

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN OBAT BERBAHAN TRADISIONAL DI PT. YAH UTAMA BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE TAM

Louis Aditya¹, Ardie Halim Wijaya²
louisaditya09@gmail.com¹, ardie.h@gmail.com²
Universitas Buddhi Dharma

ABSTRAK

Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut. PT. Yahi Utama yang bergerak di bidang Farmasi yang bertempat di kota Tangerang. Saat ini sedikit kesulitan dalam proses promosi dan penjualan mereka. Dikarenakan sistem penjualan produk yang mereka gunakan masih berupa penjualan secara langsung atau offline. Penulis memberikan solusi dengan membuat aplikasi penjualan berbasis web yang mudah digunakan. Dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk menyimpan database. TAM, singkatan dari Technology Acceptance Model adalah sebuah model teoritis yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi. Model ini mempertimbangkan dua faktor utama, yaitu persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi dan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaannya. TAM dapat memberikan dasar untuk mengembangkan strategi pengadopsian teknologi yang lebih efektif.

Kata Kunci: Analisis Dan Perancangan Sistem, Obat Berbahan Tradisional, Website, Metode TAM.

ABSTRACT

Traditional medicines are medicines in the form of plant ingredients, animal ingredients, mineral ingredients, galenic preparations, or mixtures of these ingredients. PT. Yahi Utama, which operates in the pharmaceutical sector, located in the city of Tangerang. Currently a bit struggling with their promotion and sales process. Because the product sales system they use is still in the form of direct or offline sales. The author provides a solution by creating an easy-to-use web-based sales application. By utilizing the internet as a means for storing databases. TAM, short for Technology Acceptance Model is a theoretical model used to understand and explain user acceptance of technology. This model considers two main factors, namely the user's perception of the usefulness of the technology and the user's perception of the ease of use. TAM can provide a basis for developing more effective technology adoption strategies.

Keywords: System Analysis and Design, Traditional Medicine, Website, TAM Method

PENDAHULUAN

Adanya akses internet selama ini memiliki pengaruh besar kepada khalayak banyak karena selalu mengikuti kemajuan teknologi dari masa ke masa. Prioritas layanan menjadi indikator kepuasan bagi customer yang diperhatikan. Ini menjadikan internet sebagai bagian yang tidak dapat terpisahkan dari khalayak banyak. Internet dapat dijadikan sebagai lifestyle dan bukan lagi hanya menjadi tempat menampung informasi saja.

Obat tradisional adalah obat yang digunakan menurut pengalaman yang merupakan obat yang diwariskan turun temurun. Biasa terbuat dari tumbuhan, hewan, mineral, olahan dari alam atau campuran dari bahan-bahan tersebut untuk diolah menjadi bentuk sediaan meliputi kapsul, tablet, obat lengkap dan bentuk obat lain tanpa menggunakan bahan herbal. Sebagian besar masyarakat masih menggunakan pengobatan tradisional sebagai terapi.

PT. Yahi Utama yang bergerak di bidang Farmasi yang bertempat di kota Tangerang. Saat ini sedikit kesulitan dalam proses promosi dan penjualan mereka. Dikarenakan sistem penjualan produk yang mereka gunakan masih berupa penjualan secara langsung atau

offline. Yang berarti setiap kali mereka akan menjual produk hasil produksi mereka harus memasarkannya secara langsung ke toko toko untuk didistribusikan kepada konsumen.

Dikarenakan sistem penjualan yang masih konvensional. PT. Yahi Utama menginginkan pengembangan sistem pemasaran yang lebih baik, lebih optimal serta lebih efektif dan efisien. Maka penulis memberikan solusi dengan membuat aplikasi penjualan berbasis web yang mudah digunakan. Dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk menyimpan database. Dengan harapan PT. Yahi Utama bisa lebih meningkatkan keuntungan dari penjualan yang lebih baik sehingga memperlancar proses pemasaran dan demi menggapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan ide pemikiran dan latar belakang di atas. maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN OBAT BERBAHAN TRADISIONAL DI PT. YAHU UTAMA BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE TAM”.

TAM, singkatan dari Technology Acceptance Model adalah sebuah model teoritis yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi. Model ini mempertimbangkan dua faktor utama, yaitu persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi dan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaannya. TAM dapat memberikan dasar untuk mengembangkan strategi pengadopsian teknologi yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

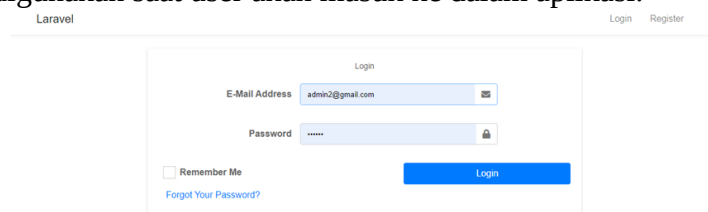
Pada tahap ini dilakukan analisis dari kebutuhan perancangan sistem dengan menggunakan metode Waterfall untuk melakukan setiap tahapan sistem dikerjakan dari perencanaan, analisis, desain dalam perancangan ini. Pada tahap ini dilakukan perincian alur pekerjaan dan bisnis yang dilakukan oleh Perusahaan untuk dilakukan perancangan. Tahap desain terdiri dari perancangan tampilan luar dan dalam aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna yang ada di Perusahaan. Tahap Coding adalah tahap pengembangan aplikasi dimana hasil desain dan analisis di implementasikan ke bahasa pemrograman. Aplikasi Toko Obat Tradisional Online yang akan dirancang dibuat dengan programming language PHP, HTML, CSS. Framework yang digunakan adalah CodeIgniter. Testing dilakukan untuk melakukan percobaan apakah aplikasi yang dibuat sudah berjalan dengan baik. Testing dapat dilakukan saat pengembangan sedang berjalan ataupun pada saat pengembangan selesai. Pemeliharaan sistem dilakukan secara menyeluruh. Baik dilakukan dari segi software seperti percobaan berkala dan juga code maintenance. Maintenance juga dilakukan dari segi hardware seperti pemeliharaan server dan perangkat client.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan Program

1. Login

Halaman Login digunakan saat user akan masuk ke dalam aplikasi.



Gambar 1 Interface Login

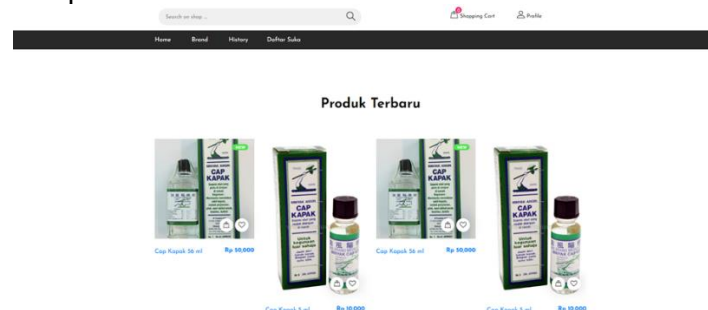
2. Register

Halaman Register digunakan saat user belum memiliki akun dan akan mendaftar ke dalam aplikasi.

Gambar 2 Interface Register

3. Home

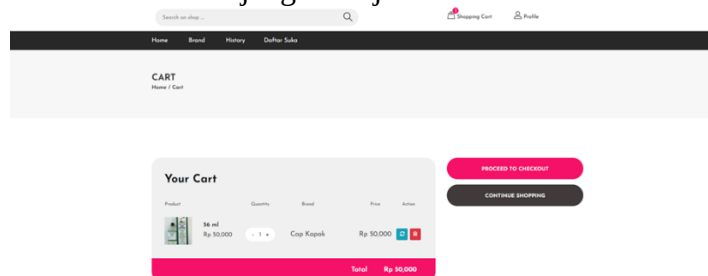
Halaman Home berfungsi sebagai halaman utama saat user selesai melakukan Login dan masuk ke dalam aplikasi.



Gambar 3 Interface Home

4. Cart

Halaman Cart berfungsi sebagai tempat untuk melihat produk apa saja yang sudah di masukkan oleh user ke dalam keranjang belanja.



Gambar 4 Interface Cart

5. Check-Out

Halaman Check-Out berfungsi untuk melakukan verifikasi pembayaran dan perhitungan total ongkos kirim dari barang yang sudah ada di dalam keranjang User.

Gambar 5 Interface Check-Out

6. Payment

Halaman Payment berfungsi untuk melakukan pembayaran dan melampirkan gambar bukti pembayaran kepada Admin.

Gambar 6 Interface Payment

7. Payment History

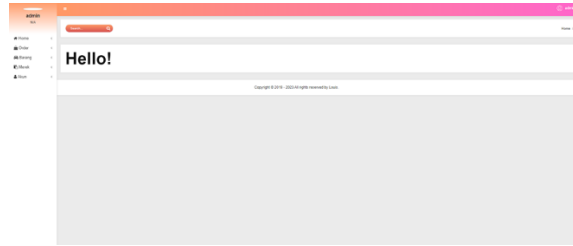
Payment History berisi pembayaran yang dilakukan oleh user selama belanja di dalam aplikasi.

No	Nama User	Harga	Ongkir	Status	Waktu Order	Opai
1	cust	Rp 66,000	Rp 30,000	Success	2023-06-26 17:19:22	

Gambar 7 Interface Payment History

8. Dashboard Home

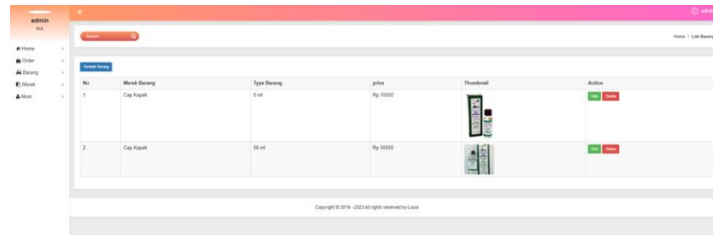
Dashboard Home adalah halaman utama yang dibuat sebagai halaman awal untuk Admin yang masuk ke dalam aplikasi.



Gambar 8 Interface Dashboard Home

9. Master Page

Master Page berisi berbagai data master yang dapat di tambah, di ubah dan dihapus oleh Admin aplikasi.



Gambar 9 Interface Master Page

Peneliti melakukan descriptive analyysis dengan merekam jumlah dari mean atau rata-rata dari setiap indikator dalam kuesioner. Analisis deskriptif variabel dilakukan dengan menggunakan tools SPSS 25. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif variabel:

Ease of Use

Tabel 1 Analisis Deskriptif Variabel Ease of Use

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
Ease of Use	EoF_1	4.30
	EoF_2	4.11
	EoF_3	4.27
	EoF_4	4.44
	EoF_5	4.33
Nilai mean Ease of Use		4.29

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai rata-rata variabel Ease of Use adalah sebesar 4.29, yang memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pada variabel Ease of Use. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa Ease of Use pada aplikasi tergolong baik.

Usefulness

Tabel 2 Analisis Deskriptif Variabel Usefulness

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
Usefulness	Ufn_1	4.20
	Ufn_2	4.17
	Ufn_3	4.27
	Ufn_4	4.11
Nilai mean Usefulness		4.19

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai rata-rata variabel Usefulness adalah sebesar 4.19, yang memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pada variabel Usefulness. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa Usefulness yang diberikan oleh aplikasi kepada pengguna tergolong baik.

Attitude Toward Using

Tabel 3 Analisis Deskriptif Variabel Attitude Toward Using

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
Attitude Toward Using	Att_1	4.16
	Att_2	3.78
	Att_3	4.03
	Att_4	4.20
Nilai mean Attitude Toward Using		4.04

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai rata-rata variabel Attitude Toward Using adalah sebesar 4.04, yang memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pada variabel Attitude Toward Using. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa Attitude Toward Using yang diberikan aplikasi untuk membantu pengguna tergolong baik.

Behavioral Intention to Use

Tabel 4 Analisis Deskriptif Variabel Behavioral Intention to Use

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
Behavioral Intention to Use	Bhv_1	4.03
	Bhv_2	3.81
	Bhv_3	3.86
	Bhv_4	3.88
Nilai mean Behavioral Intention to Use		3.89

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai rata-rata variabel Behavioral Intention to Use adalah sebesar 3.89, yang memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pada variabel Behavioral Intention to Use. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa intensi penggunaan dari aplikasi tergolong tinggi.

Actual Use

Tabel 5 Analisis Deskriptif Variabel Actual Use

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
Actual Use	Act_1	4.05
	Act_2	3.75
	Act_3	3.59
Nilai mean Actual Use		3.80

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai rata-rata variabel Actual Use adalah sebesar 3.80, yang memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pada variabel Actual Use. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa Actual Use terhadap sistem dan informasi pada aplikasi tergolong baik.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Dimana nilai r tabel diperoleh dari rumus:

$Df = -(1+1) = 62$ dengan $\alpha = 5\%$ maka r tabel = 0.2461

Sementara r hitung dapat dilihat pada tabel corrected item-total correlation. Uji validitas dilakukan dengan tools SPSS 25. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Setiap Butir Pertanyaan

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Validitas
Ease of Use	EoF_1	0.511	0.241	<i>Valid</i>
	EoF_2	0.470	0.241	<i>Valid</i>
	EoF_3	0.512	0.241	<i>Valid</i>
	EoF_4	0.550	0.241	<i>Valid</i>
	EoF_5	0.627	0.241	<i>Valid</i>
Usefulness	Ufn_1	0.553	0.241	<i>Valid</i>
	Ufn_2	0.674	0.241	<i>Valid</i>
	Ufn_3	0.498	0.241	<i>Valid</i>
	Ufn_4	0.524	0.241	<i>Valid</i>
Attitude Toward Using	Att_1	0.480	0.241	<i>Valid</i>
	Att_2	0.391	0.241	<i>Valid</i>
	Att_3	0.531	0.241	<i>Valid</i>
	Att_4	0.343	0.241	<i>Valid</i>
Behavioral Intention to Use	Bhv_1	0.450	0.241	<i>Valid</i>
	Bhv_2	0.525	0.241	<i>Valid</i>
	Bhv_3	0.311	0.241	<i>Valid</i>
	Bhv_4	0.278	0.241	<i>Valid</i>
Actual Use	Act_1	0.546	0.241	<i>Valid</i>
	Act_2	0.693	0.241	<i>Valid</i>
	Act_3	0.524	0.241	<i>Valid</i>

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Seluruh indikator dari variabel Ease of Use. Memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menandakan bahwa validitas dari item pertanyaan Ease of Use bernilai valid dan bisa digunakan untuk penyusunan kuesioner.
2. Seluruh indikator dari variabel Usefulness. Memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menandakan bahwa validitas dari item pertanyaan Usefulness bernilai valid dan bisa digunakan untuk penyusunan kuesioner.
3. Seluruh indikator dari variabel Attitude Toward Using. Memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menandakan bahwa validitas dari item pertanyaan Attitude Toward Using bernilai valid dan bisa digunakan untuk penyusunan kuesioner.
4. Seluruh indikator dari variabel Behavioral Intention to Use. Memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menandakan bahwa validitas dari item pertanyaan Behavioral Intention to Use bernilai valid dan bisa digunakan untuk penyusunan kuesioner.
5. Seluruh indikator dari variabel Actual Use. Memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menandakan bahwa validitas dari item pertanyaan Actual Use bernilai valid dan bisa digunakan untuk penyusunan kuesioner.

Dapat disimpulkan bahwa semua butir indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner berstatus valid dan dapat digunakan untuk menyusun kuesioner.

Uji Reliabilitas

Ini adalah hasil dari reliability test yang dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25. Pengujian dilakukan dengan melihat perbandingan Cronbach α :

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Setiap Variabel

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach Alpha	Batasan	Reliabilitas
Ease of Use	5	0.762	0.60	Reliabel
Usefulness	4	0.757	0.60	Reliabel
Attitude Toward Using	4	0.642	0.60	Reliabel
Behavioral Intention to Use	4	0.677	0.60	Reliabel
Actual Use	3	0.744	0.60	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

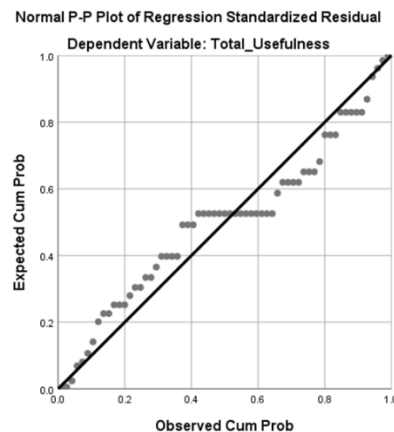
1. Variabel Ease of Use memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.762 (di atas 0.60). Dapat disimpulkan bahwa variabel Ease of Use memiliki jawaban yang reliabel dan konsisten.
2. Variabel Usefulness memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.757 (di atas 0.60). Dapat disimpulkan bahwa variabel Usefulness memiliki jawaban yang reliabel dan konsisten.
3. Variabel Attitude Toward Using memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.642 (di atas 0.60). Dapat disimpulkan bahwa variabel Attitude Toward Using memiliki jawaban yang reliabel dan konsisten.
4. Variabel Behavioral Intention to Use memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.677 (di atas 0.60). Dapat disimpulkan bahwa variabel Behavioral Intention to Use memiliki jawaban yang reliabel dan konsisten.
5. Variabel Actual Use memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.744 (di atas 0.60). Dapat disimpulkan bahwa variabel Actual Use memiliki jawaban yang reliabel dan konsisten.

Dapat dilihat bahwa seluruh variabel untuk penelitian memiliki skor croncbach alpha > 0.60 . Dari hal tersebut dapat semua bentuk variable di penelitian yang dilakukan dibuktikan reliable, yang berarti pernyataan dalam penelitian ini menghasilkan jawaban yang terus menerus cenderung sama dari waktu ke waktu dan setiap pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

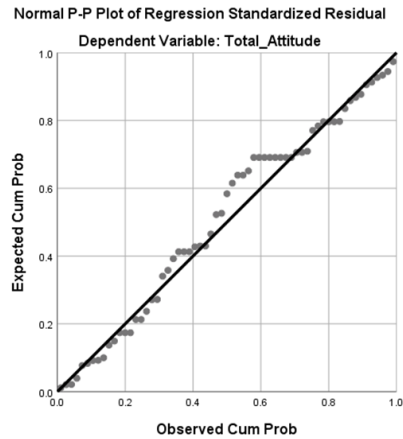
Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan tools SPSS 25. Berikut adalah Hasil Uji Normalitas dari ke-4 model yang di uji:



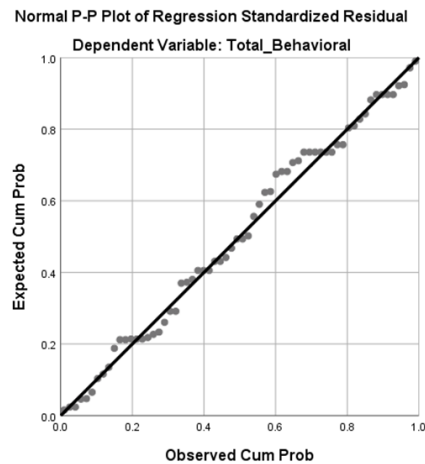
Gambar 10 Hasil Uji Normalitas Model 1

Dari gambar di atas, diobservasi oleh penulis titik – titik normal probability plot dari model 1 menyatu dan berkumpul membuat satu pola diagonal. Oleh karena itu, dibuktikan oleh penulis data model 1 terdistribusi secara normal.



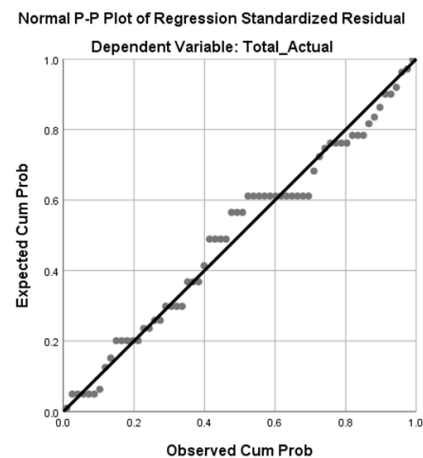
Gambar 11 Hasil Uji Normalitas Model 2

Dari gambar di atas, diobservasi oleh penulis titik – titik normal probability plot dari model 2 menyatu dan berkumpul membuat satu pola diagonal. Oleh karena itu, dibuktikan oleh penulis model 2 terdistribusi secara normal.



Gambar 12 Hasil Uji Normalitas Model 3

Dari gambar di atas, diobservasi oleh penulis titik – titik normal probability plot dari model 3 menyatu dan berkumpul membuat satu pola diagonal. Oleh karena itu, dibuktikan oleh penulis model 3 terdistribusi secara normal.



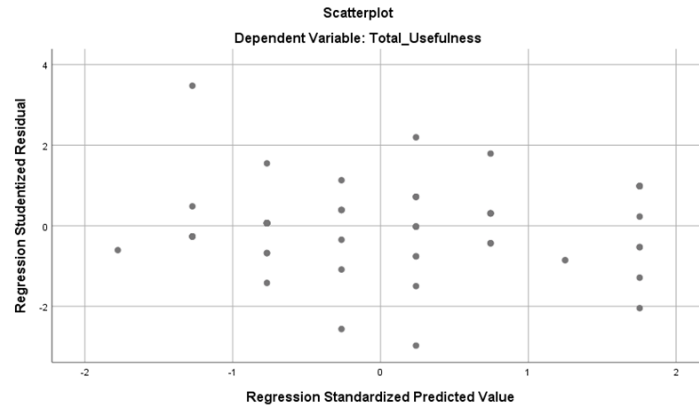
Gambar 13 Hasil Uji Normalitas Model 4

Dari gambar di atas, diobservasi oleh penulis titik – titik normal probability plot dari model 4 menyatu dan berkumpul membuat satu pola diagonal. Oleh karena itu, dibuktikan oleh penulis model 4 terdistribusi secara normal.

Dari hasil normality test di atas, dibuktikan oleh penulis ke-4 model memiliki persebaran data yang merata dan terdistribusi dengan normal.

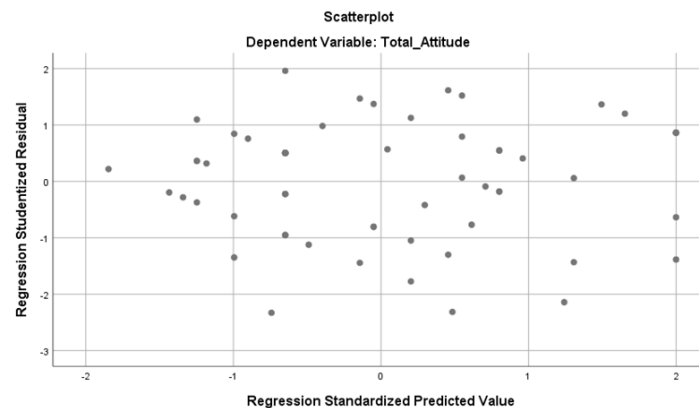
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tools SPSS 25 dengan metode grafik. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas pada ketiga model:



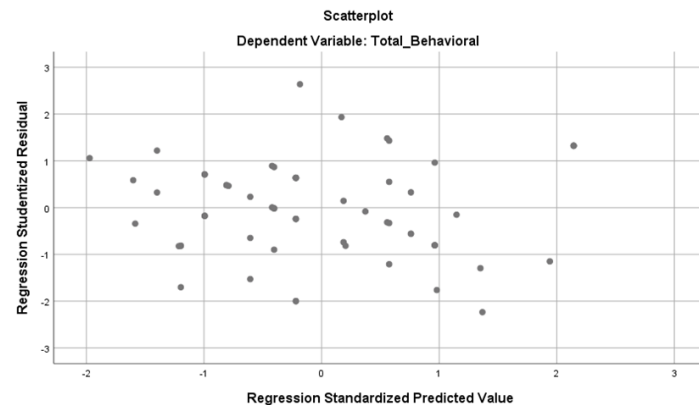
Gambar 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1

Dari gambar di atas, dibuktikan oleh penulis data dari scatterplot model 1 menyebar ke arah kiri dan kanan dan tidak ada yang berkumpul di titik 0. Dapat disimpulkan bahwa model 1 tidak mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2

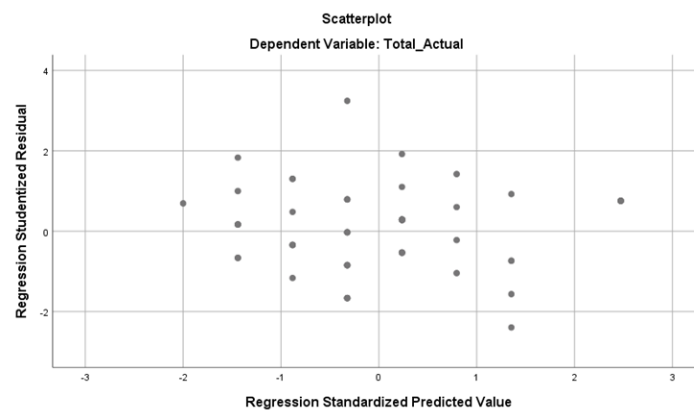
Dari gambar di atas, dibuktikan oleh penulis data dari scatterplot model 2 menyebar ke arah kiri dan kanan dan tidak ada yang berkumpul di titik 0. Dapat disimpulkan bahwa model 2 tidak mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 3

Dari gambar di atas, dibuktikan oleh penulis data dari scatterplot model 3 menyebar

ke arah kiri dan kanan dan tidak ada yang berkumpul di titik 0. Dapat disimpulkan bahwa model 3 tidak mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 4

Dari gambar di atas, dibuktikan oleh penulis data dari scatterplot model 4 menyebar ke arah kiri dan kanan dan tidak ada yang berkumpul di titik 0. Dapat disimpulkan bahwa model 4 tidak mengalami heteroskedastisitas.

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa semua model menyebar ke arah kiri dan kanan dan tidak ada yang berkumpul di titik 0. Maka, dapat disimpulkan bahwa data yang dipakai dalam penelitian adalah data yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau varian data yang residual (berulang).

Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah dilakukan pengujian kelayakan model dan uji asumsi klasik. Maka data dan model yang digunakan dapat disimpulkan valid dan dapat dilakukan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan menggunakan tools SPSS 25. Berikut adalah hasil dari analisis regresi linear berganda pada ketiga model:

Persamaan Regresi Model 1

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.764	1.890		.014
	Total_Ease_of_Use	.557	.087	.632	.000

a. Dependent Variable: Total_Usefulness

Dari pengujian model 1, disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah:

$$\text{Usefulness} = a + \text{Ease_of_Use} + e$$

$$\text{Usefulness} = 0.83 + 0.557\text{Ease_of_Use} + e \quad (1)$$

Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Ease of Use memiliki arah koefisien yang bernilai positif terhadap variabel Usefulness.
- Koefisien Ease of Use memberikan nilai sebesar 0.557 yang berarti bahwa jika Ease

of Use semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Usefulness akan mengalami peningkatan.

Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (r-square) pada model 1:

Tabel 9 Hasil Uji R Square Model 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.400	.390	1.36523
a. Predictors: (Constant), Total_Ease_of_Use				
b. Dependent Variable: Total_Usefulness				

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.400. Dari hasil tersebut diketahui bahwa kontribusi dari variabel Ease of Use terhadap variabel Usefulness adalah sebesar 40%. Sisa dari persentase adalah variabel lain yang tidak di aplikasikan di model ini.

Persamaan Regresi Model 2

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.142	2.024		.575
	Total_Ease_of_Use	.338	.115	.350	.005
	Total_Usefulness	.463	.130	.423	.001
a. Dependent Variable: Total_Attitude					

Dari pengujian model 2, disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah:

$$\text{Att_Toward_Using} = a + \text{Ease_of_Use} + \text{Usefulness} + e$$

$$\text{Att_Toward_Using} = 1.142 + 0.338\text{Ease_of_Use} + 0.463\text{Usefulness} + e \quad (2)$$

Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Ease of Use, Usefulness memiliki arah koefisien yang bernilai positif terhadap variabel Attitude Toward Use.
- Koefisien Ease of Use memberikan nilai sebesar 0.004 yang berarti bahwa jika Ease of Use semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Attitude Toward Using akan mengalami peningkatan.
- Koefisien Usefulness memberikan nilai sebesar 0.164 yang berarti bahwa jika Usefulness semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Attitude Toward Using akan mengalami peningkatan.

Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (r-square) pada model 2:

Tabel 11 Hasil Uji R Square Model 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.489	.472	1.39128
a. Predictors: (Constant), Total_Usefulness, Total_Ease_of_Use				
b. Dependent Variable: Total_Attitude				

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.699. Dari hasil tersebut diketahui bahwa kontribusi dari variabel Ease of Use dan Usefulness terhadap

variabel Attitude Toward Using, adalah sebesar 69.9%. Sisa dari persentase adalah variabel lain yang tidak di aplikasikan di penelitian ini.

Persamaan Regresi Model 3

Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 3

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	2.181	1.471	1.483	.143
	Total_Usefulness	.281	.109	.273	.012
	Total_Attitude	.538	.100	.571	.000

a. Dependent Variable: Total_Behavioral

Dari pengujian model 3, disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah:

$$\text{Behavioral} = a + \text{Usefulness} + \text{Att_Toward_Use} + e$$

$$\text{Behavioral} = 2.181 + 0.281\text{Usefulness} + 0.538\text{Att_Toward_Use} + e \quad (3)$$

Dari Persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Usefulness dan Attitude Toward Use memiliki arah koefisien yang bernilai positif terhadap variabel Behavioral Intention to Use.
- Koefisien Usefulness memberikan nilai sebesar 0.281 yang berarti bahwa jika Usefulness semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Behavioral Intention to Use akan mengalami peningkatan.
- Koefisien Attitude Toward Use memberikan nilai sebesar 0.538 yang berarti bahwa jika Attitude Toward Use semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Behavioral Intention to Use akan mengalami peningkatan.

Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (r-square) pada model 3:

Tabel 13 Hasil Uji R Square Model 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.600	.587	1.14965

a. Predictors: (Constant), Total_Attitude, Total_Usefulness

b. Dependent Variable: Total_Behavioral

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.775. Dari hasil tersebut diketahui bahwa kontribusi dari variabel Usefulness dan Attitude Toward Use dan Behavioral Intention to Use terhadap variabel Manfaat Bersih adalah sebesar 77.5%. Sisa dari persentase adalah variabel lain yang tidak di aplikasikan di penelitian ini.

Persamaan Regresi Model 4

Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 4

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.767	1.362		1.298
	Total Behavioral	.618	.087	.670	.000

a. Dependent Variable: Total_Actual

Dari pengujian model 4, disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah:

$$\text{Act_Use} = a + \text{Behavioral} + e$$

$$\text{Act_Use} = 1.767 + 0.618 \text{ Behavioral} + e \quad (3)$$

Dari Persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Behavioral Intention to Use memiliki arah koefisien yang bernilai positif terhadap variabel Actual Use.
- Koefisien Behavioral Intention to Use memberikan nilai sebesar 0.281 yang berarti bahwa jika Behavioral Intention to Use semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka Actual Use akan mengalami peningkatan.

Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (r-square) pada model 4:

Tabel 15 Hasil Uji R Square Model 4

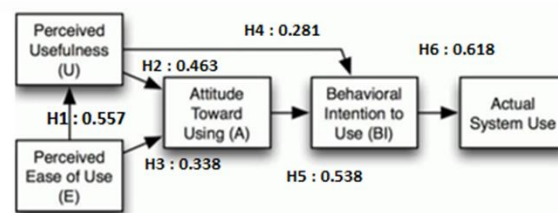
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.440	1.23324

a. Predictors: (Constant), Total_Behavioral

b. Dependent Variable: Total_Actual

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.670. Dari hasil tersebut diketahui bahwa kontribusi dari variabel Behavioral Intention to Use terhadap variabel Actual Use adalah sebesar 67.5%. Sisa dari persentase adalah variabel lain yang tidak di aplikasikan di penelitian ini.

Dari keempat model regresi yang dilakukan analisa, dapat disimpulkan hasil regresi dengan model berikut:



Gambar 18 Model Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan secara p-value approach dan critical value approach.

P-value approach dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara sigma dan α . Pembuktian dilakukan jika sigma lebih besar sama dengan α , maka hipotesis akan dibuktikan benar. P-value approach berfungsi untuk mengetahui dan membuktikan apakah independent variable memiliki influence dengan dependent variable.

Critical value approach dilakukan dengan membandingkan nilai t-Hitung dengan t - Tabel. Pengambilan nilai t-Tabel dilakukan dengan melihat nilai degree of freedom (df) yaitu dengan menggunakan rumus:

$$df = n - (k+1)$$

Dimana:

df = degree of freedom

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Berikut adalah hasil dari perhitungan degree of freedom dari ketiga model:

$$df_1 = 64 - (1+1)$$

$$df_1 = 62$$

$$\alpha/2 = 0.05 / 2 = 0.025$$

Dengan hasil degree of freedom sebesar 62, Maka nilai t-Tabel model 1 adalah 1.999

$$df_2 = 64 - (2+1)$$

$$df_2 = 61$$

$$\alpha/2 = 0.05 / 2 = 0.025$$

Dengan hasil degree of freedom sebesar 61, Maka nilai t-Tabel model 2 adalah 2.000

$$df_3 = 64 - (2+1)$$

$$df_3 = 61$$

$$\alpha/2 = 0.05 / 2 = 0.025$$

Dengan hasil degree of freedom sebesar 61, Maka nilai t-Tabel model 3 adalah 2.000

$$df_4 = 64 - (1+1)$$

$$df_4 = 62$$

$$\alpha/2 = 0.05 / 2 = 0.025$$

Dengan hasil degree of freedom sebesar 62, Maka nilai t-Tabel model 1 adalah 1.999

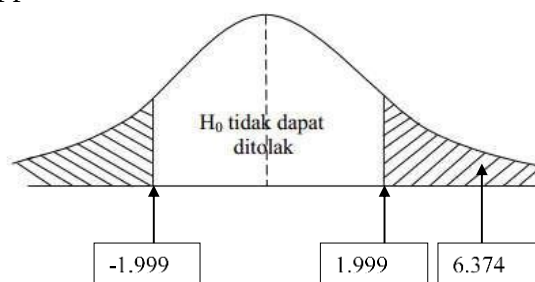
Setelah hasil degree of freedom dari seluruh model telah diketahui, maka akan dilakukan uji hipotesis. Berikut adalah hasil dari uji hipotesis penelitian:

Hipotesis 1: Ease of Use Berpengaruh Positif Terhadap Usefulness

1. P-Value Approach

Diketahui nilai p-value (sig) lebih kecil dari alpha yaitu $0.000 \leq 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Ease of Use terhadap Usefulness.

2. Critical Value Approach



Gambar 19 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 1

Nilai t hitung untuk variabel Ease of Use lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $6.374 > 1.999$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ease of Use berpengaruh positif terhadap Usefulness.

Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 1 Diterima.

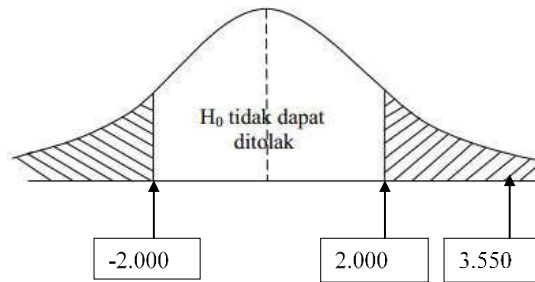
Hipotesis 2: Usefulness Berpengaruh Positif Terhadap Attitude Toward Using

1. P-Value Approach

Diketahui nilai p-value (sig) lebih kecil dari alpha yaitu $0.01 \leq 0.05$, sehingga dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Usefulness terhadap Attitude Toward Using.

2. Critical Value Approach



Gambar 20 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 2

Nilai t hitung untuk variabel Usefulness lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $3.550 > 2.000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Usefulness berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using.

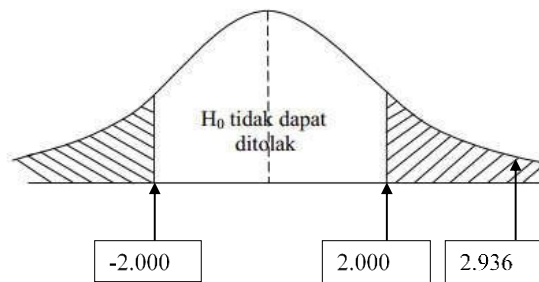
Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 2 Diterima.

Hipotesis 3: Ease of Use Berpengaruh Positif Terhadap Attitude Toward Using

1. P-Value Approach

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui nilai p-value (sig) sama dengan alpha yaitu $0.05 \leq 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Ease of Use terhadap Attitude Toward Using.

2. Critical Value Approach



Gambar 21 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 3

Nilai t hitung untuk variabel Ease of Use lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $2.936 > 2.000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ease of Use berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using.

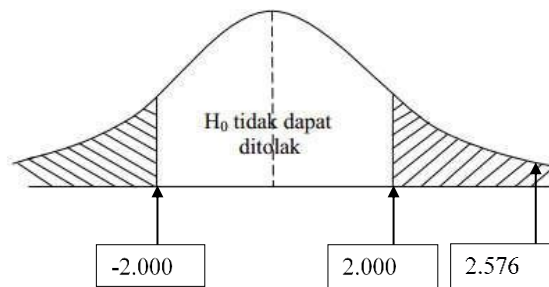
Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 3 Diterima.

Hipotesis 4: Usefulness Berpengaruh Positif Terhadap Behavioral Intention to Use

1. P-Value Approach

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui nilai p-value (sig) lebih kecil dari alpha yaitu $0.012 \leq 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use.

2. Critical Value Approach



Gambar 22 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 4

Nilai t hitung untuk variabel Usefulness lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $2.576 > 2.000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use.

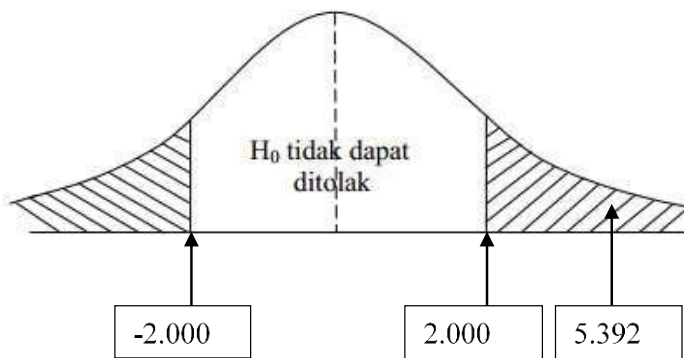
Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 4 Diterima.

Hipotesis 5: Attitude Toward Using Berpengaruh Positif Terhadap Behavioral Intention to Use

1. P-Value Approach

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui nilai p -value (sig) lebih kecil dari α yaitu $0.000 \leq 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Attitude Toward Using terhadap Behavioral Intention to Use.

2. Critical Value Approach



Gambar 23 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 5

Nilai t hitung untuk variabel Attitude Toward Using lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $5.392 > 2.000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Attitude Toward Using berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use.

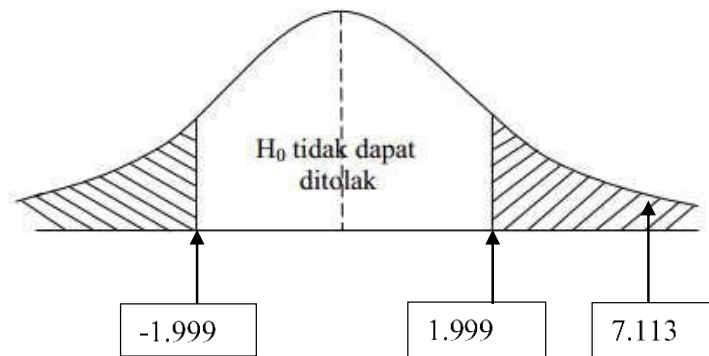
Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 5 Diterima.

Hipotesis 6: Behavioral Intention to Use Berpengaruh Positif Terhadap Actual Use

1. P-Value Approach

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui nilai p -value (sig) lebih kecil dari α yaitu $0.000 \leq 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Behavioral Intention to Use terhadap Actual Use.

2. Critical Value Approach



Gambar 24 Kurva Uji T (Critical Value) Hipotesis 6

Nilai t hitung untuk variabel Behavioral Intention to Use lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $7.113 > 1.999$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Behavioral Intention to Use berpengaruh positif terhadap Actual Use.

Dari hasil uji P-Value Approach dan Critical Value Approach disimpulkan bahwa Hipotesis 6 Diterima.

Dari hasil uji Hipotesis di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 16 Hasil Uji Hipotesis Evaluasi Aplikasi

No	Hipotesis	Hasil Uji
1	Hipotesis 1	Diterima
2	Hipotesis 2	Diterima
3	Hipotesis 3	Diterima
4	Hipotesis 4	Diterima
5	Hipotesis 5	Diterima
6	Hipotesis 6	Diterima

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Semua hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang positif antar variable.

Berdasarkan hasil penelitian dan juga rangkuman kesimpulan, berikut adalah saran yang dapat diajukan kepada tim pengembang dan analisa bisnis dari aplikasi dan pihak perusahaan untuk melakukan peningkatan dari aplikasi di masa yang akan datang:

1. Tim pengembang hendaknya meningkatkan Ease of Use untuk meningkatkan Usefulness dan Attitude Toward Using. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan tampilan yang ramah pengguna dan mudah untuk digunakan.
2. Perusahaan disarankan untuk memberikan Usefulness yang baik terhadap pengguna aplikasi untuk meningkatkan Behavioral Intention to Use serta Attitude Toward Using dari aplikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan menambahkan berbagai fitur yang dapat berguna nantinya untuk pengguna.
3. Perusahaan disarankan agar meningkatkan Attitude Toward Using dari aplikasi untuk meningkatkan Behavioral Intention to Use. Attitude Toward Using dapat meningkat ketika Usefulness dan Ease of Use dari aplikasi meningkat.
4. Perusahaan disarankan agar meningkatkan Behavioral Intention to Use untuk meningkatkan Actual Use. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan Attitude Toward Using pada aplikasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan sistem, hasil observasi, dan pengujian TAM terhadap user pemakai aplikasi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penjualan produk dapat dilakukan dengan online dan tidak perlu menggunakan

metode konvensional.

2. Konsumen menjadi paham dan mengerti setiap deskripsi produk yang ingin di beli.
3. Produk dan perusahaan menjadi lebih dikenal oleh umum karena memiliki situs penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Z. A. (2012). *Perencanaan Pembelajaran (Dari Desain Sampai Implementasi)*. Yogyakarta: Pedagogia.
- Altarteer, S., & Charissis, V. (2019). Technology Acceptance Model for 3D Virtual Reality System in Luxury Brands Online Stores. *IEEE Access*, 53-62.
- Dewi, R. S., illahi, S. F., Aryani, F., Pratiwi, E., & Agustini, T. T. (2019). PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI OBAT TRADISIONAL DI KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU. *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia*, 5.
- Djahir, Y. D. (2015). *Bahan Ajar Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fauzi, R. A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi (Berbasis Akuntansi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hidayati, N. (2019). Penggunaan Metode Waterfall Dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan. *Generation Journal*, 33-49.
- Hidayatullah, & Kawistara. (2017). *Pemrograman Web*. Bandung: Informatika.
- Idam, F., Junaidi, A., & Handayani, P. (2019). Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Profile Matching Pada PT. Surindo Murni Agung. *Jurnal Infortech*, 21-22.
- Indrajani. (2018). *Database Design (Case Study All in One)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kadir, A. (2014). *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Krismiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Kristanto, A. (2018). *Perancangan Sitem Informasi Dan Aplikasinya Vol.1, Ed. Revisi*. Yogyakarta.
- Muharto, &. A. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba empat.
- Mundzir, M. (2014). *PHP Tutorial Book for Beginner*. Yogyakarta: Notebook.
- Puspitawati dan Sri Dewi, A. (2014). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmadi, M. L. (2013). *Tips Membuat Website tanpa Coding & Langsung*. Yogyakarta: Andi.
- Rosa, & Shalahuddin, M. (2013). *Rekayasa Piranti Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Sidik, B. (2014). *Pemrograman Web dengan PHP*. Solo: Santika Kencana.
- Sommerville, I. (2016). *Software Engineering (10th Edition)*. USA: Pearson Education.
- Suleman, D. (2019). DECISION MODEL BASED ON TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) FOR ONLINE SHOP CONSUMERS IN INDONESIA. *Academy of Marketing Studies Journal*, 1-11.
- Yuhefizar. (2012). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan CMS Joomla Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.