

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap penggunaan fedex ship manager software FSMS = Fedex ship manager software FSMS customer acceptance factors analysis / Aryo Baskoro

Aryo Baskoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20330215&lokasi=lokal>

Abstrak

<ABSTRAK

Penelitian ini mencoba menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan seorang konsumen FedEx Indonesia dalam menggunakan sebuah sistem pengiriman, yaitu Fedex Ship Manager Software (FSMS). Penelitian ini menggunakan penggabungan dua teori penerimaan teknologi, yaitu Technology Acceptance Model (TAM) dan Task-Technology Fit (TTF). Variabel yang digunakan adalah kemudahan penggunaan, kegunaan teknologi, keinginan menggunakan teknologi, frekuensi penggunaan FSMS, karakteristik individu pengguna teknologi, karakteristik tugas pengguna teknologi, karakteristik teknologi dan kecocokan tugas dengan teknologi yang digunakan. Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey kepada 134 konsumen FedEx yang menggunakan FSMS dan metode yang digunakan untuk estimasi adalah metode Structural Equation Model (SEM). Pada proses pengujian variabel menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) didapatkan hasil karakteristik individu pengguna dan variabel frekuensi penggunaan tidak signifikan dan harus dikeluarkan dari model. Hasil akhir yang didapat dari proses estimasi ini adalah seluruh hipotesis yang diujikan signifikan. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah seluruh hipotesis yang diujikan memperoleh hasil yang signifikan, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbukti mempengaruhi penerimaan konsumen FedEx Indonesia dalam menggunakan FSMS

<hr>

<ABSTRACT

The focus of this study is to analyze factors that influence Indonesian FedEx customer to using shipping system called Fedex Ship Manager Software (FSMS). This study tries to combine two technology acceptance theories, which are Technology Acceptance Model (TAM) and Task-Technology Fit (TTF). Operating variabel that uses in this study are perceived ease of use, perceived usefulness, intention to use, actual use, individual characteristic, task characteristic, technology characteristic and task-technology characteristic. The data collected by surveying 134 FedEx customers which use FSMS and using Structural Equation Model as estimation method. The result for Confirmatory Factor Analysis (CFA) indicate individual characteristic and use frequency not significant and shall remove from the model. The end results for this study specify that all hypotheses which use are significant. In the conclusion all hypothesis that test in this study are significant, operating variables that use in this study proven influence Indonesia FedEx consumer acceptance to use the FSMS.