

**SKRIPSI**

**ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) TERHADAP  
PENERAPAN *E-COMMERCE* DI UKM KOTA SEMARANG**

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar  
Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



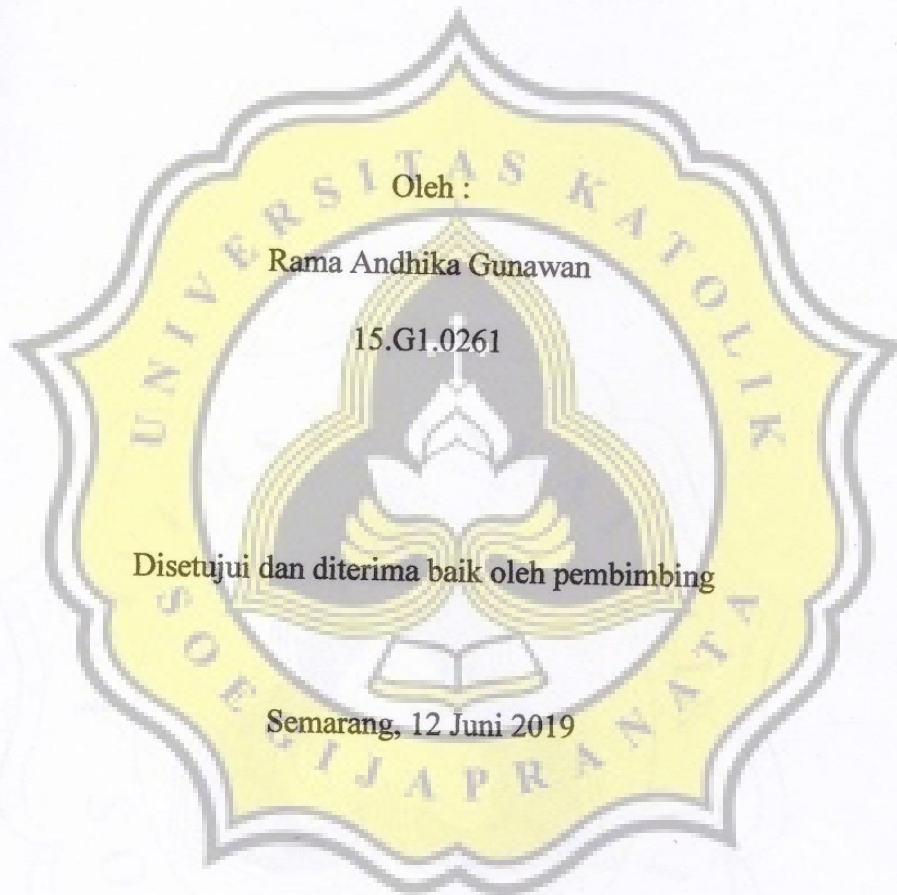
**Rama Andhika Gunawan  
15.G1.0261**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2019**

**Skripsi**

***Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penerapan E-Commerce di UKM  
Kota Semarang***



Oleh :

Rama Andhika Gunawan

15.G1.0261

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing

Semarang, 12 Juni 2019

Pembimbing

B. Linggar Yekti Nugrahaeni, M. Comm., PhD., CA.

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada :

Rabu, 12 Juni 2019 skripsi dengan judul :

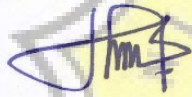
**"Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap Penerapan *E-Commerce* di UKM Kota Semarang"**

Oleh :

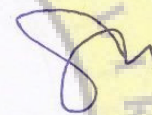
Rama Andhika Gunawan

15.G1.0261

Tim Penguji



Dr. Theresia Dwi Hastuti, SE., MSi., Akt.



Stephani Lily Indarto, MM.



B. Linggar Yekti Nugrahaeni, M.Comm., PhD., CA.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata



Dr. Oct. Digo Hartono, SE., M.Si., Akt.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

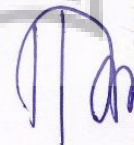
Saya, yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa  
skripsi dengan judul :

***Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penerapan E-Commerce  
di UKM Kota Semarang***

benar – benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah – olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 12 Juni 2019

Yang menvatakan,



Rama Andhika Gunawan



## Surat pernyataan Keaslian Data Skripsi

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rama Andhika Gunawan  
NIM : 15.G1.0261  
Alamat Lengkap : Jalan Bukit Khayangan Nomor 2, Bukit sari,  
Semarang  
Nama Orang tua : Yoe Gunawan  
Alamat Orang tua : -  
Nomor Telepon Orang tua : 081 278 058 183  
Nomor Handphone (mahasiswa) : 081 294 644 568

Dengan ini menyatakan bahwa, seluruh data penelitian yang tertulis dalam skripsi saya yang berjudul “Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap Penerapan *E-Commerce* di UKM Kota Semarang” merupakan data yang sebenarnya. Bila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah fiktif, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Hormat saya,

Semarang, 12 Juni 2019



(.....)  
Rama Andhika Gunawan

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN



**HIDUP HANYA SEKALI  
HIDUPLAH YANG BERARTI**

Skripsi ini Penulis Persembahkan Kepada:

**Tuhan Yang Maha Esa... Pencipta  
Kehidupan**

**Keluarga yang saya cintai**

**Sahabat dan teman teman yang saya  
kasihi**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas akhir dan sekaligus melengkapi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata di Semarang.

Pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan perlindungan,, kesehatan dan berkat yang melimpah untuk penulis, serta rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis.
2. Ibu Linggar Yekti, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing,meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan masukan, bimbingan dan revisi yang dibuat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Theresia Dwi Hastuti dan Ibu Lily Indarto sebagai dosen penguji, yang juga memberikan tenaga, pikiran, masukan, saran, dan ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pembelajaran bagi penulis.
5. Seluruh karyawan yang bekerja di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Keluarga yang saya kasihi dan cintai, untuik kedua orang tua saya Ayah dan Ibu yang selalu meberikan semangat dan doa bagi penulis, adik saya satu-satunya Angga Andhika Gunawan yang selalu memberikan dukungan dan doa bagi penulis
7. Semua Pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu semuanya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala budi baik dan jasa Bapak, Ibu, serta saudara-saudara sekalian.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan berguna untuk perbaikan skripsi ini, serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



Semarang, 12 Juni 2019

Penulis,

Rama Andhika Gunawan



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DATA .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>xvi</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Pikir.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Usaha Kecil Menengah .....	10

2.2. <i>E-commerce</i> .....	11
2.3. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	11
2.4. <i>Perceived Usefulness</i> .....	14
2.5. <i>Perceived Easy of Use</i> .....	15
2.6. <i>Behavioral Intention of Use</i> .....	16
2.7. <i>Actual System Usage</i> .....	17
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1. Populasi dan Sampel .....	23
3.2. Sumber dan Jenis Data .....	24
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	25
3.4.1. Uji Validitas .....	25
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	26
3.5. Teknik Analisis Data.....	26
3.5.1. Teknik Analisis Data.....	26
3.5.2. Uji Fit Model.....	27
3.5.3. Uji Koefisien Determinasi.....	28
3.5.4. Analisis Regresi.....	28
3.5.5. Uji T .....	28
3.5.6. Pengujian Hipotesis.....	29
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>30</b>

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.2. Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	31
4.3. Hasil Statistik Deskriptif .....	34
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	38
4.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	38
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	40
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.6. Pengujian Hipotesis.....	41
4.6.1. Uji F .....	41
4.6.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
4.6.3. Uji t .....	43
4.7. Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP .....	50
7.1. Kesimpulan .....	50
7.2. Keterbatasan Penelitian.....	51
7.3. Saran dan Implikasi.....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir ..... 8



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kriteria UKM.....	5
Tabel 3.1. Data Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang .....	23
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden .....	30
Tabel 4.2. Umur Responden .....	30
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden .....	31
Tabel 4.4. Crosstab Jenis Kelamin dan Usia.....	31
Tabel 4.5. Hasil Pengujian <i>Perceived Usefulness</i> .....	32
Tabel 4.6. Hasil Pengujian <i>Perceived Easy of Use</i> .....	32
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Behavioral Intention of Use</i> .....	33
Tabel 4.8. Hasil Pengujian <i>Actual System Usage</i> .....	33
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Penerapan <i>E-Commerce</i> .....	33
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian.....	34
Tabel 4.11. Persepsi Responden Mengenai <i>Perceived Usefulness</i> (PU) .....	35
Tabel 4.12. Persepsi Responden Mengenai <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) .....	35
Tabel 4.13. Persepsi Responden Mengenai <i>Behavioral Intention of Use</i> .....	36
Tabel 4.14. Persepsi Responden Mengenai <i>Actual System Usage</i> .....	37
Tabel 4.15. Persepsi Responden Mengenai Penerapan <i>e-commerce</i> .....	37
Tabel 4.16. Statistik Deskriptif Keseluruhan .....	38
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Normalitas .....	38
Tabel 4.17. Hasil Uji Multi .....	39

Tabel 4.18. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	40
Tabel 4.19. Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
Tabel 4.20. Hasil Uji F.....	41
Tabel 4.21. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
Tabel 4.22. Uji t .....	43



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness* (manfaat yang diterima) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Easy of Use* (kemudahan penggunaan) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, untuk mengetahui pengaruh positif *Behavioral Intention of Use* (intensi untuk menggunakan) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, dan untuk mengetahui pengaruh positif *Actual System Usage* (penggunaan sesungguhnya) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, *Perceived easy of use* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, *Behavioral intention to use* tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang, dan *Actual system usage* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.

Kata Kunci : *E-Commerce, Perceived Usefulness, Perceived Easy Of Use, Behavioral Intention Of Use, Actual System Usage*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the positive influence of Perceived Usefulness (benefits received) on the application of e-commerce in Semarang city SMEs, to determine the positive influence of Perceived Easy of Use (ease of use) on the implementation of e-commerce in SMEs in Semarang, to find out the positive influence Behavioral Intention of Use (intention to use) on the implementation of e-commerce in Semarang city SMEs, and to determine the positive influence of Actual System Usage (actual use) on the implementation of e-commerce in SMEs in Semarang. The method used in this study is Purposive Sampling. The conclusion of this study is that Perceived usefulness has a positive effect on the implementation of e-commerce in Semarang city UKM, Perceived easy of use has a positive effect on the implementation of e-commerce in Semarang city UKM, Behavioral intention to use does not significantly influence the implementation of e-commerce in SME cities Semarang, and Actual system usage have a positive effect on the implementation of e-commerce in SMEs in Semarang.*

*Keywords: E-Commerce, Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Behavioral Intention of Use, Actual System Usage.*