

Studi Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Commerce = Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce

Novriandi Pratama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340284&lokasi=lokal>

Abstrak

Internet memiliki peran yang strategis dalam kehidupan di era informasi seperti sekarang ini. Salah satu peran internet tersebut yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah penerapan internet pada mobile device (seperti notebook, netbook, telepon seluler, PDA) untuk melakukan transaksi yang mempunyai nilai komersil atau disebut juga dengan mobile commerce.

Berdasarkan penelitian terdahulu didapatkan faktor - faktor yang mempengaruhi keinginan untuk mengadopsi mobile commerce, antara lain sulzyective norm (persepsi yang timbul karena adanya referensi sosial yang menonjol), perceived usefulness, ease of use, personal innovativeness dan perceived behavioral control. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas sejauh mana faktor - falctor penelitian yang akan diuji memberikan pengaruh bagi konsumen untuk mengadopsi mobile commerce.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah menggunakan mobile device. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 15. Tahap pertama pengolahan data yaitu uji reliabilitas masing-masing konstruk penelitian. Selanjutnya tahap yang kedua berupa factor analysis. Tahap terakhir adalah menggunakan analisa regresi ganda untuk melihat keterkaitan antara satu konstruk dengan konstruk yang lainnya. Hasil dari peneltian yang didapat adalah terdapat sembilan (9) hipotesis, dimana enam (6) hipotesis adalah signifikan dan sisanya tiga (3) hipotesis hasilnya tidak signifikan.

.....Nowadays internet has strategic role in information era. One of the internet's role that will be discussed in this research is internet application through mobile device (like notebook, netbook, handphone, PDA) to do the commercial transactions which called mobile commerce. Based on the previous research, there has been several factor that influenced the intention to adopt mobile commerce, that is subjective norm (the emerge perception because of the salient social), perceived usetixlness, ease of use, personal innovativeness, and perceived behavioral control. Therefore this research will discuss, how far the research factors that will be tested can give influence toward consumer to adopt mobile commerce.

The research methodology that has been done was quantitative methodology by distributing questioner to rwpondent that has been using mobile device. Data tabulation was doing by using SPSS 15. The iisrt phase of data tabulation was reliability test for each research construct. And then the second phase was factor analysis. The last phase for data tabulation was using multiple regression to see inter-relatedness between one construct with other construct. The result from this research was nine (9) hypothesis , where six (6) hypothesis was signiificant and the last three (3) hypotesis was not significant.