

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umur responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, lama bekerja, umur, pendidikan

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	47	47.0	47.0	47.0
P	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden pelaku UMK di Semarang . pada penelitian ini terdapat 47 responden laki – laki (47%) dan 53 responden perempuan (53%). Sehingga di dalam penelitian ini lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2 Umur

Umur	Jumlah
20 – 30 tahun	21
31 – 40 tahun	33
41– 50 tahun	30
>50 tahun	16

Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden pelaku UMK di Semarang yang mempunyai usia 20 – 30 tahun sebanyak 21 orang, 31 – 40 tahun sebanyak 33 orang, 41 – 50 tahun sebanyak 30 orang dan yang lebih dari 50 tahun sebanyak 16 orang.

Tabel 4.3 Lama Usaha

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Lama Usaha	100	1.0	8.0	3.210	1.7483
Valid (listwise)	N 100				

Kisaran lama usaha pada 100 responden pelaku UMK di Semarang pada penelitian ini yang paling minimum adalah 1 tahun dan yang paling maksimum adalah 8 tahun. Rata – rata dalam lama usaha 100 responden pelaku UMK di Semarang adalah 3,21 tahun.

Tabel 4.4 Pendidikan

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	6	6	6	3.3
S1	21	21	21	26.7
SMA	73	73	73	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tingkat pendidikan dari 100 responden pelaku UKM di Semarang pada penelitian ini yang SMA sebanyak 73 orang (73%), D3 sebanyak 6 orang (6%), S1 sebanyak 21 orang (21%). Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden pelaku UKM di Semarang pada penelitian ini terbanyak berpendidikan SMA.

4.2 Analisis Validitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Cross Loadings

	ATU	AU	CSE_	ITU_	PEOU	PU
atu1	0,924					
atu2	0,838					
atu3	0,750					
atu4	0,783					
au1		0,833				
au2		0,851				
au3		0,842				
cse1			0,862			
cse2			0,643			
cse3			0,815			
cse4			0,886			
itu1				0,821		
itu2				0,607		
itu3				0,808		
itu4				0,904		
itu5				0,839		
peou1					0,854	
peou2					0,928	
peou4					0,894	
peou5					0,768	
pu1						0,828
pu2						0,841
pu3						0,900
pu4						0,778

Menurut murniati (2013) mengatakan bahwa suatu indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Namun untuk loading 0,5 sampai dengan 0,6 masih dapat diterima dengan melihat output korelasi antara indikator dengan konstruknya. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat dilihat bahwa indikator – indikator CSE1, CSE3, CSE4, PU1, PU2, PU3, PU4, PEOU1, PEOU2, PEOU4, PEOU5, ATU1, ATU2, ATU3, ATU4, ATU5, ITU1, ITU3, ITU4, ITU5, AU1, AU2,AU3 memiliki nilai *cross loading* > 0,70 sehingga dinyatakan valid. Untuk indikator CSE2 dan ITU2 masih bisa diterima karena memiliki nilai antara 0,50 – 0,60.

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kehandalan atau ketepatan dari suatu kuisioner yang merupakan indikator dari setiap variabel atau dengan kata lain uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi data atau ketetapan dari keseluruhan kuisioner.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ATU	0,850	0,996	0,895	0,683
AU	0,794	0,794	0,879	0,709
CSE_	0,821	0,862	0,881	0,652
ITU_	0,858	0,881	0,899	0,643
PEOU	0,884	0,900	0,921	0,745
PU	0,857	0,868	0,904	0,702

Menurut muniarti (2013) sebuah variabel dianggap reliable jika memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0,70.

Variabel CSE mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,813 dan *composite reliability* 0,821. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

Variabel PEOU mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,884 dan *composite reliability* 0,921. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

Variabel PU mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,857 dan *composite reliability* 0,904. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

Variabel ATU mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,850 dan *composite reliability* 0,895. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

Variabel ITU mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,858 dan *composite reliability* 0,899. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

Variabel AU mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,794 dan *composite reliability* 0,879. Dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,70.

4.4 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui nilai – nilai jawaban responden terhadap indikator – indikator yang terdapat dalam variabel penelitian. Statistik deskriptif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, rendah, sedang dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$RS = \frac{5-1}{3}$$

$$RS = 1,33$$

Rentang Skala	Kategori
1,00 - 2,33	Rendah
2,34 - 3,66	Sedang
3,67 - 5,00	Tinggi

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif *Computer Self Efficacy* (CSE)

Indikator	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata - rata Empiris	Range kategori			Keterangan
				Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>M-commerce</i> akan digunakan apabila mempunyai prosedur pemakaian sebagai refrensi (CSE1)	1 – 5	1 – 5	3,17	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Sedang
<i>M-commerce</i> akan digunakan jika sudah melihat orang lain menggunakan sebelumnya. (CSE2)	1 – 5	1 – 5	3,21	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Sedang
Aplikasi <i>m-commerce</i> akan digunakan jika bisa meminta tolong seseorang apabila merasa kesulitan (CSE3)	1 – 5	1 – 5	2,92	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Sedang
<i>M-commerce</i> akan digunakan apabila bisa mengoperasikan mobile/gadget/smartphone (CSE4)	1 – 5	1 – 5	2,93	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Sedang
Rata – rata			3,05				Sedang

Rata – rata skor jawaban responden dari CSE1 adalah sebesar 3,17 sehingga termasuk dalam kategori sedang, artinya pelaku UMK akan menggunakan *m-commerce* apabila mempunyai prosedur pemakaian sebagai refrensinya. Rata – rata skor jawaban responden dari CSE2 adalah sebesar 3,21 sehingga termasuk kategori sedang , artinya sesorang akan menggunakan *m-commerce* jika telah melihat orang lain menggunakan *m-commerce*. Rata – rata skor jawaban responden dari CSE3 sebesar 2,92 sehingga termasuk katategori sedang, artinya

pelaku UMK akan menggunakan *m-commerce* apabila pelaku UMK dapat meminta bantuan kepada seseorang apabila dalam kesulitan. Rata – rata skor jawaban responden dari CSE4 sebesar 2,93 sehingga termasuk kategori sedang, artinya *m-commerce* akan digunakan oleh para pelaku UMK jika para pelaku UMK dapat mengoperasikan mobile/gadget/smartphone. Rata – rata skor dari jawaban dari *computer self efficacy* (CSE) sebesar 3,05 sehingga termasuk kategori sedang, artinya tingkat kepercayaan diri para pelaku UMK dalam menggunakan teknologi (*m-commerce*) sedang saja.

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness (PU)

Indikator	Kisaran	Kisaran	Rata - rata	Range kategori			Keterangan
	Teoritis	Empiris	Empiris	Rendah	Sedang	Tinggi	
Efektivitas bisnis meningkat setelah menggunakan (PU1)	1 – 5	1 – 5	4,08	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> mempercepat proses transaksi (PU2)	1 – 5	1 – 5	3,92	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> memudahkan berhubungan dengan pelanggan (PU 4)	1 – 5	1 – 5	3,98	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> mempermudah pekerjaan (PU5)	1 – 5	1 – 5	3,87	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
Rata – rata			3,96				Tinggi

Rata – rata skor jawaban responden dari PU1 adalah sebesar 4,08 sehingga termasuk dalam kategori tinggi, artinya keefektivitas bisnis para pelaku UMK sangat meningkat

setelah menggunakan *m-commerce*. Rata – rata skor jawaban responden dari PU2 adalah sebesar 3,92 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya dalam menggunakan *m-commerce* proses transaksi dapat lebih cepat. Rata – rata skor jawaban responden dari PU3 sebesar 3,98 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya pelaku UMK merasakan kemudahan dalam berhubungan dengan pelanggan. Rata – rata skor jawaban responden dari PU4 sebesar 3,87 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya responden merasakan bahwa *m-commerce* memberikan kebermanfaatan yang tinggi.

Rata – rata skor dari jawaban dari perceived usefulness (PU) sebesar 3,96 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya para pelaku UMK merasakan tingginya manfaat dari *m-commerce*.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Perceived Ease of Use (PEOU)

Indikator	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata - rata Empiris	Range kategori			Keterangan
				Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>M-commerce</i> mudah dipelajari (PEOU1)	1 – 5	1 – 5	3,43	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
<i>M-commerce</i> mudah dimengerti dan fleksibel (PEOU2)	1 – 5	1 – 5	3,49	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
<i>M-commerce</i> mudah digunakan (PEOU3)	1 – 5	1 – 5	3,45	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
<i>M-commerce</i> mudah digunakan secara keseluruhan (PEOU4)	1 – 5	1 – 5	3,55	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
Rata – rata			3,48				Sedang

Rata – rata skor jawaban responden dari PEOU1 adalah sebesar 3,43 sehingga termasuk dalam kategori sedang, artinya para pelaku UMK merasa bahwa *m-commerce* cukup mudah dipelajari. Rata – rata skor jawaban responden dari PEOU2 adalah sebesar 3,49 sehingga termasuk kategori sedang , artinya *m-commerce* cukup mudah di mengerti dan fleksibel bagi pelaku UMK. Rata – rata skor jawaban responden dari PEOU3 sebesar 3,45 sehingga termasuk kategori sedang, artinya *m-commerce* cukup mudah digunakan oleh para pelaku UMK. Rata –

rata skor jawaban responden dari PEOU4 sebesar 3,55 sehingga termasuk kategori sedang, artinya *m-commerce* cukup mudah digunakan secara keseluruhan oleh para pelaku UMK.

Rata – rata skor dari jawaban dari perceived usefulness (PEOU) sebesar 3,48 sehingga termasuk kategori sedang, artinya para pelaku UMK merasakan cukup kemudahan dalam menggunakan *m-commerce*.

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Attitude Toward Using (ATU)

Indikator	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata - rata Empiris	Range kategori			Keterangan
				Rendah	Sedang	Tinggi	
Menggunakan <i>m-commerce</i> adalah keputusan yang bijak (ATU1)	1 – 5	1 – 5	2,99	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
Menggunakan <i>m-commerce</i> adalah keputusan yang positif (ATU2)	1 – 5	1 – 5	3,01	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
Menggunakan <i>m-commerce</i> adalah keputusan yang bermanfaat (ATU3)	1 – 5	1 – 5	2,88	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Sedang
Menggunakan <i>m-commerce</i> adalah keputusan yang baik(ATU4)	1 – 5	1 – 5	2,88	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	sedang
Rata – rata			2,94				Sedang

Rata – rata skor jawaban responden dari ATU1 adalah sebesar 2,99 sehingga termasuk dalam kategori sedang, artinya para pelaku UMK merasa bahwa menggunakan *m-commerce* merupakan sebuah keputusan yang bijak Rata – rata skor jawaban responden dari ATU2 adalah sebesar 3,01 sehingga termasuk kategori sedang, artinya para pelaku UMK merasa

bahwa menggunakan *m-commerce* merupakan sebuah keputusan yang bijak. Rata – rata skor jawaban responden dari ATU3 sebesar 2,88 sehingga termasuk katategori sedang, artinya para pelaku UMK merasa bahwa menggunakan *m-commerce* adalah sebuah keputusan yang cukup bermanfaat. Rata – rata skor jawaban responden dari ATU4 sebesar 2,88 sehingga termasuk kategori sedang, artinya para pelaku UMK merasa bahwa menggunakan *m-commerce* adalah sebuah keputusan yang baik.

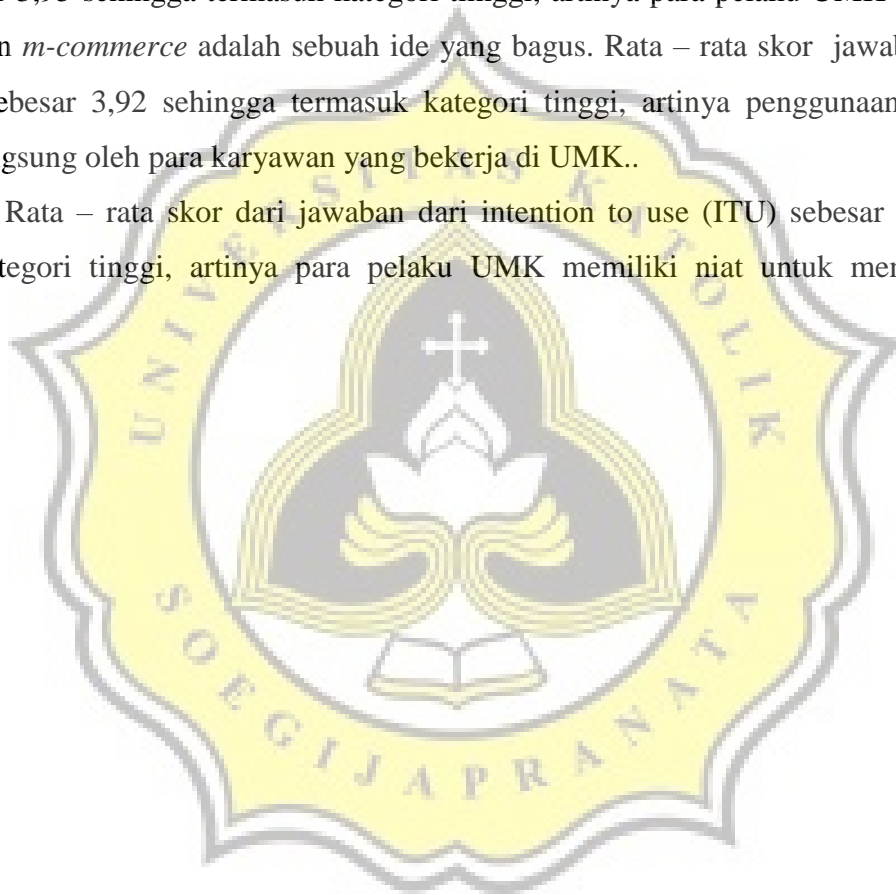
Rata – rata skor dari jawaban dari attitude towards using (ATU) sebesar 2,94 sehingga termasuk kategori sedang, artinya para pelaku UMK memiliki sikap positif dalam menggunakan *m-commerce*

. Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Intention to Use (ITU)

Indikator	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata - rata Empiris	Range kategori			Keterangan
				Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>M-commerce</i> akan digunakan untuk menjual produk (ITU1)	1 – 5	1 – 5	4,08	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> akan digunakan untuk mempermudah transaksi penjualan (ITU2)	1 – 5	1 – 5	4,01	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> akan digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen (ITU3)	1 – 5	1 – 5	3,84	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
<i>M-commerce</i> adalah ide yang bagus (ITU4)	1 – 5	1 – 5	3,95	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
Penggunaan <i>m-commerce</i> didukung oleh semua karyawan dalam UKM (ITU5)	1 – 5	1 – 5	3,92	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 - 5	Tinggi
Rata – rata			3,96				Tinggi

Rata – rata skor jawaban responden dari ITU1 adalah sebesar 4,0 sehingga termasuk dalam kategori tinggi, artinya para pelaku UMK menggunakan *m-commerce* untuk menjual produknya. Rata – rata skor jawaban responden dari ITU2 adalah sebesar 4,01 sehingga termasuk kategori tinggi , artinya para pelaku UMK berniat menggunakan *m-commerce* untuk mempermudah proses transaksi penjualan. Rata – rata skor jawaban responden dari ITU3 sebesar 3,84 sehingga termasuk kategory tinggi, artinya para pelaku UMK berniat menggunakan *m-commerce* untuk mengetahui keinginan konsumen. Rata – rata skor jawaban responden dari ITU4 sebesar 3,95 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya para pelaku UMK merasa bahwa menggunakan *m-commerce* adalah sebuah ide yang bagus. Rata – rata skor jawaban responden dari ITU5 sebesar 3,92 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya penggunaan *m-commerce* didukung langsung oleh para karyawan yang bekerja di UMK..

Rata – rata skor dari jawaban dari intention to use (ITU) sebesar 3,96 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya para pelaku UMK memiliki niat untuk menggunakan *m-commerce*.



Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Actual Usage (AU)

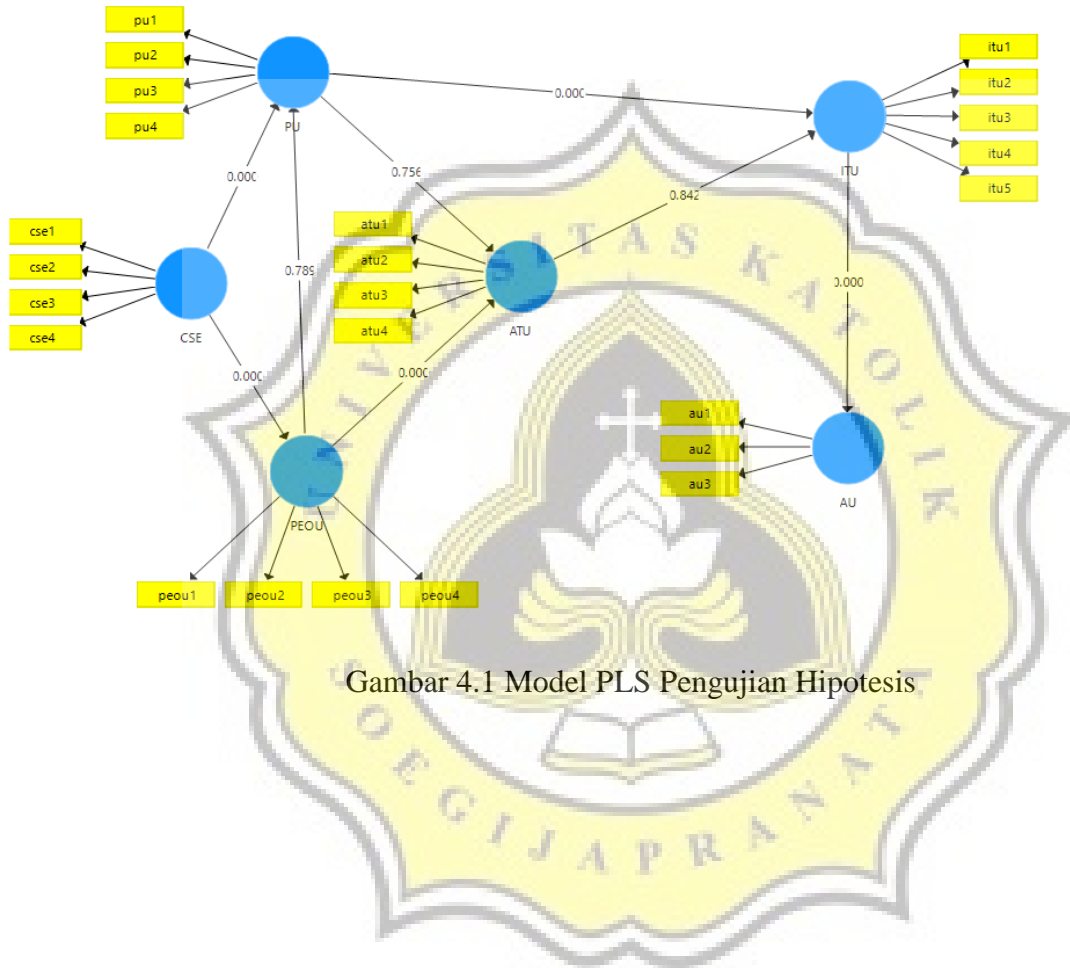
Indikator	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata - rata Empiris	Range kategori			Keterangan
				Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>M-commerce</i> sangat membantu dalam melakukan transaksi penjualan (AU1)	1 – 5	1 – 5	4,08	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Saya sering menggunakan <i>m-commerce</i> untuk menjual/memasarkan produk (AU2)	1 – 5	1 – 5	3,84	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Secara keseluruhan, saya puas dengan adanya <i>m-commerce</i> (AU3)	1 – 5	1 – 5	3,92	1 - 2,33	2,34 - 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata – rata			3,95				Tinggi

Rata – rata skor jawaban responden dari AU1 adalah sebesar 4,08 sehingga termasuk dalam kategori tinggi, artinya para pelaku UMK merasa sangat terbantu dalam transaksi penjualannya karena menggunakan *m-commerce*. Rata – rata skor jawaban responden dari AU2 adalah sebesar 3,84 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya para pelaku UMK sering menggunakan *m-commerce* untuk menjual produknya. Rata – rata skor jawaban responden dari AU3 sebesar 3,92 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya secara keseluruhan para pelaku UMK merasa puas dengan adanya *m-commerce*.

Rata – rata skor dari jawaban dari actual usage (AU) sebesar 3,95 sehingga termasuk kategori tinggi, artinya para pelaku UMK telah menggunakan *m-commerce*.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji PLS. Pengujiannya dengan menggunakan model struktural path coefficients untuk memprediksi hubungan antar variabel yang diuji. Pengukurannya dengan melihat dari P-Value. Jika P-Value $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Jika P-Value $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima



Gambar 4.1 Model PLS Pengujian Hipotesis

Tabel 4.13 hasil pengujian hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ATU_> ITU_	-0.004	-0.006	0.018	0.200	0,842
CSE_ -> PEOU	0.354	0.355	0.081	4.387	0,000
CSE_ -> PU	0.959	0.962	0.013	73.040	0,000
ITU_ -> AU	0.977	0.978	0.004	244.122	0,000
PEOU -> ATU	0.347	0.355	0.087	3.993	0,000
PEOU -> PU	-0.008	-0.003	0.029	0.268	0,789
PU -> ATU	-0.046	-0.028	0.148	0,312	0,756
PU -> ITU	0.983	0.985	0.006	163.027	0,000

Pengujian hipotesis pertama adalah apakah *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dalam menggunakan *m-commerce*. Besarnya nilai koefisien parameter 0,959 dapat dikatakan bahwa *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU). Dengan nilai P-Values sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Artinya CSE berpengaruh signifikan terhadap PU.

Pengujian hipotesis kedua adalah apakah *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* (PEOU) dalam menggunakan *m-commerce*. Besarnya koefisien parameter 0,354 dapat dikatakan bahwa *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* (PEOU). Dengan nilai P-Values sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Artinya CSE berpengaruh signifikan terhadap PEOU.

Pengujian hipotesis ketiga adalah apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dalam menggunakan *m-*

commerce. Dengan nilai P-Values sebesar $0,789 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak. Artinya PEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap PU.

Pengujian hipotesis keempat adalah apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dalam menggunakan *m-commerce*. Besarnya koefisien parameter 0,347 dapat dikatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU). Dengan nilai P-Values sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Artinya PEOU berpengaruh signifikan terhadap ATU.

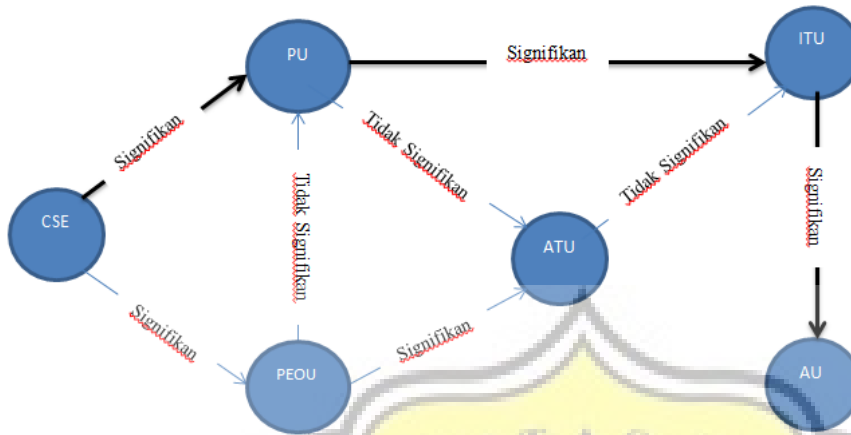
Pengujian hipotesis kelima adalah apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dalam menggunakan *m-commerce*. Dengan nilai P-Values sebesar $0,756 > 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak. Artinya PU tidak berpengaruh signifikan terhadap ATU.

Pengujian hipotesis keenam adalah apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Intention To Use* (ITU) dalam menggunakan *m-commerce*. Besarnya koefisien parameter 0,983 dapat dikatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Intention To Use* (ITU). Dengan nilai P-Values sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Artinya PU berpengaruh signifikan terhadap ITU.

Pengujian hipotesis ketujuh adalah apakah *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *Intention To Use* (ITU) dalam menggunakan *m-commerce*. Dengan nilai P-Values sebesar $0,842 > 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak. Artinya ATU tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU.

Pengujian hipotesis kedelapan adalah apakah *Intention To Use* (ITU) berpengaruh positif terhadap *Actual usage* (AU) dalam menggunakan *m-commerce*. Besarnya koefisien parameter 0,977 dapat dikatakan bahwa *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *Actual Usage* (AU). Dengan nilai P-Values sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Artinya ITU berpengaruh signifikan terhadap AU.

4.6 Analisis (Pembahasan)



Gambar 4.2 Model PLS Pengujian Hipotesis

Hipotesis pertama adalah *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). Dalam penelitian ini terbukti bahwa kepercayaan diri para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce*, kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi (CSE) mempengaruhi persepsi para pelaku UMK atas manfaat dan kemudahan menggunakan *m-commerce*. Artinya persepsi atas manfaat dan kemudahan para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* dipengaruhi oleh tingkat keyakinan akan kemampuan menggunakan *m-commerce*. hipotesis ini memiliki arah hubungan positif yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat percaya diri para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* maka semakin tinggi juga persepsi atas manfaat dan kemudahan yang dirasakan oleh para pelaku UMK. Hasil ini sesuai dengan penelitian Venkatesh dan Davis, (1996), Igarria dan Iivari, (1995); Venkatesh, (2000); Agarwal et al., (2000) Poetri (2010).

Hipotesis kedua adalah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU). Dalam penelitian ini terbukti bahwa persepsi atas kemudahan para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* tidak berpengaruh terhadap persepsi atas kemanfaatan *m-commerce* bagi para pelaku UMK. Meskipun para pelaku UMK merasakan kemudahan dalam menggunakan *m-commerce* tetapi para pelaku UMK belum

mendapatkan kemanfaatan dari *m-commerce* tersebut. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Poetri (2010), Ratnaningrum (2013), dan Trivedi Kumar (2014).

Hipotesis ketiga adalah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Towards Using* (ATU). Dalam penelitian ini terbukti bahwa persepsi atas kemudahan *m-commerce* dapat mempengaruhi sikap para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce*. hipotesis ini memiliki arah hubungan positif yang artinya bahwa sikap para pelaku UMK untuk dapat menerima *m-commerce* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan semakin tinggi persepsi atas kemudahan yang dirasakan para pelaku UMK maka semakin tinggi pula sikap para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Santoso (2010), dan Ratnaningrum (2013) yang menunjukkan bahwa apabila suatu teknologi tertentu mudah untuk digunakan, maka seseorang akan cenderung untuk menggunakan teknologi yang ada tersebut.

Hipotesis keempat *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Towards Using* (ATU). Dalam penelitian ini persepsi atas kemanfaatan tidak mempengaruhi sikap para pelaku UMK dalam menerima atau menolak *m-commerce*. Persepsi kemanfaatan yang ditawarkan oleh *m-commerce* seperti mempercepat transaksi atau dapat menjangkau konsumen dari seluruh dunia tidak mempengaruhi sikap para pelaku UMK dalam menerima dan menggunakan *m-commerce* dalam aktivitas bisnisnya. Hasil penelitian ini tidak sesuai dari penelitian Thakur dan Srivastava (2013), dan Trivedi dan Kumar (2014) yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi variabel signifikan untuk menggunakan *m-commerce*. Tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Agarwal dan Prasaad (1999); Barret, Thornton dan Cabe (1986); Schultz dan Slevin (1975); serta Poetri (2010) yang menyatakan adanya hubungan positif yang konsisten antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Towards Using*.

Hipotesis kelima *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* (ITU). Dalam penelitian ini persepsi atas kemanfaatan akan mempengaruhi seseorang untuk berniat menggunakan *m-commerce* dan memiliki arah hubungan yang positif. Artinya, semakin tinggi manfaat dari *m-commerce*, maka semakin tinggi juga niat para pelaku UMK untuk berniat menggunakan *m-commerce* dalam aktivitas bisnisnya seperti memasarkan produk dan mempermudah transaksi penjualan. hasil penelitian ini sesuai dengan hasil

penelitian Agarwal dan Prasaad (1999); Barret, Thornton dan Cabe (1986); Schultz dan Slevin (1975); serta Poetri (2010) yang menyatakan adanya hubungan positif yang konsisten antara Perceived Usefulness terhadap Intention to Use.

Hipotesis keenam *Attitude Towards Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* (ITU). Dalam penelitian ini sikap seseorang dalam menerima *m-commerce* tidak mempengaruhi keinginan seseorang dalam menggunakan *m-commerce* tersebut. Para pelaku UMK yang menerima menggunakan *m-commerce* belum tentu ingin menggunakan *m-commerce* tersebut. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triandis (1977), Bagozzi (1981), Davis et al., (1986) dan poetry (2010) yang menyatakan bahwa sikap penerimaan terhadap suatu teknologi akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk menerapkan atau menggunakan teknologi.

Hipotesis ketujuh *Intention to Use* (ITU) berpengaruh positif terhadap *Actual Usage* (AU). Dalam penelitian ini keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi akan mempengaruhi orang itu dalam menggunakan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari – hari nya. Para pelaku UMK yang ingin menggunakan *m-commerce*, maka para pelaku UMK akan menggunakan *m-commerce* secara rutin pada aktivitas bisnisnya.

