

# Analisis Faktor Kualitas Informasi terhadap Adopsi Fitur Analitik di Online Marketplace oleh Penjual: Efek Moderasi Analytical Decision Making Culture = Analyzing The Effects of Information Quality Towards The Adoption of Analytical Feature in Online Marketplace: The Moderation Effect of Analytical Decision Making Culture

Adiva Reyhan Puteri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516347&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Fitur analitik merupakan suatu fitur yang menyediakan beberapa kemampuan business analytics yang disediakan oleh pihak online marketplace bagi para penjual di marketplace terkait. Meski telah dibuat aksesibel, hal tersebut tidak menjamin bahwa fitur analitik akan digunakan oleh para penjual di online marketplace. Fitur analitik yang dapat menyajikan informasi siap pakai bagi para penjual membuat kualitas dari informasi yang disediakan menarik untuk dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kualitas informasi terhadap keinginan penjual untuk mengadopsi fitur analitik yang disediakan oleh pihak online marketplace menggunakan teori technology acceptance model yang dimoderasi dengan faktor analytical decision making culture (ADMC). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara daring dan berhasil memperoleh 337 respons yang valid. Respons yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode covariance based structural equation modeling. Hasil penelitian membuktikan bahwa dari 16 hipotesis yang diajukan, 9 di antaranya berhasil diterima. Penelitian ini memperlihatkan bahwa dari 6 faktor kualitas informasi yang digunakan, hanya 4 faktor yaitu, accessibility, interpretability, relevancy, dan novelty yang terbukti dapat memengaruhi keinginan penjual untuk menggunakan fitur analitik. Efek moderasi membuktikan bahwa hubungan interpretability dengan perceived ease of use dan novelty dengan perceived usefulness menjadi lebih kuat pada lingkungan dengan nilai ADMC yang rendah. Di lain sisi, hubungan accuracy dengan perceived usefulness menjadi lebih kuat pada lingkungan dengan nilai ADMC yang tinggi. Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi dalam menambah dan memperkaya literatur terkait pengadopsian business analytics di lingkungan online marketplace dan bermanfaat bagi pelaku penyedia layanan online marketplace dalam mengembangkan fitur analitik.

.....Analytical feature is a feature that provides several business analysis capabilities provided by the online marketplace for sellers in said marketplace. Although it has been made accessible, this does not guarantee that the analytical features will be used by sellers in the online marketplace. Analytical feature that presents ready to use information to sellers makes the quality of the information provided by the analytical feature interesting to be analyzed. This study aims to analyze the effect of information quality towards the adoption of the analytical feature by sellers of online marketplace through the technology acceptance model and moderated by the role of analytical decision making culture (ADMC). This research was conducted using a quantitative approach by spreading the research online and succeeded in obtaining 337 valid responses. The responses obtained were then analyzed using the covariance-based structural equation modeling method. The results of the study proved that out of the 16 hypotheses proposed, 9 of them are successfully accepted. This study explains that out of the 6 factors of information quality used, only 4 factors, accessibility, interpretability, relevance, and novelty have been shown to influence sellers' intention to adopt the analytical

feature. The moderating effect show that the relationship between interpretability towards perceived ease of use and novelty towards perceived usefulness are stronger in the environment with low value of ADMC. However, the relationship between accuracy towards perceived usefulness is stronger in an environment with high value of ADMC. This research has several contributions in adding and enriching previous literature related to the adoption of business analytics in the online marketplace environment and is useful for online marketplace providers in developing the analytical feature.