

DETERMINAN *PERCEIVED EASE OF USE* DAN PENGARUHNYA TERHADAP *INTENTION TO USE* PENGGUNA TEKNOLOGI INFORMASI BERBASIS WEBSITE PADA UMKM INDUSTRI KREATIF SUB SEKTOR FASHION DI MALANG

Satria Utama; Dr. Drs. Imam Suyadi, M.Si; Mukhamad Kholid Mawardi, M.AB., Ph.D.

Program Magister Administrasi Bisnis
Fakultas Administrasi Bisnis, Univesitas Brawijaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesiapan UMKM Industri kreatif bidang *fashion* di Malang pada penggunaan Teknologi Informasi berbasis *website*. Model yang diajukan dalam penelien ini merupakan gabungan dari *technology readiness* (TR) dan *technology acceptance model* (TAM) serta menambahkan *perceived enjoyment* yang disusun menjadi satu model yang diuji dengan menggunakan dasar teori pada penelitian terdahulu. Berdasarkan variabel yang diangkat pada penelitian ini dan model hipotesis yang disusun, penelitian ini termasuk *explanatory research* (penelitian eksplanatori). Dengan menggunakan sample dari 30 distro/*clothing* yang ada di kota Malang dan Analisis data penelitian menggunakan GSCA. Hasil analisis menunjukkan variabel *discomfot* dan *insecurity* memiliki hasil negatif terhadap *perceived ease of use*.

Kata kunci: UMKM, *Technology Readiness* (TRI), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Enjoyment*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini memungkinkan promosi produk dilakukan lebih mudah melalui viral. Hal ini menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan promosi barang/jasa yang dihasilkan oleh UMKM. TIK merupakan salah satu mediyang dapat digunakan untuk membangun jejaring bisnis, memperluas skala bisnis, meningkatkan efisiensi produksi, mengarahkan perusahaan ke sistem bisnis yang lebih luas dan menjadi alat pendukung dalam mengembangkan keunggulan bersaing perusahaan, namun disisi lain tingkat adopsi TI oleh UMKM masih relatif rendah karena selain faktor keterbatasan modal, serta sumberdaya yang dimiliki UMKM yang belum siap mengadopsinya. padahal pada jaman teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang transaksi bisnis melauai internet turut meningkat senada dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang dalam menawarkan kemudahan, kenyamanan serta keamanan dalam berkomunikasi dan bertransaksi Thong (1999). Masalah kesiapan

mengadopsi TI ini diduga merupakan salah satu penyebab rendahnya tingkat adopsi tersebut oleh UMKM sehingga menyebabkan rendahnya daya saing di pasar global.

Kurangnya pemahaman akan kegunaan dan kemudahan TI serta kesiapan dalam mengadopsinya diduga merupakan penyebab kurangnya tingkat adopsi tersebut oleh UMKM sehingga berimbas pada penurunan daya saingnya di pasar global. Manfaat dari penggunaan TI ini telah banyak diketahui oleh para pelaku UMKM, akan tetapi manfaat dari penggunaannya tidak serta mendorong para pelaku usaha ini untuk menggunakan pada bisnisnya, dan tidak sedikit pelaku UMKM yang gagal dalam menerapkan penggunaan TI pada bisnisnya. Hal ini diakibatkan oleh penerapan yang tanpa arah sehingga tidak menghasilkan perubahan apapun pada bisnisnya, karena ketebatasan sumberdaya yang dimiliki oleh UMKM, sehingga adopsi TI berbeda dengan industri besar (Fink 1998; Thong 1999; Welsh *and* White 1981). Oleh sebab itu UMKM harus berhati-hati dalam memutuskan investasi TI.

Daya saing UMKM sebenarnya dapat diwujudkan salah satunya dengan cara penggunaan TI untuk meningkatkan daya saing transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi (Rahmana, 2009), untuk memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *market share*. Manfaat dari penggunaan TI ini telah banyak diketahui oleh para pelaku UMKM, akan tetapi manfaat dari penggunaannya tidak serta mendorong para pelaku usaha ini untuk menggunakan pada bisnisnya. Oleh karena itu, mengetahui kesiapan pengguna untuk mengadopsi teknologi baru ini penting untuk mengurangi resiko dalam proses adopsi teknologi. Fakta yang dikemukakan oleh beberapa peneliti bahwa Adopsi TI di UMKM masih sangat rendah dari yang diharapkan (Pavic, *et al.*, 2007; Yu, 2006). Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Lefebvre, *et al.*, (1999) menyebutkan salah satu faktor yang menentukan adopsi teknologi baru oleh UMKM adanya pengaruh pihak internal dan eksternal dalam proses pengambilan keputusan adopsi, sehingga penelitian ini akan dilakukan untuk mendalami pengaruh keputusan adopsi tersebut. Untuk itu penelitian lebih lanjut dilakukan guna mengkaji penyebab adopsi TI oleh UMKM yang masih rendah dengan menggunakan *Optimism* (optimisme), *Innovativeness* (inovasi), *Discomfort* (ketidaknyamanan), *Insecurity* (ketidakamanan), serta *Perceived Enjoyment* (persepsi kenyamanan) yang dijadikan sebagai faktor yang menentukan kesiapan adopsi TI oleh UMKM. Penekanan penelitian ini diletakkan pada *perceive ease of use* (kemudahan penggunaan) TI yang akan menjadi isu menarik mengenai sejauh mana persepsi *user* mengenai TI dikatakan mudah digunakan itu berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan *intention to use* (keinginan menggunakan) pada suatu teknologi melalui lima faktor yang dapat mempengaruhinya. Kehadiran TI sebenarnya memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya, namun *Intention to use* (keinginan menggunakan) TI tidak dapat secara tiba-tiba muncul dalam benak para

pengguna. Keinginan menggunakan TI ini mendorong para peneliti untuk melakukan pengujian niat seseorang dalam menggunakan TI.

Davis (1989) menguji mengenai penerimaan teknologi tersebut dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan mengembangkan dari *Model Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Ajzen (1980) sebagai *grand model* dari pengembangan *TAM*. Pada model *TRA* yang dikembangkan oleh Ajzen (1980) berasumsi bahwa perilaku manusia didorong oleh niat, sikap dan kepercayaan yang dipengaruhi oleh norma subjektif untuk melakukan sesuatu secara sadar, akan tetapi Davis, *et al.*, (1989) dalam *TAM* berteori bahwa penggunaan sistem yang sebenarnya pada individu ditentukan oleh *behavioral intention* (niat perilaku), yang mana dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dari hasil pengembangan tersebut Davis (1989) berpendapat bahwa dampak dari variabel eksternal lain pada niat perilaku sepenuhnya dimediasi oleh dua keyakinan, *usefulness* (kegunaan) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan).

Selama ini fokus *TAM* dalam penyelesaian tugas hanya pada pertanyaan tentang efektifitas dan utilitas dari sebuah sistem (Jogiyanto, 2007). Pengembangan pada *TAM* dilakukan dengan berbagai cara seperti menambah, mengurangi dan mengganti dengan variabel lain ataupun mengkombinasikan *TAM* dengan model teori lain, hal ini telah memberi variasi pada model penerimaan teknologi (*TAM*). Sehingga pada penelitian Kim, Chan and Gupta (2007) *TAM* dikembangkan dengan memasukkan variabel lain berupa *perceived enjoyment* (persepsi kenyamanan) yang menentukan penerimaan sebuah teknologi. Pada penelitian Shin and Lee (2014) pengembangan *TAM* dilakukan dengan mengkombinasikan *TR* dan memasukan variabel *optimism* (optimisme), *innovativeness* (inovasi), *discomfort* (ketidaknyamanan) dan *insecurity* (ketidakamanan) serta *Technology Characteristic* yang terdiri dari variabel *responsiveness* (tanggapan) dan *smartness* (kecerdasan) hasilnya ternyata lebih baik dalam mengukur penerimaan layanan elektronik.

Theoretical Review

Theory Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986) yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Ajzen and Fishbein (1980). *TAM* menambahkan dua konstruk dari model *TRA* dua

konstruk tersebut adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Argumentasi TAM bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Kedua konstruk tersebut akan mempengaruhi *attitude* (sikap) terhadap perilaku yang kemudian membentuk *behavioral intention* (niat berperilaku) yang merupakan dasar dari *behavioral* (perilaku) yang dilakukan oleh individu.

Technology Readiness (TR)

TR digunakan dalam melihat kecenderungan masyarakat untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru di rumah ataupun di tempat kerja. *optimism* dan *innovativeness* merupakan *contributors* yang dapat meningkatkan kesiapan pada penggunaan teknologi. *Optimism* (optimisme) didefinisikan sebagai suatu pandangan positif terhadap teknologi dan persepsi positif pada kemanfaatan dari penggunaan teknologi guna meningkatkan efisiensi kerja serta dapat meningkatkan kinerja *user* (pengguna) baik di tempat kerja maupun di rumah. *Innovativeness* (keinovasian) mengacu pada sejauh mana seseorang senang berkesperimen dengan teknologi dan menjadi pelopor atau yang terdepan dalam usaha produk/jasa berbasis teknologi baru. Sementara pada *discomfort* dan *insecurity* adalah *inhibitors* yang dapat menekan kesiapan terhadap penerimaan teknologi *Discomfort* (ketidaknyamanan), menunjukkan kurangnya penguasaan terhadap penggunaan teknologi dan rasa tidak percaya diri dalam menggunakan teknologi baru. *Insecurity* (ketidakamanan) merupakan ketidakpercayaan transaksi berbasis teknologi serta keraguan terhadap kemampuan dan keamanan dari suatu teknologi (Parasuraman and Colby, 2001).

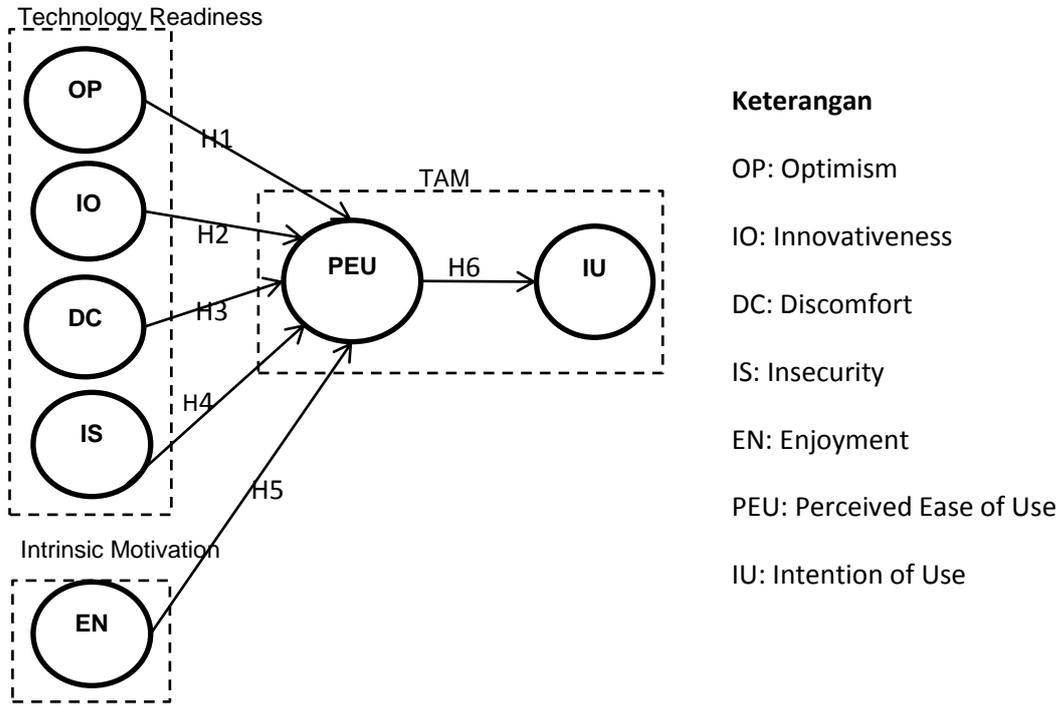
Model Konseptual

Konsepsi dalam penelitian ini adalah hasil kombinasi dari TAM dan TR atau dalam beberapa penelitian disebut dengan TRAM, yang dimana variabel TR diletakkan sebagai faktor yang mempengaruhi serta menambahkan variabel *perceived enjoyment* dan kemudian disederhanakan dengan penekanan pada aspek *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dalam konteks TAM. *Perceived ease of use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari segala usaha. *Perceived ease of use* membangun keterkaitan penilaian individu dari usaha yang terlibat dalam proses menggunakan sistem (Davis, 1989). *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) kemudian dikaitkan dengan *Intention* (niat) dalam TAM yang bertujuan untuk memprediksi perilaku penggunaan.

TR memiliki empat sub-dimensi: *optimism*, *innovativeness*, *discomfort*, dan *insecurity* (Parasuraman dan Colby, 2000). Secara umum, optimisme dan inovasi adalah *contributors* atau penggerak positif yang dapat meningkatkan kesiapan

terhadap penggunaan teknologi, sementara ketidaknyamanan dan ketidakamanan adalah *inhibitors* yang dapat menekan kesiapan terhadap teknologi dan merupakan faktor menghambat penerimaan teknologi baru.

Perceived enjoyment diadaptasi dari Davis, *et al.*, (1992) menjabarkan sejauh mana aktivitas menggunakan sistem tertentu yang dianggap menyenangkan dalam benak pribadi, sehingga membentuk model sebagai berikut:



Gambar Model penelitian

Hipotesis

Optimism kecenderungan individu untuk melihat keuntungan atau sisi positif dari sebuah situasi dan kondisi yang membantu membawa keluar sikap yang lebih positif terhadap komputer. Pada Walchuzh, *et al.*, (2007) optimisme karyawan secara signifikan memiliki pengaruh positif pada *perceived ease of use* teknologi informasi.

H1. Optimism berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use*

Diketahui bahwa pelanggan berpikir optimis dan inovatif tentang teknologi baru memiliki kecenderungan untuk mengekspresikan sikap positif terhadap teknologi baru. Lam, Chiang and Parasuraman (2008) menemukan bahwa ada hubungan positif antara inovasi konsumen dan sikap masyarakat terhadap menggunakan layanan internet. Walchuzh, *et al.*, (2007) menyatakan bahwa *Innovativeness* seseorang secara signifikan memiliki pengaruh positif pada persepsi *Ease of Use*. Penelitian ini berargumen bahwa manajer atau karyawan UMKM industri kreatif yang memiliki karakteristik inovatif akan mempersepsikan dalam menggunakan TI mudah, sehingga hipotesis yang didapat.

H2. *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use*

Seorang pengguna yang merasa tidak nyaman/*discomfort* dalam menggunakan teknologi akan berpikir lebih kompleks saat menggunakan teknologi. Lam, *et al.*, (2008) menemukan *discomfort* memiliki efek negatif pada rentang waktu yang dibutuhkan bagi seorang konsumen untuk menerima internet dan kemudahan dari penggunaan internet. Godoe and Johansen (2012) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara *discomfort* dan *perceived ease of use*.

H3. *Discomfort* memiliki pengaruh negative terhadap *perceived ease of use*

Masalah keamanan sangat penting untuk konsumen yang ingin menggunakan teknologi baru, terutama pada transaksi keuangan. *Insecurity* suatu pengguna umumnya muncul karena alasan akan keaman dan privasinya, hal ini akan memunculkan sikap tertutup individu terhadap sebuah teknologi baru dan menurunkan *perceived ease of use* dalam menggunakan teknologi. Studi empiris yang dilakukan Walchuzh, *et al.*, (2007) menemukan adanya pengaruh negatif *insecurity* kepada *perceived ease of use*.

H4. *Insecurity* berpengaruh negatif terhadap *perceived ease of use*

Enjoyment didefinisikan sebagai sejauh mana aktivitas menggunakan sistem atau teknologi tertentu yang dianggap menyenangkan pada benak penggunanya, dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tentu akan dipengaruhi oleh sistem yang dirasakan kenikmatannya saat digunakan (Venkatesh, 2000;. Venkatesh, *et al.*, 2002). Kemudian, Venkatesh (2000) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dipengaruhi oleh sejauh mana orang mempersepsikan menggunakan sistem untuk menjadi sesuatu kegiatan yang menyenangkan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa *perceived enjoyment* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived ease of use* pengguna. Menghasilkan hipotesis:

H5. *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Perceived ease of use*

Dalam TAM, niat perilaku untuk menggunakan sistem ditentukan oleh sikap adopsi pengguna, yang terdiri dari *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness*. *Perceived ease of use* juga diasumsikan mempengaruhi *Perceived usefulness*, yang didasarkan pada gagasan bahwa meningkatkan kemudahan penggunaan dapat berkontribusi untuk meningkatkan kegunaan (Davis, *et al.*, 1989). Individu akan memiliki *intention to use* TI ketika menilai bahwa TI tersebut mudah digunakan.

H6. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Dari variabel

digunakan pada penelitian ini dan model hipotesis yang diangkat, penelitian ini termasuk *explanatory research* (penelitian eksplanatori). Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah populasi dan telah diketahui yaitu sejumlah 30 usaha *distro/cloting* dengan lokasi penelitian di kota Malang serta obyek penelitian yang dituju adalah distro dan *cloting* yang belum memiliki website ataupun telah menggunakannya. Pengujian instrumen (validitas konstruk dan reabilitas) dan pengujian hipotesis terhadap data yang telah diperoleh melalui kuisisioner menggunakan GSCA.

Hasil

Hasil Uji Goodness of Fit Model

Model struktural dalam penelitian ini didapat dari hasil olah data dengan *software* GeSCA. Pada *Goodness of Fit Model* berguna untuk mengetahui apakah model struktural baik atau tidak yaitu dengan melihat nilai dari FIT dan AFIT sebagaimana ditunjukkan pada Tabel ini menampilkan identifikasi *Goodness of Fit*.

Tabel Goodness of Fit Model

Model Fit	
FIT	0.735
AFIT	0.634
GFI	0.571
SRMR	0.621

FIT berfungsi untuk menunjukkan varian total dari seluruh variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Standarisasi nilai FIT berkisar dari nilai 0 hingga nilai 1. Berdasarkan Tabel diatas maka model yang terbentuk mampu menjelaskan seluruh variabel dengan nilai sebesar 0,735 (73,5%) dan sisanya sebesar 26,5% dijelaskan oleh variabel lain.

AFIT (*Adjusted Fit*) hampir serupa dengan *R squared adjusted* jika dilakukan pada analisis regresi. AFIT berfungsi untuk menunjukkan adanya perbandingan model. Model yang memiliki AFIT terbesar merupakan model yang dapat dipilih antara model yang lebih baik. Berdasarkan Tabel diatas AFIT pada model penelitian ini diketahui sebesar 0,634 artinya keragaman yang dapat dijelaskan oleh model sebesar 63,4%. Artinya nilai AFIT yang didapat oleh model yang terbentuk sudah baik.

Berdasarkan hasil pengujian kelayakan model secara keseluruhan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan GFI dan SRMR, di mana nilai GFI yang didapat adalah 0,571 dan nilai SRMR sebesar 0,621. Nilai GFI yang lebih dari 0,900 menunjukkan bahwa model yang digunakan adalah *good fit*, dan nilai SRMR yang berkisar antara 0,05 - 0,08 menunjukkan bahwa model yang digunakan adalah *good fit* (model sesuai).

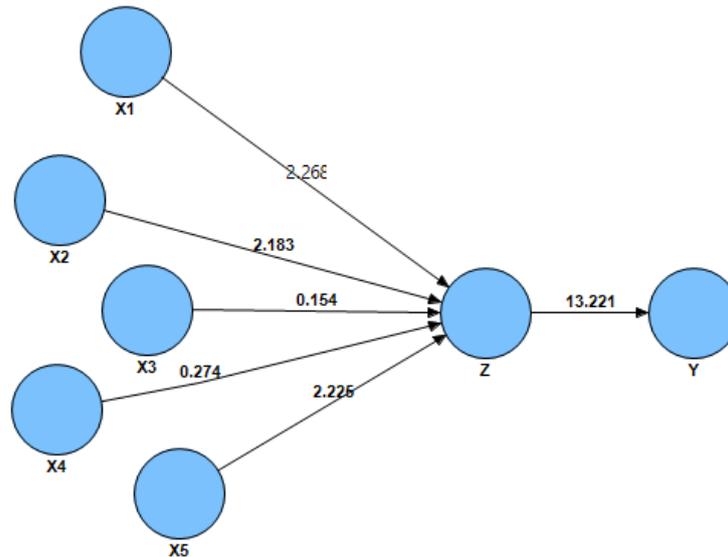
Berdasarkan data empiris dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis. Rekapitulasi hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel dibawah sebagai berikut :

Tabel Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	Estimate	SE	CR	Keputusan pada H0	Keterangan
H1	<i>Optimism</i> → <i>PEoU</i>	0.2046	0.0902	2.268*	Ditolak	Signifikan
H2	<i>Innovativeness</i> → <i>PEoU</i>	0.3603	0.165	2.1834*	Ditolak	Signifikan
H3	<i>Discomfort</i> → <i>PEoU</i>	0.0315	0.2051	0.1535	Diterima	Tidak Signifikan
H4	<i>Insecurity</i> → <i>PEoU</i>	0.0292	0.1064	0.2741	Diterima	Tidak Signifikan
H5	<i>Enjoyment</i> → <i>PEoU</i>	0.3978	0.1788	2.2252*	Ditolak	Signifikan
H6	<i>PEoU</i> → <i>Intention to Use</i>	0.8208	0.0621	13.2209*	Ditolak	Signifikan

CR* = significant at .05 level

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui total keseluruhan hipotesis ada 6 jalur yang terdiri dari 4 jalur signifikan dan 2 jalur berpengaruh tidak signifikan. Hasil model hipotesis dalam gambar ditampilkan sebagai berikut:



Hasil Pengujian Model Hipotesis

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah sampel yang hanya 30 UMKM, Sampel yang diambil kurang variatif karena hanya terdiri dari satu sektor UMKM. Penelitian ini tidak memperhatikan ataupun membedakan ukuran serta kompleksitas usaha yang dijalani responden. Pada penelitian selanjutnya dapat membandingkan dengan sektor UMKM lainnya dan memperhatikan tekanan kompetitor dalam pengambilan keputusan bisnis.

Kesimpulan

Sikap optimis yang dimiliki seorang akan membuat persepsi mengenai teknologi menjadi hal yang mudah digunakan karena kurangnya kekhawatiran yang timbul pada kemungkinan hasil yang negatif. Karakter inovatif pada pengelola atau pemilik distro tinggi maka akan meningkatkan *perceived ease of use* (persepsi mudah) dalam menggunakan teknologi website dan akan menaikkan potensi pada pengadopsiannya. Penelitian ini menggambarkan bahwa pada pengelola atau pemilik distro yang merasa tidak nyaman saat menggunakan teknologi maka akan menimbulkan persepsi sulit dalam menggunakannya. *Insecurity* (Perasaan tidak aman) pada pengguna umumnya muncul karena alasan akan keamanan dan privasinya, hal ini akan memunculkan sikap tertutup individu terhadap sebuah teknologi baru dan menurunkan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan variabel *enjoyment* memiliki pengaruh yang signifikan menjadi determinan *perceived ease of use*. Pada penelitian ini didapati

bahwa pada pengelola atau pemilik distro yang menilai mudah dalam menggunakan teknologi akan berniat untuk mengadopsi teknologi tersebut Berdasarkan penelitian ini menyimpulkan bahwa model TAM pengukuran berfokus pada penerimaan suatu teknologi bagaimana (intention) niat perilaku atau sikap pengguna untuk menggunakannya. Peningkatan adopsi TI oleh UMKM industri kreatif dapat diwujudkan jika para pelaku UMKM ini mempersepsikan adanya kemudahan dalam penggunaan teknologi. Sehingga pada model TR hasil dari penelitian ini mengacu pada kecenderungan pengguna dalam menggunakan teknologi baru untuk mencapai suatu tujuannya sedangkan model TAM pengukuran diutamakan pada niat perilaku serta sikap pengguna untuk menggunakan teknologi, sehingga model-model ini tidak dapat dikomparasikan atau diperbandingkan secara langsung akan tetapi model tersebut dapat saling melengkapi.

Appendix

Appendix A. Variabel dan Item

Variabel	Item	Sumber
Optimism	Kontribusi Teknologi pada kebutuhan kerja Kenyamanan pemanfaatan teknologi terbaru produk/jasa Fleksibilitas waktu dalam berbisnis melalui komputer	Lin, Shih and Sher (2007); Walzuch, Lemmink and Streukens (2006); Esen and Erdogmus (2014)
Innovativeness	Teknologi membuat pekerjaan efisien Frekuensi permintaan saran teknologi baru Intensitas mengikuti perkembangan teknologi Ketergantungan pada ahli dalam mengetahui teknologi baru	Lin, Shih and Sher (2007); Walzuch, Lemmink and Streukens (2006); Esen and Erdogmus (2014)
Discomfort	Rancangan website tidak untuk orang umum Tingkat kejelasan panduan penggunaan teknologi Dukungan teknis penyedia teknologi tersebut	Lin, Shih and Sher (2007); Walzuch, Lemmink and Streukens (2006); Esen and Erdogmus (2014)
Insecurity	Kerentan keamanan privasi data Tingkat keamanan transaksi bisnis online Tingkat kepercayaan data pribadi Tingkat otentikasi transaksi bisnis elektronik Tingkat interaksi bisnis.	Lin, Shih and Sher (2007); Walzuch, Lemmink and Streukens (2006); Esen and Erdogmus (2014)
Perceived enjoyment	Tingkat kesenangan menggunakan website Tingkat kepuasan menggunakan website Tingkat keingintahuan lebih lanjut teknologi website	Fagan, Neill and Wooldridge (2008); Khalid (2014); Kim, Chan and Gupta (2005); Teo and Noyes (2001)
Perceived ease of use	Tingkat kemudahan mempelajari pengoprasikan website Tingkat pemahaman penggunaan website Tingkat kesulitan menggunakan web	Esen and Erdogmus (2014); Walzuch, Lemmink and Streukens (2006); Lin, Shih and Sher (2007); Fagan, Neill and Wooldridge (2008); Teo and Noyes (2001)
Intention to use	Tingkat keseriusan menggunakan website	Esen and Erdogmus (2014); Lin, Shih and Sher (2007); Teo and Noyes (2001)

Model Fit	
FIT	0.735
AFIT	0.634
GFI	0.571
SRMR	0.621
NPAR	54

Variable	Loading			Weight			SMC		
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR
Optimism	AVE = 0.8065 , Alpha = 0.9196								
x1.1	0.8758	0.0517	16.9484	0.274432	0.021362	12.84699	0.275	0.021	12.874
x1.2	0.9167	0.0348	26.3488	0.289115	0.026603	10.86761	0.293	0.027	11.010
x1.3	0.8631	0.0524	16.4736	0.274425	0.021616	12.69557	0.277	0.022	12.806
x1.4	0.9347	0.0259	36.1382	0.275792	0.015512	17.77954	0.276	0.016	17.822
Innovativeness	AVE = 0.7847, Alpha = 0.8612								
x2.1	0.8075	0.0959	8.4202*	0.3331	0.0341	9.7687	0.325	0.034	9.524
x2.2	0.9170	0.0232	39.5923*	0.4046	0.0341	11.8742	0.410	0.034	12.021
x2.3	0.9280	0.0216	42.9932*	0.3880	0.0332	11.6822	0.394	0.033	11.863
Discomfort	AVE = 0.8554, Alpha = 0.9432								
x3.1	0.9634	0.0141	68.3724*	0.2854	0.0143	19.9453	0.286	0.014	20.000
x3.2	0.9436	0.0237	39.8624*	0.2681	0.0097	27.5510	0.267	0.010	27.466
x3.3	0.9038	0.0393	23.0161*	0.2737	0.0157	17.4311	0.274	0.016	17.463
x3.4	0.8866	0.0462	19.1766*	0.2534	0.0125	20.2811	0.253	0.012	20.284
Insecurity	AVE = 0.8114, Alpha = 0.9215								
x4.1	0.8709	0.0487	17.8974*	0.2515	0.0267	9.4006	0.248	0.027	9.285
x4.2	0.9428	0.0245	38.5318*	0.2813	0.0201	13.9672	0.279	0.020	13.858
x4.3	0.9479	0.0194	48.9560*	0.3050	0.0242	12.5805	0.305	0.024	12.592
x4.4	0.8366	0.1124	7.4428*	0.2709	0.0372	7.2741	0.273	0.037	7.341
Enjoyment	AVE = 0.9189, Alpha = 0.9558								
x5.1	0.9466	0.0227	41.7154*	0.3394	0.0118	28.8078	0.339	0.012	28.781
x5.2	0.9770	0.0073	134.5678*	0.3567	0.0101	35.4453	0.358	0.010	35.612
x5.3	0.9519	0.0218	43.5816*	0.3468	0.0109	31.8310	0.347	0.011	31.883
PEoU	AVE = 0.8845, Alpha = 0.9341								
z1.1	0.9675	0.0084	115.3195*	0.3717	0.0313	11.8883	0.375	0.031	11.986
z1.2	0.9693	0.0096	100.9402*	0.3748	0.0302	12.4265	0.377	0.030	12.512

z1.3	0.8821	0.0924	9.5470*	0.3141	0.0311	10.1037	0.309	0.031	9.952
Intention	AVE = 0.8013, Alpha = 0.876								
y1.1	0.9288	0.0392	23.7225*	0.3481	0.0347	10.0307	0.343	0.035	9.897
y1.2	0.8738	0.0617	14.1735*	0.4086	0.0401	10.1792	0.411	0.040	10.235
y1.3	0.8819	0.0600	14.7009*	0.3625	0.0308	11.7501	0.366	0.031	11.874

CR* = significant at .05 level

Structural Model

Path Coefficients			
	Estimate	SE	CR
Optimism->PEoU	0.2046	0.0902	2.268*
Innovativeness->PEoU	0.3603	0.165	2.1834*
Discomfort->PEoU	0.0315	0.2051	0.1535
Insecurity->PEoU	0.0292	0.1064	0.2741
Enjoyment->PEoU	0.3978	0.1788	2.2252*
PEoU->Intention	0.8208	0.0621	13.2209*

CR* = significant at .05 level

R square of Latent Variable	
Optimism	0
Innovativeness	0
Discomfort	0
Insecurity	0
Enjoyment	0
PEoU	0.9649
Intention	0.6737

Means Scores of Latent Variables	
Optimism	5.28
Innovativeness	4.83
Discomfort	4.74
Insecurity	4.86
Enjoyment	5.10
PEoU	4.91
Intention	5.222

Correlations of Latent Variables (SE)							
	Optimism	Innovativeness	Discomfort	Insecurity	Enjoyment	PEoU	Intention
Optimism	1	0.8561	0.8423	0.8172	0.8670	0.7499	0.9083
Innovativeness	0.8561	1	0.8982	0.8421	0.9088	0.7725	0.9498
Discomfort	0.8423	0.8982	1	0.9334	0.9471	0.8097	0.9314

Insecurity	0.8172	0.8421	0.9334	1	0.9119	0.7946	0.8919
Enjoyment	0.8670	0.9088	0.9471	0.9119	1	0.8331	0.9590
PEoU	0.7499	0.7725	0.8097	0.7946	0.8331	1	0.8208
Intention	0.9083	0.9498	0.9314	0.8919	0.9590	0.8208	1

* significant at .05 level