

Intensi adopsi mobile commerce Garuda Indonesia perspektif theory of planned behavior dengan technology acceptance model = Intention to adopt Garuda Indonesia mobile commerce perspective of the theory of planned behavior and the technology acceptance model / Andreas Pardyanto

Andreas Pardyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20365206&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Mobile Commerce merupakan salah satu bentuk electronic commerce yang akhirakhir ini tumbuh dengan pesat dan menjadi salah satu alternatif saluran pemasaran bagi perusahaan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan melakukan analisis faktor-faktor anteseden yang mempengaruhi intensi konsumen untuk melakukan adopsi aplikasi mobile commerce Garuda Indonesia, melalui perspektif model Theory of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM). Analisis dilakukan menggunakan Structured Equation Modelling (SEM) untuk menguji kekuatan tujuh hipotesis dari hubungan variabel dalam model. Responden sebanyak 50 orang dipilih melalui purposive sampling untuk mendapatkan responden yang sudah menggunakan aplikasi m-Commerce tetapi belum menggunakan mobile commerce Garuda Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat (Perceived Usefulness) dan persepsi pengendalian perilaku (Perceived Behavioral Control) memberikan efek positif dan signifikan terhadap niat penggunaan (Intention to Use), sedangkan norma subyektif (Subjective Norm) dan sikap (Attitude) tidak mempengaruhi secara signifikan niat penggunaan (Intention to Use).

<hr>

ABSTRACT

Mobile Commerce is a form of electronic commerce that lately grown rapidly and become marketing channel alternative for companies in Indonesia. This study aims to test and analyze the antecedent factors that influence the adoption of the use of Mobile Commerce applications, Mobile Commerce Garuda Indonesia, through the integration model of Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Model (TAM). The analysis is performed using Structured Equation Modeling (SEM) to test the relationship power of seven hypothesis among variables in the model. 50 respondents selected through purposive sampling to obtain the one who already use m-Commerce except Garuda Indonesia mobile commerce. The results showed that the Perceived Usefulness and Perceived Behavioral Control provide significant and positive effect on Intention to Use, whereas Subjective Norm and Attitude does not provide significant affect to Intention to Use.