikasi layanan pesan antar makanan.

2) *Variabel Penelitian*: Ada tiga variabel yang terlibat penelitian ini yaitu variabel bebas dimana terdapat *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* di dalamnya. Selanjutnya variabel terikat yaitu kesukaan pemakaian aplikasi jasa pesan antar makanan, dan variabel *intervening* atau variabel perantaranya yaitu persepsi kemudahan penggunaan.

C. Alur Penelitian

Proses berjalannya penelitian yang dilakukan penulis dapat ditunjukkan pada alur penelitian di bawah ini.



Gbr. 1 Alur Penelitian

Berikut ini penjelasan dari Gbr. 1:

1) *Studi Literatur*: Peneliti mempelajari jurnal atau laporan penelitian terdahulu agar mendapatkan referensi untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan.

2) *Identifikasi Masalah*: Yang melatarbelakangi penelitian ini ialah adanya perbedaan hasil beberapa penelitian terdahulu, sehingga peneliti menganalisis dan menguji pengaruh kesiapan teknologi terhadap minat masyarakat pada pemakaian aplikasi jasa pesan antar makanan dengan model kombinasi TRI serta TAM.

3) *Perumusan Hipotesis*: Peneliti membuat lima hipotesis yang akan menjadi kerangka analisis penelitian.

4) *Penyusunan Indikator pada Kuesioner Penelitian*: Peneliti membuat 36 pertanyaan yang terbagi ke dalam enam variabel berdasarkan teori dan model yang telah ditentukan.

5) *Penyebaran Kuesioner*: Peneliti membagikan angket dengan online menggunakan *Google Form* agar mendapatkan responden dengan jumlah 200.

6) *Pengolahan Data Kuesioner Penelitian*: Peneliti melakukan pengolahan hasil kuesioner sehingga menjadi data dan ditabulasi.

7) *Uji Validitas dan Reliabilitas Data*: Peneliti melakukannya memakai aplikasi SmartPLS 3.0.

8) *Analisis Data*: mengkaji statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk menganalisis dengan menggunakan nilai rata-rata interval masing-masing indikator pertanyaan dan analisis SEM-PLS.

9) *Analisis Hipotesis*: Peneliti melakukan analisis terhadap hipotesis yang telah ditentukan berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan analisis SEM-PLS.

10) *Kesimpulan dan Saran*: Setelah melakukan analisis hipotesis peneliti dapat menentukan kesimpulan dari hasil penelitiannya serta memberikan saran.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Dimana pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* (variabel bebas), persepsi kemudahan penggunaan (variabel perantara) serta minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan (variabel terikat).

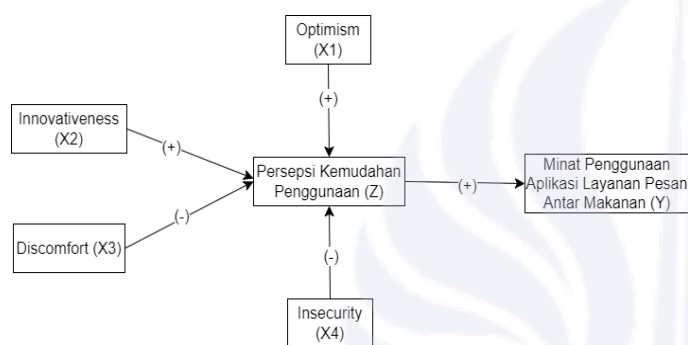
TABEL I
VARIABEL DAN INDIKATOR PENELITIAN

No	Variabel	Item Pertanyaan	Kode
1	<i>Optimism</i> (Optimisme)	Teknologi memberikan banyak kebebasan dalam kegiatan responden [5], [10]	OP1
		Kehidupan responden dikontrol oleh teknologi [5], [10]	OP2
		Responden yakin bahwa sistem berbasis teknologi akan mengikuti perintahnya [5], [10]	OP3
		Teknologi baru yang digunakan produk dan layanan lebih nyaman digunakan [5], [10]	OP4
		Aplikasi layanan pesan antar makanan lebih efisien disebabkan menggunakan teknologi terbaru	OP5
		Aplikasi layanan pesan antar makanan membuat responden menjadi lebih efisien [5], [10]	OP6
2	<i>Innovativeness</i> (Inovatif)	Untuk meminta pendapat tentang teknologi baru orang lain datang kepada responden [5], [10]	INN1
		Dalam lingkaran pertemanan responden yang pertama menggunakan teknologi baru [5], [10]	INN2
		Untuk mengetahui informasi mengenai produk dan layanan teknologi baru responden tanpa bantuan orang lain [5], [10]	INN3
		Responden menerima tantangan untuk mencari tahu <i>gadget</i> berteknologi [5], [10]	INN4
		Responden mendapatkan sedikit masalah daripada orang lain ketika menggunakan teknologi baru [5], [10]	INN5
		Responden lebih senang menggunakan teknologi paling canggih [5], [10]	INN6
3	<i>Discomfort</i> (Ketidaknyamanan)	Kadang-kadang responden berpendapat bahwa layanan bantuan aplikasi tidak diperuntukkan masyarakat umum [5], [10]	DIS1
		Layanan bantuan menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan diponsel tidak membantu karena menjelaskan hal yang tidak dimengerti responden [5], [10]	DIS2
		Pemerintah dan perusahaan mudah memata-matai orang karena teknologi aplikasi layanan pesan antar makanan [5], [10]	DIS3
		Jika responden memberikan data ke sistem, responden ragu apakah data tersebut benar sampai ditempatkan yang tepat [5], [10]	DIS4
		Teman responden belajar lebih banyak tentang teknologi terbaru [5], [10]	DIS5
		Responden merasa malu saat mengalami kesulitan memesan melalui aplikasi layanan pesan antar makanan [5], [10]	DIS6
		Banyak teknologi baru, termasuk aplikasi layanan pesan antar makanan yang memiliki risiko keamanan yang muncul dari penggunaannya [5], [10]	DIS7
4	<i>Insecurity</i> (Ketidakamanan)	Individu tunduk terhadap teknologi untuk melakukan apapun [5], [10]	INS1
		Responden tidak merasa aman memberikan data pribadi melalui internet [5], [10]	INS2
		Informasi yang diberikan lewat internet takut disalahgunakan orang lain [5], [10]	INS3
		Responden perlu memeriksa tidak terjadi kesalahan pada sistemnya ketika terjadi sesuatu secara otomatis [5], [10]	INS4
		Perlu konfirmasi setelahnya ketika melakukan transaksi secara online [5], [10]	INS5
		Karena menjelaskan hal yang tidak dimengerti layanan bantuan di ponsel tidak membantu responden [5], [10]	INS6
		Ketika mengalami kesulitan melakukan transaksi responden merasa malu [5], [10]	INS7
		Banyak teknologi baru, termasuk aplikasi layanan pesan antar makanan yang memiliki risiko keamanan yang muncul dari penggunaannya [5], [10]	INS8
5	<i>Perceived Ease of Use</i>	Belajar mengoperasikan aplikasi layanan pesan antar makanan itu mudah [11], [12]	PEOU1

No	Variabel	Item Pertanyaan	Kode
	Perceived Ease of Use	Mengoperasikan aplikasi layanan pesan antar makanan itu jelas dan mudah dipahami menurut responden [11], [12]	PEOU2
		Mengoperasikan aplikasi layanan pesan antar makanan secara mahir itu mudah [11], [12]	PEOU3
		Aplikasi layanan pesan antar makanan mudah digunakan menurut responden [11], [12]	PEOU4
6	Behavioral Intention	Responden memiliki niat menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan [11], [12]	BI1
		Harapan responden penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dapat berlanjut di masa depan [11], [12]	BI2
		Responden merekomendasikan aplikasi layanan pesan antar makanan kepada orang lain [11], [12]	BI3

E. Hipotesis Penelitian

Peneliti memuat kerangka penelitian yang merupakan kombinasi antara TRI dan TAM, berikut ini merupakan gambar kerangka penelitian yang diajukan.



Gbr. 2 Kerangka Penelitian

Dari Gbr. 2 dijelaskan hipotesis penelitian yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut:

- H1 : Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara positif oleh *optimism*
H2 : Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara positif oleh *innovativeness*
H3 : Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara negatif oleh *discomfort*
H4 : Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara negatif oleh *insecurity*
H5 : Minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dengan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel *intervening* dipengaruhi secara positif oleh *Optimism* dan *innovativeness* dan dipengaruhi secara negatif oleh *discomfort* dan *insecurity*

F. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah konsumen aplikasi jasa pesan antar makanan misalnya GrabFood, GoFood dan ShopeeFood yang berdomisili di Surabaya. Pada penelitian ini sampel yang dipakai ialah masyarakat yang berdomisili di Surabaya yang pernah menggunakan aplikasi layanan pesan antar yang telah disebutkan di atas.

Peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* untuk pengambilan sampel karena tidak diketahui secara pasti jumlah populasi pengguna aplikasi jasa pesan antar

makanan yang berdomisili di Surabaya. Menurut [13], untuk menentukan jumlah sampel jumlah indikator dalam penelitian dikalikan dengan 5-10.

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= 5 \times \text{Jumlah Indikator Penelitian} \\ &= 5 \times 34 \\ &= 170\end{aligned}$$

Peneliti mendapatkan jumlah minimum sampel untuk penelitian yaitu 170 responden berdasarkan perhitungan di atas.

G. Teknik Pengumpulan Data

Penyebaran kuesioner secara online dilakukan untuk metode survei penelitian ini. Daftar pertanyaan kuesioner didapat dari penelitian yang telah dikembangkan oleh peneliti serta dipastikan mudah dimengerti dan dipahami oleh responden. Model Skala Likert 1 sampai dengan 6 digunakan untuk penelitian ini karena menurut [14] dalam pengumpulan data dengan menggunakan opsi genap membuat responden memilih sikap yang jelas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan.

TABEL II
SKALA LIKERT

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Agak Tidak Setuju (ATS)
4	Agak Setuju (AS)
5	Setuju (S)
6	Sangat Setuju (SS)

H. Teknis Analisis Data

Data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner ditelaah sebagai awal proses analisis. Peneliti melakukan analisis data statistik deskriptif dan analisis *Partial Least Square* (PLS).

1) Analisis Statistik Deskriptif

Untuk memberikan gambaran untuk menjelaskan karakteristik data, statistik deskriptif biasanya berbentuk diagram atau tabel maka dilakukan analisis statistik deskriptif [15].

2) Analisis Partial Least Square (PLS)

Peneliti menggunakan metode Partial Least Square (PLS), menurut [16] analisis menggunakan metode PLS dapat dilakukan dengan tiga tahapan.

a. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dipakai sebagai menentukan *measurement* yang dipakai telah valid dan *reliable*, dalam uji validitas konvergen angka *loading factor* > 0,7 dan untuk uji reliabilitas angka *cronbachs alpha* serta *composite reliability* harus > 0,7 [17].

b. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Parameter diantaranya koefisien determinasi (R^2), Predictive Relevance (Q^2) Goodness of Fit Index (GOF) merupakan acuan analisis *inner model*[17]. Model penelitian dikatakan lemah jika angka R-square 0,19, artinya sedang yang angkanya 0,33, dan artinya kuat jika nilainya 0,67.

c. Pengujian hipotesa

Pengujian hipotesa dilakukan dengan memanfaatkan uji t-statistik yang metodenya dengan membedakan hasil T hitung dan t-tabel. Uji t-statistik dilakukan dengan angka signifikansi 0,05 (t-statistik > t-tabel) [17]. Kriteria yang dijadikan perbandingan yaitu:

Ho dinyatakan diterima apabila t-hitung < t-tabel maupun angka pvalue > 0,05

Ho dinyatakan ditolak apabila t-hitung > t-tabel maupun nilai pvalue < 0,05

Jika Ho diterima sehingga berdampak signifikan namun jika Ho ditolak maka berdampak tidak signifikan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisa dilakukan pada 202 responden pengguna aplikasi layanan pesan antar makanan. Sebelumnya juga dilakukan analisis karakteristik responden seperti aplikasi apa yang sering digunakan, lama penggunaan (rentang waktu penggunaan aplikasi), seberapa sering menggunakan aplikasi setiap minggunya, berapakah transaksi yang dilakukan dalam seminggunya. Karakteristik responden digunakan untuk mengelompokkan jenis-jenis responden dari kategori jenis kelamin, usia serta pekerjaan responden.

Perhitungan interval 1 sebagai skor paling rendah, skor tertinggi 6 dan interval 0,83 menjadi gambaran setiap penilaian responden pada variabel yang digunakan. Jadi batasan persepsi didapat seperti.

TABEL III
INTERVAL PENILAIAN

Kategori	Interval
Sangat Setuju (SS)	5,16-6,00
Setuju (S)	4,33-5,15
Agak Setuju (AS)	3,50-4,32
Agak Tidak Setuju (ATS)	2,67-3,49
Tidak Setuju (TS)	1,84-2,66
Sangat Tidak Setuju (STS)	1,00-1,83

a. Optimism

Di bawah ini gambaran perolehan analisis statistik deskriptif dari variabel *optimism*.

TABEL IV
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF OPTIMISM

Indikator	Min	Max	Mean
Teknologi memberikan banyak kebebasan dalam kegiatan responden	2	6	5,02
Kehidupan responden dikontrol oleh teknologi	1	6	4,13
Responden yakin bahwa sistem berbasis teknologi akan mengikuti perintahnya	3	6	4,65
Produk dan layanan lebih nyaman digunakan apabila menggunakan teknologi baru	2	6	5,08
Aplikasi layanan pesan antar makanan jauh lebih efisien karena menggunakan teknologi terbaru	2	6	5,21
Aplikasi layanan pesan antar makanan membuat responden menjadi lebih efisien	2	6	5,21

Dari Tabel IV nilai rata-rata tertinggi yaitu 5,21 berarti responden sangat setuju dengan pernyataan aplikasi layanan pesan antar makanan lebih efisien menggunakan teknologi baru dan responden agak setuju dengan pernyataan kehidupan sehari-hari dikendalikan oleh teknologi karena memiliki interval terendah 4,13.

b. Innovativeness

Hasil analisis statistik deskriptif dari variabel *innovativeness*.

TABEL V
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF INNOVATIVENESS

Indikator	Min	Max	Mean
Untuk meminta pendapat tentang teknologi baru orang lain datang kepada responden	1	6	4,47
Dalam lingkaran pertemanan responden yang pertama menggunakan teknologi baru	1	6	3,96
Responden mengetahui informasi produk dan layanan teknologi terbaru tanpa bantuan individu lain	1	6	4,49
Responden menerima tantangan untuk mencari tahu <i>gadget</i> berteknologi	1	6	4,82

Responden mendapatkan sedikit masalah daripada orang lain ketika menggunakan teknologi baru	1	6	4,44
---	---	---	------

Indikator	Min	Max	Mean
Responden lebih senang menggunakan teknologi paling canggih	2	6	4,70

Dari Tabel V nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,82 berarti responden setuju dengan pernyataan responden menikmati mencari tahu *gadget* teknologi tinggi dan rata-rata terendah 3,96 berarti responden agak setuju dengan pernyataan di Tabel V.

c. *Discomfort*

Hasil analisis statistik deskriptif dari variabel *discomfort*.

TABEL VI
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF DISCOMFORT

Indikator	Min	Max	Mean
Kadang-kadang responden berpendapat bahwa layanan bantuan aplikasi tidak diperuntukkan masyarakat umum	1	6	2,71
Layanan bantuan untuk aplikasi layanan pesan antar makanan diponsel tidak memberikan bantuan responden	1	6	2,37
Pemerintah dan perusahaan mudah memata-matai orang karena teknologi aplikasi layanan pesan antar makanan	1	6	2,66
Jika responden memberikan data ke sistem, responden ragu apakah data tersebut benar sampai ditempatkan yang tepat	1	6	2,83
Temannya responden belajar lebih banyak mengenai teknologi baru	1	6	3,36
Responden merasa malu ketika kesulitan melakukan pemesanan melalui aplikasi	1	6	2,80
Banyak teknologi baru, termasuk aplikasi layanan pesan antar makanan yang memiliki risiko keamanan yang muncul dari penggunaannya	1	6	3,19

Dari Tabel VI nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,36 berarti responden agak setuju dengan pernyataan orang lain belajar lebih banyak tentang teknologi baru. Sedangkan untuk rata-rata terendah 2,37 berarti responden tidak setuju pernyataan pada indikator.

d. *Insecurity*

Hasil analisis statistik deskriptif dari variabel *insecurity*.

TABEL VII
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF INSECURITY

Indikator	Min	Max	Mean
Individu tunduk terhadap teknologi untuk melakukan apapun	1	6	3,71
Responden tidak merasa aman memberikan data pribadi melalui internet	1	6	3,43
Informasi yang diberikan lewat internet takut disalahgunakan orang lain	1	6	3,60
Responden perlu memeriksa tidak terjadi kesalahan pada sistemnya ketika terjadi sesuatu secara otomatis	1	6	3,64
Setiap transaksi yang dilakukan secara online harus dikonfirmasi setelahnya	1	6	4,11
Layanan bantuan untuk aplikasi layanan pesan antar makanan diponsel tidak memberikan bantuan responden	1	6	2,65
Ketika mengalami kesulitan melakukan transaksi responden merasa malu	1	6	2,66
Banyak teknologi baru, termasuk aplikasi layanan pesan antar makanan yang memiliki risiko keamanan yang muncul dari penggunaannya	1	6	3,15

Dari Tabel VII nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,11 berarti responden agak setuju dengan pernyataan transaksi yang dilakukan harus dikonfirmasi setelahnya. Sedangkan untuk rata-rata terendah 2,65 berarti responden tidak setuju pernyataan pada indikator.

e. *Persepsi Kemudahan Penggunaan*

Hasil analisis statistik deskriptif dari variabel persepsi kemudahan penggunaan.

TABEL VIII
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF PEOU

Indikator	Min	Max	Mean
Responden berpikir menggunakan aplikasi itu mudah	2	6	5,18

Responden berpendapat menggunakan aplikasi itu jelas dan mudah	2	6	5,28
--	---	---	------

Indikator	Min	Max	Mean
Responden berpendapat bahwa menggunakan aplikasi dengan mahir itu mudah	2	6	5,14
Menurut responden aplikasinya mudah digunakan	2	6	5,19

Dari Tabel VIII nilai rata-rata tertinggi yaitu 5,28 berarti responden sangat setuju dengan pernyataan aplikasinya mudah dipahami dan rata-rata terendah 5,14 berarti responden agak setuju pernyataan pada indikator.

f. *Minat Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan (BI)*

Hasil analisis statistik deskriptif dari variabel minat konsumen aplikasi jasa pesan mengantar makanan.

TABEL IX
HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF BI

Indikator	Min	Max	Mean
Responden memiliki niat menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan	2	6	5,06
Harapan responden penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dapat berlanjut terus-menerus	2	6	5,17
Responden merekomendasikan aplikasi layanan pesan antar makanan kepada individu lain	2	6	5,11

Dari Tabel IX nilai rata-rata tertinggi yaitu 5,17 berarti responden sangat setuju dengan pernyataan penggunaan aplikasi berlanjut di masa depan. Sedangkan untuk rata-rata terendah 5,06 berarti responden setuju untuk menggunakan aplikasi.

B. *Hasil Analisis Partial Least Square (PLS)*

1) *Hasil Pengujian Outer Model*

a. *Validitas Konvergen (convergent validity)*

Berikut nilai *Loading factor* dan nilai AVE penelitian ini.

TABEL X
NILAI LOADING FACTOR

Indikator Variabel	Kode Item	Loading Factor
OP	OP6	0,727
INN	INN4	0,761
	INN5	0,741
	INN6	0,792

DIS	DIS3	0,700
	DIS4	0,710
	DIS7	0,899
INS	INS1	0,843

Indikator Variabel	Kode Item	Loading Factor
INS	INS2	0,817
	INS3	0,868
	INS4	0,809
	INS5	0,815
	INS8	0,849
PEOU	PEOU1	0,842
	PEOU2	0,766
	PEOU3	0,834
	PEOU4	0,814
BI	BI1	0,829
	BI2	0,834

Berdasarkan Tabel X nilai *loading factor* yaitu 0,7 sehingga seluruh variabel yang digunakan dikatakan valid. Sebelumnya telah dilakukan penghapusan beberapa indikator dengan nilai *loading factor* <0,7 yang mengakibatkan parameter lainnya kurang valid. Lalu dengan melihat angka AVE, dimana perlu semakin tinggi dari 0,5 sehingga masuk dalam kategori baik.

TABEL XI
NILAI AVE

Indikator Variabel	AVE
OP	1,000
INN	0,604
DIS	0,675
INS	0,728
PEOU	0,664
BI	0,752

Berdasarkan Tabel XI nilai AVE dari keenam variabel memiliki nilai >0,5 sehingga seluruh variabel dikatakan valid dalam penelitian ini.

b. *Validitas Diskriminan (discriminant validity)*

Pengujian dilakukan pada setiap konstruk dengan membandingkannya terhadap korelasi pada konstruk lainnya.

TABEL XII
NILAI KUADRAT AVE

Indikator Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
OP	1,000	1,000
INN	0,604	0,777
DIS	0,675	0,822
INS	0,728	0,853
PEOU	0,664	0,815

BI	0,752	0,867
----	-------	-------

TABEL XIII
NILAI VALIDITAS DISKRIMINAN

	BI	DIS	INN	INS	OP	PEOU
BI	0,867					
DIS	0,087	0,822				
INN	0,347	-0,025	0,777			
INS	0,116	0,819	-0,141	0,853		
OP	0,328	0,172	0,241	0,166	1,000	
PEOU	0,450	0,169	0,327	0,206	0,418	0,815

Berdasarkan Tabel XII dan Tabel XIII variabel dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang tinggi dan valid karena nilai konstruk lebih tinggi dari nilai korelasi antar konstruk lain..

c. Composite Reliability

Menurut [17] suatu instrumen penelitian dapat dikatakan lolos uji reliabilitas (*reliable*), apabila nilai *cronbachs alpha* > 0,60 serta nilai *composite reliability* > 0,70.

TABEL XIV
COMPOSITE RELIABILITY

Indikator Konstruk	Composite Reliability	Cronbachs Alpha	Ket.
OP	1,000	1,000	Reliabel
INN	0,820	0,681	Reliabel
DIS	0,861	0,784	Reliabel
INS	0,941	0,929	Reliabel
PEOU	0,888	0,832	Reliabel
BI	0,858	0,671	Reliabel

Berdasarkan Tabel XIV semua variabel penelitian memiliki nilai > 0,7 pada *composite reliability* dan pada *cronbachs alpha* memiliki nilai > 0,6. Sehingga keseluruhan variabel lolos uji reliabilitas.

2) Hasil Pengujian Inner Model

a. Analisis Goodness-fit Model (R-square)

Tahapan ini dilakukan agar mengetahui besar kecilnya pengaruh setiap variabel endogen dari variabel eksogen, dengan kriteria penilaiannya jika nilai R-square semakintinggi maka semakin baik model yang diuji.

TABEL XV
NILAI R-SQUARE

Indikator Konstruk	R-Square
PEOU	0,203
BI	0,268

Dari Tabel XV nilai R-square variabel PEOU adalah 0,203 sehingga sebagai variabel *intervening* dipengaruhi oleh variabel independen pada penelitian ini sebesar 20,3% dan 79,7% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Dan variabel dependen penelitian ini yaitu minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi oleh variabel *intervening* 26,8% dan 73.2% dipengaruhi faktor dari luar model penelitian.

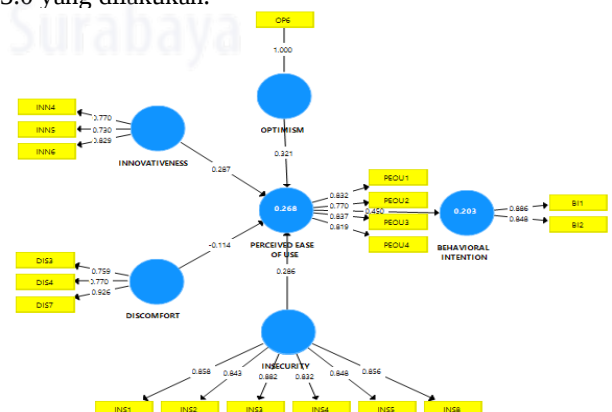
b. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dikatakan diterima jika nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel serta nilai p-value kurang dari 0,05. Berikut hasil olah data di bawah ini.

TABEL XVI
HASIL PATH COEFFICIENTS

Hipotesis	Org. Sample	T-Stat	P-Val	Ket.
OP -> PEOU	0,321	5,333	0,000	Diterima
INN -> PEOU	0,287	4,245	0,000	Diterima
DIS -> PEOU	-0,114	1,275	0,203	Ditolak
INS -> PEOU	0,286	3,329	0,001	Diterima
PEOU -> BI	0,450	5,761	0,000	Diterima

Tabel XVI menunjukkan dari lima hipotesis yang diajukan empat hipotesis berpengaruh positif signifikan dikarenakan memiliki nilai t-statistik > 1,653 dan nilai p-value < 0,05 oleh karena itu hipotesis tersebut diterima. Satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan karena nilai *original sample* yang bernilai negatif, nilai t-statistik < 1,653 dan nilai p-value > 0,05 sehingga hipotesis tersebut ditolak. Di bawah ini merupakan visualisasi dari pengujian hipotesis penelitian pada model SmartPLS 3.0 yang dilakukan.



Gbr. 3 Visualisasi Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Gbr.3 hasil regresi linier berganda yang berpengaruh paling besar merupakan variabel persepsi kemudahan penggunaan (variabel *intervening*) sebesar 45%, diikuti oleh variabel *optimism* sebesar 32,1%, kemudian variabel *innovativeness* sebesar 28,7%, selanjutnya variabel *insecurity* sebesar 28,6% dan variabel *discomfort* sebesar 11,4%.

C. Pembahasan

1) Pengaruh *Optimism* terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hipotesis yang pertama persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara positif oleh *optimism*. Tabel XVI memperlihatkan nilai *original sample* yaitu 0,321, nilai T-statistik yaitu 5,333 dan nilai p-value yaitu 0,000. Sehingga hipotesis ini dinyatakan **diterima**.

Analisis statistik deskriptif variabel *optimism* nilai rata-rata tiap indikatornya mendekati dan melebihi interval 5,15 artinya responden setuju pernyataan pada Tabel VI.

2) Pengaruh *Innovativeness* terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hipotesis yang kedua persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara positif oleh *innovativeness*. Tabel XVI memperlihatkan nilai *original sample* pada hubungan variabel *innovativeness* dengan persepsi kemudahan penggunaan yaitu 0,287, nilai T-statistik yaitu 4,245 dan nilai p-value yaitu 0,000. Sehingga hipotesis ini dinyatakan **diterima**.

Analisis statistik deskriptif variabel *innovativeness* nilai rata-rata tiap indikatornya mendekati dan melebihi interval 4,33 artinya responden setuju dengan beberapa pernyataan pada Tabel V.

3) Pengaruh *Discomfort* terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hipotesis yang ketiga persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara negatif oleh *discomfort*. Tabel XVI memperlihatkan nilai *original sample* pada hubungan variabel *discomfort* dengan persepsi kemudahan penggunaan yaitu -0,114, nilai T-statistik yaitu 1,275 dan nilai p-value yaitu 0,203. Sehingga hipotesis ini dinyatakan **ditolak (tidak didukung)**.

Analisis statistik deskriptif, nilai rata-rata variabel *discomfort* tiap indikatornya mendekati dan melebihi interval 2,67 artinya responden menyatakan agak tidak setuju dengan pernyataan pada Tabel VI.

4) Pengaruh *Insecurity* terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hipotesis yang keempat persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi secara negatif oleh *insecurity*. Tabel XVI memperlihatkan nilai *original sample* pada hubungan variabel *insecurity* dengan persepsi kemudahan penggunaan yaitu 0,286, nilai T-statistik yaitu 3,329 dan nilai p-value yaitu 0,001. Sehingga hipotesis ini dinyatakan **diterima**.

Analisis statistik deskriptif variabel *insecurity* nilai rata-rata yang dimiliki tiap indikatornya mendekati dan melebihi interval 3,50 yang artinya responden agak setuju dengan pernyataan Tabel VII.

5) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan

Hipotesis yang kelima minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan

dengan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel *intervening* dipengaruhi secara positif oleh *Optimism* dan *innovativeness* dan dipengaruhi secara negatif oleh *discomfort* dan *insecurity*. Tabel XVI menerangkan nilai *original sample* hubungan variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan yaitu 0,450, nilai T-statistik yaitu 5,761 dan nilai p-value yaitu 0,000. Sehingga hipotesis ini dinyatakan **diterima**.

Untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan dan minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan hasil analisis statistik deskriptifnya nilai rata-rata indikator mendekati bahkan lebih dari interval 5,15 yang artinya responden setuju dengan pernyataan pada Tabel IX.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan dari analisis Pengaruh Kesiapan Teknologi terhadap Minat Masyarakat pada Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Menggunakan Model Kombinasi TRI dan TAM adalah:

1. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *optimism* dengan nilai T hitung 5,333 serta memiliki pengaruh sebesar 32,1%.
2. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *innovativeness* dengan nilai T hitung 4,245 serta memiliki pengaruh sebesar 28,7%.
3. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi secara tidak signifikan oleh variabel *discomfort* dengan nilai T hitung 1,275 serta memiliki pengaruh sebesar 11,4%.
4. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *insecurity* dengan nilai T hitung 3,329 serta memiliki pengaruh sebesar 28,6%.
5. Minat penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai T hitung 5,761 serta memiliki pengaruh sebesar 45%.

V. SARAN

Berikut saran yang bisa diberikan peneliti berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan:

1. Perlu adanya perluasan populasi dan sampel yang akan digunakan agar penelitian mendatang hasilnya lebih akurat.
2. Dalam pengumpulan data dapat menggunakan gabungan metode kuantitatif dan kualitatif.
3. Agar hasil penelitian tidak bersifat umum obyek penelitian harus lebih spesifik.
4. Peneliti perlu mencari tahu mengapa ada variabel yang memiliki hubungan tidak signifikan pada penelitian ini.

- [15] Ghozali, I., "Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [16] Husein, A., S., "Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2015.
- [17] Ghozali, I., Latan, H., "Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

REFERENSI

- [1] (2023) DataIndonesia.id. [Online], <https://dataindonesia.id/internet/detail/jumlah-pengguna-internet-di-dunia-mencapai-53-miliar-pada-2022>, tanggal akses: 5 Juni 2023.
- [2] (2023) Databoks.katadata.co.id. [Online], [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/19/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-di-asean#:~:text=Indonesia%20merupakan%20pasar%20layanan%20pesa,n,Rp15.087%2FUS\\$24](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/19/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-di-asean#:~:text=Indonesia%20merupakan%20pasar%20layanan%20pesa,n,Rp15.087%2FUS$24), tanggal akses: 5 Juni 2023.
- [3] Dasgupta, S., Granger, M., McGarry, N., "User Acceptance of E-Collaboration Technology: An Extension of The Technology Acceptance Model" *Group Decision and Negotiation*, vol. 11(2), hal. 87-100, Maret. 2002.
- [4] Parasuraman, A., "Index (TRI) A Multiple-item Scale to Embrace New Technologies" *Service Research*, vol. 2(4), hal. 307-320, 2000.
- [5] Simiyu, S. C., Kohsuwan, P., "Understanding Consumers' Mobile Banking Adoption through the Integrated Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Perspective: A Comparative Investigation" *Human Behavior Development and Society*, vol. 20(1), hal. 29-40, 2019.
- [6] Khadka, R., Kohsuwan, P., "Understanding Consumers' Mobile Banking Adoption in Germany: An Integrated Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Perspective" *Catalyst*, vol. 18(1), hal. 56-67, 2018.
- [7] Martens, M., Roll, O., Elliott, R., "Testing The Technology Readiness and Acceptance Model for Mobile Payments Across Germany and South Africa" *International Journal of Innovation and Technology Management*, vol. 14(6), September, 2017.
- [8] Eszi, I., M., "Pengaruh Kesiapan Teknologi Individu terhadap Minat Mahasiswa pada Penggunaan E-Wallet Model Kombinasi TRI dan TAM, Universitas Islam Indonesia, 2020.
- [9] Faizani, S., N., " Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya)" *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence*, vol. 2(2), 2021.
- [10] Parasuraman, A., Colby, C., L., "An Updated and Streamlined Technology Readiness Index: TRI 2.0" *Journal of Service Research*, vol. 18(1), hal. 59-74, 2015.
- [11] Sitinjak, T., Joan, L., "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay" *Jurnal Manajemen*, vol. 8(2), hal. 27-39, 2019.
- [12] Davis, F., D., Venkatesh, V., "A Critical Assessment of Potential Measurement Biases in the Technology Acceptance Model: Three Experiments" *International Journal of Human Computer Studies*, vol. 45(1), hal. 19-45, 1996.
- [13] Augusty, F., "Metode Penelitian Manajemen", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- [14] Widhiarso, W., "Pengembangan Skala Psikologi: Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respond", Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, 2010.