

## Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan layanan sms tracking : studi kasus PT Pos Indonesia kota Palembang = Analysis of factors influencing the acceptance of sms tracking service : case study PT Pos Indonesia kota Palembang

Della Oktaviany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367438&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

PT Pos Indonesia adalah sebuah perusahaan Perseroan Terbatas (PT) yang menyediakan layanan pengiriman surat-surat serta barang. Salah satu layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia yaitu dengan SMS Tracking. Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan, hanya sekitar 10% pengguna layanan pengiriman barang di PT Pos Indonesia Kota Palembang yang mengetahui adanya layanan SMS Tracking. Hal inilah yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian terkait layanan SMS Tracking.

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dikembangkan dengan menambahkan variabel berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan pengolahan data dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS) dibantu dengan aplikasi SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini adalah model penerimaan pengguna layanan SMS Tracking dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berdasarkan hasil analisa, faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan layanan SMS Tracking adalah Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Sikap Terhadap Penggunaan, Persepsi Nilai Uang, Kenyamanan, Perilaku Penggunaan, dan Penggunaan SMS Tracking.

*PT Pos Indonesia is a Limited Liability Company which provide service of delivery letters and stuff. One of the services provided by PT Pos Indonesia is SMS Tracking. Based on the results of the questionnaire were made before&#8203;&#8203;, only about 10% users of the PT Pos Indonesia Palembang who is aware about SMS Tracking.*

The research model used in this study is based on the Technology Acceptance Model (TAM) which has been developed by adding variables based on previous studies. Methods of data collection using a questionnaire, and data processing was performed using Partial Least Square (PLS) assisted with the application SmartPLS.

The results of this study is a model of user acceptance of SMS Tracking and factors that influence it. Based on the analysis, the factors that influence the acceptance of SMS Tracking is Perceived Ease, Perceived Usefulness, Attitudes Towards Use, Perceived Value of Money, Leisure, Usage Behavior, and SMS Usage Tracking.