

**ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP
PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE
MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
DI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

**OLEH
RIFI ANDRI
178150046**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/6/24

Access From (repository.uma.ac.id)6/6/24

**ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP
PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE
MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
DI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik
Universitas Medan Area**

Oleh:

Rifi Andri

178150046

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Di Universitas Medan Area.

Nama : Rifi Andri

NPM : 17.815.0046

Fakultas : Teknik



Dekan

Ketua Program Studi



Tanggal Lulus: 20 Maret 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



ABSTRAK

Rifi Andri NPM 178150046. “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Di Universitas Medan Area”. Dibimbing oleh Sutrisno, ST, MT.

Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif dan beragam secara sosial memiliki keragaman dalam pandangan dan preferensi mereka terhadap aplikasi *E-commerce*. Peningkatan penggunaan teknologi dan *application E-commerce*, seperti Shopee, telah memberikan dampak signifikan terhadap kebiasaan belanja. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan mengukur korelasi antara pandangan dan antusiasme mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Shopee, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kegunaan. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah cara yang bisa menilai elemen-elemen yang berdampak pada adopsi sistem pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Temuan ini ditujukan bahwan keyakinan dan perilaku memiliki hubungan yang cukup kuat. mahasiswa dalam penerimaan aplikasi Shopee dan terdapat hubungan yang kuat antar kemudahan pemakaian teknologi, kegunaan, dengan sikap dan minat terhadap penerimaan aplikasi Shopee. Kontribusi pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan, kegunaan, sikap dan minat terhadap penerimaan adalah sebesar 59.5%.

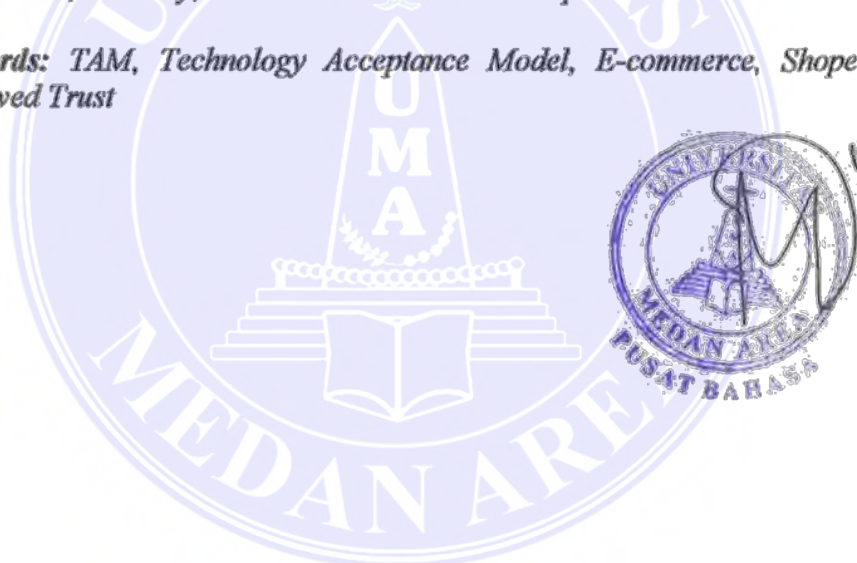
Kata Kunci: *TAM, Technology Acceptance Model, E-commerce, Aplikasi Shopee, Persepsi Kepercayaan*

ABSTRACT

Rifi Andri NPM 178150046. "Analysis of Student Perceptions of Acceptance and Use of the Shopee Application Using the Technology Acceptance Model (TAM) Approach at Medan Area University". Mentored by Sutrisno, ST, MT.

Students as an active and socially diverse group have diversity in their views and preferences for E-commerce applications. The increasing use of technology and E-commerce applications, such as Shopee, has had a significant impact on shopping habits. The purpose of the study was to determine and measure the correlation between the views and enthusiasm of students in using the Shopee application, perceived trust, perceived ease of use, and usability. The Technology Acceptance Model (TAM) is a way that can assess the elements that impact the adoption of the system approach used in this study. The findings were that beliefs and behaviour had a fairly strong relationship. students in the acceptance of the Shopee application and there was a strong relationship between ease of use of technology, usability, with attitudes and interest in the acceptance of the Shopee application. The contribution of the influence of the variables of trust, convenience, usability, attitude and interest on acceptance is 59.5%.

Keywords: TAM, Technology Acceptance Model, E-commerce, Shopee App, Perceived Trust



KATA PENGANTAR

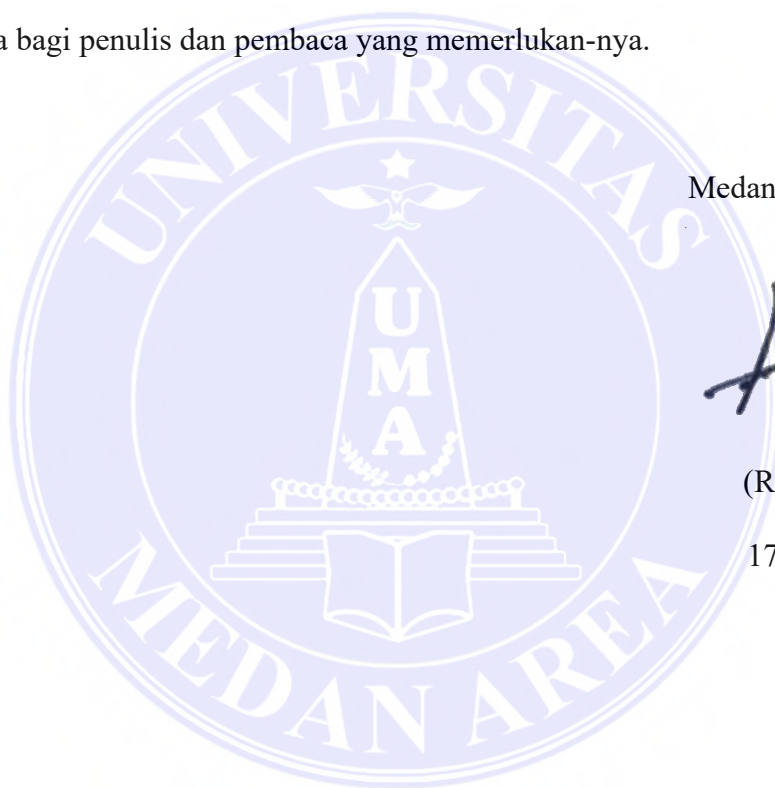
Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanallahu Wa Ta'ala atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Adapun judul skripsi ini adalah **“Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Di Universitas Medan Area”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata-I Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini agar bermanfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Eng. Supriatno, ST, MT, selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Medan Area.
3. Ibu Nukhe Andri Silviana, ST, MT, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
4. Bapak Sutrisno, ST, MT, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu memberi masukan dan arahan kepada penulis terhadap proposal skripsi ini.
5. Staff pengajar dan pegawai Universitas Medan Area khususnya Program Studi Teknik Industri yang telah membantu penulis dengan baik.

6. Kedua orang tua, adik, dan orang yang sayang kepada penulis yang selalu mendukung serta mendoakan dengan setulus hati kepada penulis.

Atas bantuan, bimbingan dan fasilitas yang telah diberikan kepada penulis. Penulis mengharapkan di dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan kritik dan saran yang sifatnya membangun penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga Allah Subhanallahu Wa Ta'ala membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca yang memerlukan-nya.



Medan, 15 Mei 2024

(Rifi Andri)

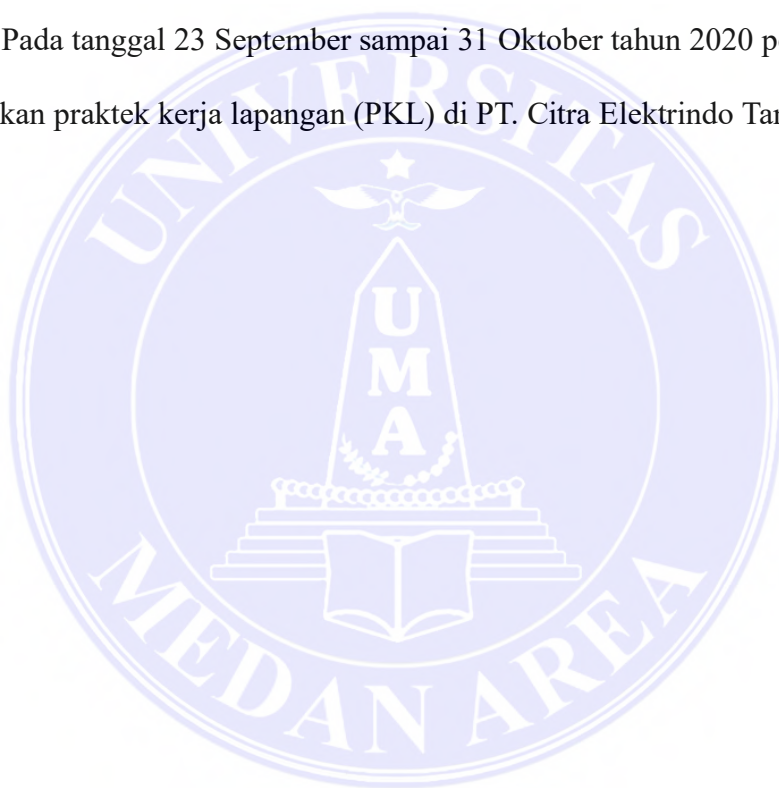
178150046

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Air Hitam Dusun II Kec. Lima Puluh Kab. Batu Bara pada tanggal 18 Juni 1998 dari ayah Alm. Sukadi dan ibu Srimi. Penulis merupakan anak ke-6 dari 6 bersaudara.

Tahun 2016 Penulis lulus dari SMK Swasta Satrya Budi 1 Perdagangan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Pada tanggal 23 September sampai 31 Oktober tahun 2020 penulis melakukan praktek kerja lapangan (PKL) di PT. Citra Elektrindo Tanjung Morawa



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifi Andri
NPM : 17.815.0046
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Di Universitas Medan Area”. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini universitas medan area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 15 Mei 2024
Yang menyatakan,

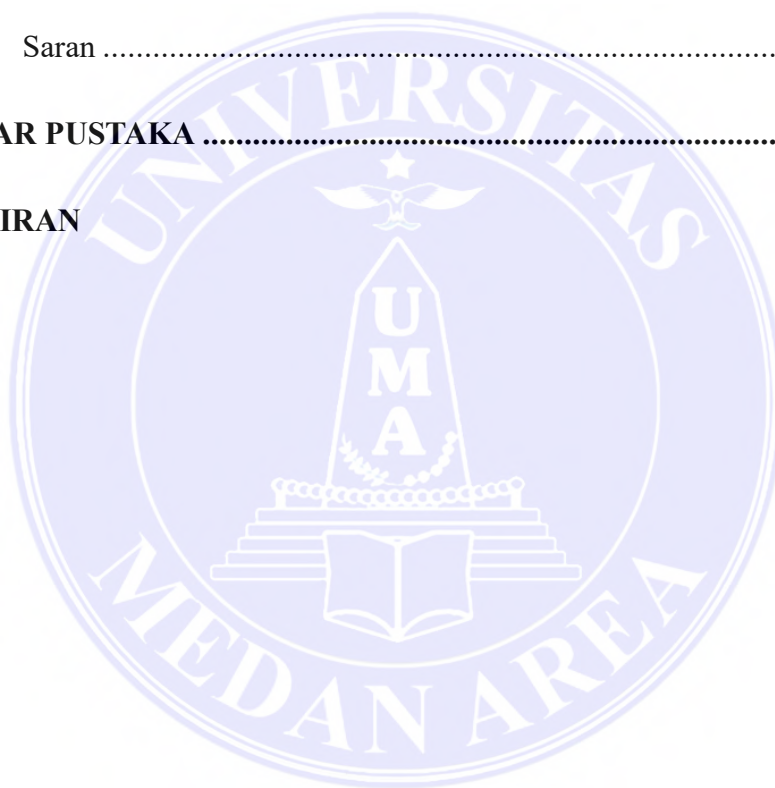

(Rifi Andri)

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. <i>E-commerce</i>	9
2.2. Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.3. Pendekatan TAM	15
2.3.1. Persepsi Kemanfaatan Menggunakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	16
2.3.2. Persepsi Kemudahan Menggunakan (<i>Perceived Ease Of Use</i>).....	17
2.3.3. Sikap Untuk Menggunakan Teknologi (<i>Attitude Toward Using</i>).....	18
2.3.4. Minat Prilaku Pengguna (<i>Behavioral Intention to Use</i>)	19
2.3.5. Penggunaa Sistem yang Sesungguhnya (<i>Actual System Usage</i>).....	20

2.4. Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.4. Variabel Penelitian.....	26
3.5. Kerangka Teoritis.....	27
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7. Penentuan Hipotesis.....	31
3.8. Penyusunan Instrumen Pengukuran.....	32
3.9. Uji Instrumen Penelitian	33
3.10. Analisis dan Pengolahan Data.....	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	34
4.1 Pengumpulan Data.....	34
4.2 Daftar Data Populasi.....	34
4.3 Hasil Analisis Kuantitatif.....	41
4.3.1. Uji Validitas.....	41
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	42
4.3.3. Uji Normalitas	42
4.3.4. Uji Koefisien Korelasi	43
4.3.5. Uji Determinasi	44

4.3.6. Uji Analysis of Varian (Anova)	45
4.4. Analisis dan Pembahasan.....	46
4.4.1. Analisis	46
4.4.2. Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 4. 1 Jumlah Responden.....	34
Tabel 4. 2 Jumlah program studi dan jenis kelamin responden.....	35
Tabel 4. 3 Indikator-indikator untuk mengukur masing-masing variable.....	36
Tabel 4. 4 Data Persepsi Kepercayaan (Perceived Trust)	38
Tabel 4. 5 Data Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use).....	38
Tabel 4. 6 Data Persepsi Kegunaan (Perceived Usfulness).....	39
Tabel 4. 7 Data Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using)	39
Tabel 4. 8 Data Data Minat Perilaku Penggunaan (Behavioral Intention to Use).40	
Tabel 4. 9 Data Data Pengguna Sesungguhnya (Actual Usage).....	40
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas instrument penelitian.....	41
Tabel 4. 11 Nilai Cronbach Alpha.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Korelasi	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi	45
Tabel 4. 15 Hasil Uji ANOVA	45

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HAIAMAN
Gambar 2. 1 Metode Technology Acceptance Model (TAM).....	15
Gambar 3. 1 Kerangka Berfikir	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Smart PLS	46



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi modern telah membantu hidup menjadi lebih sederhana, terutama di era digital dan efisien bagi masyarakat. Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi informasi pun semakin pesat dan inovatif dalam hal pelayanan sehingga banyak menyita perhatian masyarakat. Teknologi juga penting bagi perkembangan bisnis karena memungkinkan mereka menurunkan biaya, menghilangkan perantara, meningkatkan transparansi, dan memfasilitasi akses konsumen terhadap informasi tentang layanan. Seiring berjalannya waktu, berbagai lapisan masyarakat semakin sadar akan kebutuhan akan teknologi karena adanya keinginan terhadap teknologi yang terus berkembang dengan harapan dapat mempermudah dan mengoptimalkan segala aktivitas (Ismail, 2020). Di sisi lain, teknologi baru akan membantu Anda dalam menciptakan teknologi masa kini dengan memanfaatkan kemajuan teknologi terkini. Ini adalah konsep kreatif yang diciptakan oleh perusahaan muda, dan menggabungkan penemuan-penemuan baru yang diciptakan oleh bisnis mapan yang secara historis diciptakan untuk kemanjuran dan efisiensi. Produk teknologi yang diterapkan dengan baik, Sehingga Sebuah dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan produk hiburan Kalangan (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017).

Kemajuan teknologi dalam bidang teknologi nirkabel atau komunikasi nirkabel seluler telah meningkatkan jumlah pelanggan telepon seluler, yang juga mempercepat pertumbuhan e-commerce. Ada beberapa situs layanan yang menawarkan tempat jual beli di web, seperti Shopee. Kemajuan teknologi tersebut

mendorong masyarakat untuk bersaing memperebutkan kemajuan teknologi dengan berbagai jenis imajinasi dan kreativitas dengan memanfaatkan teknologi masa kini. Contoh inovasi masa kini biasanya dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan baru, dan inovasi yang diterapkan membuat tugas-tugas umum yang semula dilakukan secara historis menjadi lebih efektif dan efisien. Karena layanan meningkat setiap hari, hal ini dapat meningkatkan perekonomian secara besar-besaran. Studi ini mengkaji penggunaan e-commerce mengingat popularitas layanan pembelian dan penjualan online yang terus meningkat. (Budhiastuti & Muid, 2020).

Universitas Medan Area (UMA) adalah sebuah perguruan tinggi swasta yang memiliki dua kampus, satu di Jalan Setia Budi No. 79B / Jalan Sei Serayu No. 70A dan satu lagi di Jalan Kolam No. 1 Medan Estate / Gedung Jalan PBSI No. 1 Medan. Lembaga ini terletak di kota Medan, Sumatera Utara. Sejalan dengan maksud dan tujuan “Inovatif, Profesional, dan Personal”, Universitas Negeri Medan mengedepankan keunggulan dalam segala aspek pendidikan, khususnya bagi dosen, mahasiswa, dan alumninya. seorang mahasiswa Universitas Medan adalah kaum milenial. Sehingga banyak mahasiswa yang selalu mengandalkan smartphone untuk kebutuhan mereka, baik itu untuk kebutuhan sekunder, primer, ataupun tersier. Peningkatan penggunaan teknologi dan *application E-commerce*, seperti Shopee, telah memberikan dampak signifikan terhadap kebiasaan belanja masyarakat. Namun, ada Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan pemanfaatan aplikasi ini di kalangan mahasiswa, termasuk persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap penggunaan, dan perilaku pengguna.

Masalah persepsi kepercayaan beberapa mahasiswa tidak percaya terhadap keabsahan penjual dan produk di Shopee tidak ada garansi dari shopee untuk produk yang di beli sehingga dapat menghambat mahasiswa dalam melakukan pembelian. Dan mahasiswa lebih memilih belanja langsung agar melihat barang dan produk secara langsung tanpa khawatir terhadap produk yang di belinya. Masalah variabel persepsi kemudahan beberapa mahasiswa menghadapi kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi Shopee karena kurangnya pemahaman tentang tata letak antar muka, ikon, dan fitur-fitur yang tersedia, terutama dalam melakukan pembelian dan pengaplikasian voucher belanja. Masalah persepsi kegunaan karena beberapa mahasiswa kurangnya kejelasan manfaat menggunakan Shopee. Mahasiswa mungkin belum menyadari manfaat yang ditawarkan oleh Shopee, seperti kemudahan akses ke berbagai produk, harga yang kompetitif, atau keuntungan promosi dan diskon. Serta bisa mendapatkan penghasilan tambahan dari affiliate shopee. Masalah sikap penggunaan beberapa mahasiswa pernah mengalami ketidakpuasan sebelumnya, pengalaman buruk sebelumnya dalam menggunakan aplikasi e-commerce atau pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan harapan dapat mempengaruhi sikap negatif mahasiswa terhadap penggunaan Shopee. sikap mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi Shopee dapat memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi atau menolak aplikasi tersebut. Masalah perilaku penggunaan rendahnya tingkat partisipasi dalam fitur interaktif mahasiswa mungkin tidak aktif dalam memberikan ulasan produk atau penilaian terhadap penjual, yang dapat mengurangi interaksi dan partisipasi mereka dalam penggunaan aplikasi Shopee. Dan mahasiswa belum tahu ketika kita melakukan ulasan akan

mendapatkan koin yang bisa di tukarkan menjadi potongan harga produk yang akan kita beli.

Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif dan beragam secara sosial memiliki keragaman dalam pandangan dan preferensi mereka terhadap aplikasi *E-commerce*. Faktor persepsi kepercayaan, seperti keamanan data pribadi dan privasi, sangat penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk mengadopsi aplikasi Shopee. Sementara itu, persepsi kemudahan dan kegunaan memainkan peran dalam sejauh mana mahasiswa merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi ini dan apakah mereka melihat manfaat yang signifikan dalam berbelanja melalui Shopee.

Sikap penggunaan dan perilaku pengguna pada aplikasi Shopee juga berkaitan erat dengan faktor- faktor tersebut. Sikap penggunaan mencerminkan pandangan emosional dan afektif terhadap penggunaan aplikasi, yang Persepsi keamanan, keunggulan, dan kenyamanan penggunaan mungkin berdampak. Perilaku pengguna, seperti frekuensi pembelian, partisipasi dalam fitur interaktif, dan memberikan ulasan produk, dapat dipengaruhi oleh sikap penggunaan dan faktor- faktor lain. Jadi tujuan untuk melaksanakan analisis yang lebih menyeluruh terhadap elemen-elemen yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi melalui analisis yang lebih menyeluruh adopsi teknologi *E-commerce* di kalangan mahasiswa dan memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan dan pengoptimalan pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee serta aplikasi serupa lainnya.

Penelitian berjudul Analisis Faktor Penerimaan Dan Kesuksesan *E-commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model (Tam)* Dan *Delone & Mclean* mengklaim bahwa pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dapat

digunakan untuk menilai faktor-faktor yang mungkin berdampak pada adopsi masyarakat terhadap e-commerce. Hal ini sesuai dengan penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)*. sejak awal terbukti bermanfaat sebagai metode pengukuran dan penilaian barang baru dan sistem informasi di industri teknologi. Penelitian dapat dilakukan dengan mencari tahu mengapa kelompok atau sistem tertentu tidak diterima untuk penggunaan peramalan dan analisis lebih lanjut. (Lestari, 2022).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan dan juga penjelasan mengenai penggunaan *E-commerce* dan juga metode *Technology Acceptance Model (TAM)* disertai dengan penjelasan mengenai seberapa besar pengaruh dalam penggunaan *E-commerce* maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (Tam)* Di Universitas Medan Area”.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut, dengan memperhatikan konteks yang telah dijelaskan:

1. Apakah ada pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee?
2. Apakah ada pengaruh kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee?
3. Apakah ada pengaruh kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee?

4. Apakah ada pengaruh sikap penggunaan teknologi (*Attitude Towards Using Technology*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee?
5. Apakah ada pengaruh perilaku pengguna (*behaviour intention*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh sikap penggunaan teknologi (*Attitude Towards Using Technology*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee.
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh perilaku pengguna (*behaviour intention*) terhadap penggunaan aplikasi Shopee.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membuahkan hasil. Berikut ini adalah kelebihan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Pengembangan teori keberhasilan sistem teknologi dan teori penerimaan Hasil penelitian ini dapat membantu Anda. Juga, pembaca dapat memahami faktor-

faktor yang berdampak baik dan signifikan terhadap adopsi dan penggunaan pembelian online (*E-commerce*) dalam lingkungan Universitas Medan Area.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna dalam mengukur variabel penerimaan aplikasi Shopee dalam lingkungan Universitas Medan Area. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman kita tentang gagasan penerimaan dan keberhasilan sistem teknologi dengan memperluas sumber informasi kita.

1.5. Sistematika Penulisan

Tata cara penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa peneliti ini diangkat, selain itu juga berisi permasalahan yang akan diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar teori yang mendukung kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apa saja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Ini berisi kesimpulan yang dibuat dari pemeriksaan temuan penelitian. Selain itu, studi ini dapat berlanjut, masukan atau rekomendasi harus diberikan kepada peneliti itu sendiri selain itu, untuk sarjana yang akan datang



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *E-commerce*

E-commerce Alternatifnya, perdagangan elektronik mengacu pada pertukaran produk dan layanan, serta pergerakan Data atau uang melalui jaringan elektronik, seperti Internet. Kemajuan teknologi dan informasi telah memungkinkan dilakukannya transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung melalui internet online melalui situs web, yang telah menggantikan etalase fisik. Untuk memfasilitasi penjualan dan transaksi online. Kata “e-commerce” Ini memulai debutnya pada tahun sembilan puluhan., ketika metode jual beli lama digantikan oleh peralatan elektronik berbasis jaringan komputer dan Internet (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017). Teknologi berkembang pesat di masa modern ini, khususnya di bidang bisnis. Anda dapat memanfaatkan teknologi informasi, yang diwujudkan dalam Internet, yang telah berkembang biak dan memperoleh pengaruh sosial, agar dapat bersaing di sektor komersial. Kemampuan bertransaksi secara online, Tidak ada batasan waktu dan dimanapun, kapanpun lokasi, menjadi pendorong utama pertumbuhan e-commerce.

Memahami Perdagangan Elektronik (Maulana et al., 2022) menyatakan dalam bahwa perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai e-commerce, adalah pertukaran barang dan jasa, pembelian dan penjualan barang, dan transmisi dana, layanan, dan informasi melalui sistem komputer atau Internet. Cara lain untuk memikirkan e-commerce adalah sebagai gagasan menjalankan bisnis secara elektronik. memanfaatkan Sistem pengumpulan data dan pengendalian inventaris

yang otomatis, serta strategi beli dan jual kembali barang dan jasa melalui jaringan menggunakan sarana elektronik untuk melakukan transaksi data.

Electronic commerce merupakan salah satu produk yang diciptakan masyarakat saat ini (*electronic commerce*). Guay mendefinisikan e-commerce sebagai transaksi keuangan yang melibatkan pembeli dan penjual dengan menggunakan media elektronik yang bersumber dari Internet untuk membuat kesepakatan mengenai kedatangan produk yang bersangkutan beserta harganya. Transaksi kemudian diselesaikan dengan menyelesaikan dan menyerahkan produk sesuai dengan kontrak tertentu. Definisi ini diberikan oleh (Lindawati, 2022).

Dalam (Lindawati, 2022), Laudon dan Laudon menyatakan bahwa e-commerce adalah skenario dimana Konsumen dan bisnis menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksi komersial untuk bertransaksi secara elektronik untuk pembelian dan penjualan barang. Ada empat kategori di mana e-commerce dibagi:

1. *Business to Consumer (B2C)*, B2C Hal ini mengacu pada pertukaran bisnis-ke-konsumen yang menghasilkan pendirian etalase tempat produk, layanan, dan informasi dipamerkan. Ciri-ciri berikut ini berlaku untuk B2C: Informasi dapat diakses secara terbuka dan dipertukarkan di lingkungan publik. Karena layanan ini bersifat publik, banyak orang dapat memanfaatkannya. Misalnya, layanan ditawarkan secara online karena platform web banyak digunakan. Layanan yang digunakan sesuai permintaan. Produsen harus siap menyesuaikan produksinya untuk memenuhi permintaan pelanggan. Penggunaan sistem client-server adalah hal biasa.

2. *Business to Business* B2B, atau Transaksi bisnis ke bisnis (B2B) mengacu pada pertukaran produk dan layanan antar perusahaan. Fitur B2B meliputi: rekan bisnis yang sudah mengenal dan menjalin kemitraan jangka panjang. Pasangannya adalah satu-satunya yang memiliki akses terhadap informasi tersebut. Data sering dibagikan dan dengan cara yang telah diputuskan oleh semua pihak. Tidak perlu satu aktor menunggu pihak lain mengirimkan data. Peer-to-peer adalah pendekatan populer di mana kedua pelaku usaha dapat berbagi pemrosesan informasi.
3. *Consumer to Consumer* (C2C): pelanggan dapat menjual barang ke pelanggan lain secara langsung; pelanggan ini juga dapat disebut sebagai individu yang menukarkan barang dan jasa. Contoh lain dari C2C termasuk menjual pengetahuan dan bakat serta menggunakan Internet untuk mengiklankan layanan pribadi. Di website lelang tertentu, masyarakat bisa mengajukan objek yang akan dilelang.
4. *Customer to Business* (C2B) penyampaian produk, layanan, atau data dari pelanggan ke perusahaan. strategi bisnis di mana pelanggan akhir menjadikan barang guna bisnis atau organisasi.
5. *Mobil E-Commerce*, atau belanja online seluler. Praktik "pembelian dan penjualan barang, solusi, dan informasi" menggunakan perangkat nirkabel seperti telepon seluler, komputer, dll. disebut sebagai "m-commerce", yang pertama kali diciptakan pada tahun 1997. Melalui jaringan komputer internet, perangkat nirkabel ini gadget berkomunikasi satu sama lain dan melakukan pembelian.

Penjelasan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah suatu cara yang memanfaatkan jaringan komputer atau Internet untuk melakukan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui Internet kapan dan dari mana saja. Dapat membuat transaksi jadi lebih nyaman bagi pengguna..

2.2. Technology Acceptance Model (TAM)

Memperkenalkan Technology Acceptance Model, juga dikenal sebagai TAM, untuk pertama kalinya pada tahun 1989. Dengan membangun hubungan antara perilaku yang diinginkan dan perilaku sebenarnya, Technology Acceptance Model (TAM), sebuah modifikasi berdasarkan Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planning Behavior (TPB), secara efektif menjelaskan konteks penelitian psikologi sosial dan telah berhasil diterapkan pada berbagai jenis perilaku manusia (Nasri dan Sharaf El-Din, 2012). Berkenaan dengan penerimaan TI itu sendiri, TAM berupaya menawarkan penjelasan ringkas mengenai unsur-unsur yang penerimaan pengguna TI (Davis, 1989). Dua gagasan utama adalah kegunaan yang dirasakan dan kesederhanaan penggunaan ditambahkan TAM ke dalam paradigma TRA (Davis, Bagozzi, & Warhaw, 1989).

Teori adopsi Technology Adoption Model (TAM) adalah nama teknologi yang digunakan dalam penelitian ini. Adaptasi khusus dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dirancang untuk mensimulasikan cara pengguna memperoleh teknologi, Davis merilis Technology Adopsi Model (TAM) pada tahun 1989. Banyak sarjana telah mengembangkan paradigma ini dengan cara yang berbeda. Kaitan antara keyakinan (kelebihan dan kegunaan suatu sistem informasi) dengan

tindakan, kebutuhan, dan pengguna sistem informasi dijelaskan oleh TAM. Tujuan TAM adalah untuk mengukur dan menjelaskan seberapa besar penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi akuntansi. Persepsi konsumen teknologi informasi (TI) mengenai manfaat yang dirasakan serta kenyamanan yang dirasakan dibandingkan dengan menggunakan TAM sebagai dasar. Sebuah hipotesis yang disebut TAM menggambarkan bagaimana orang yang memanfaatkan teknologi memandang sesuatu. Ketertarikan akan dipengaruhi oleh pendapat pengguna melalui penggunaan teknologi informasi.

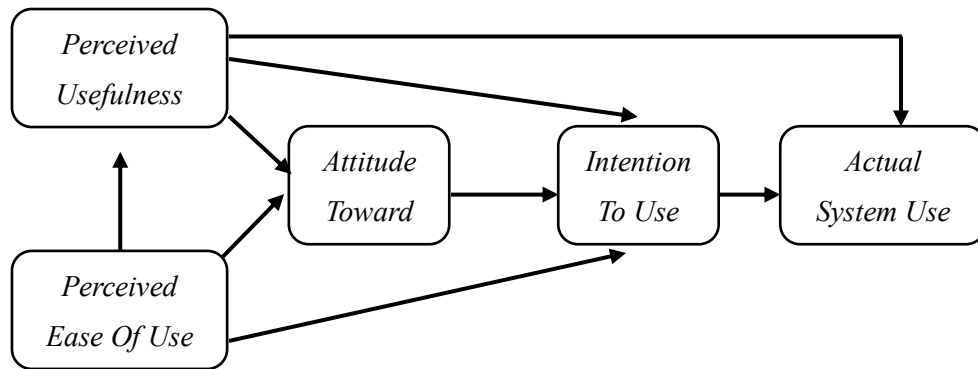
Kemajuan inovasi teknologi telah mengubah apa yang kita lakukan dan cara kita beroperasi. Setiap orang memiliki perspektif berbeda mengenai bagaimana teknologi informasi diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Sikap pengguna terhadap pekerjaan dan tindakan telah dimasukkan ke dalam model penerimaan teknologi. Mengukur cara orang bereaksi terhadap penggunaan teknologi baru dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor penentu jangka panjang mengenai adopsi teknologi oleh pengguna.

Menurut TAM, perilaku pengguna, minat, sikap, persepsi kemudahan penggunaan, dan keuntungan memanfaatkan sistem teknologi semuanya dapat berdampak langsung atau tidak langsung terhadap cara mereka menggunakannya (Park, 2009).

Namun Technology Acceptance Model (TAM) lebih lugas dan Penggunaannya memiliki landasan teori yang kuat. Hal ini berkaitan dengan betapa pentingnya dan menariknya hubungan social (Doll, 2008). TAM dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut di atas melalui penentuan beberapa variabel kunci, yang dipilih Menggunakan badan ini sebagai dasar empiris untuk memodelkan

interaksi antar variabel, serta dari penelitian sebelumnya mengenai teori dan faktor yang terkait dengan penerimaan teknologi. Dibandingkan model lain, TAM lebih aman diterapkan. Hal ini konsisten bersama pernyataan McCoy (2005) bahwa TAM adalah cara yang membantu untuk mengatasi masalah kenapa sebagian besar sistem TI gagal diterapkan karena pengguna tidak ingin memanfaatkannya. Berdasarkan landasan teori yang kuat dan pengujian ekstensif, sebagian besar penelitian dan temuan sepakat bahwa TAM adalah model yang berguna. Keuntungan utama TAM adalah modelnya yang lugas namun dapat diandalkan. Keterkaitan antara perilaku, sikap (manfaat dan kemudahan sistem informasi), tujuan, dan penggunaan sebenarnya oleh pengguna sistem informasi dijelaskan secara sederhana oleh TAM.

Pandangan ini sejalan Untuk mengevaluasi dampak model, penelitian sedang dilakukan penerimaan teknologi, yang memengaruhi perasaan pelanggan dalam mengadopsi layanan e-commerce. Lebih jauh lagi, TAM diperkirakan dapat memperkirakan adopsi konsumen terhadap produk teknologi berdasarkan pengaruh utilitas yang dirasakan serta kemudahan penggunaan. Mengukur jumlah waktu dan frekuensi penggunaan teknologi memungkinkan seseorang untuk melihat status penggunaan sistem yang sebenarnya, yang dikenal sebagai penggunaan sistem sebenarnya. Pada gambar 2.1 model Technology Acceptance Model (TAM).



Gambar 2. 1 Metode Technology Acceptance Model (TAM)

2.3. Pendekatan TAM

Akbar dan Murtaza menegaskan bahwa pesatnya kemajuan teknologi informasi modern telah mempengaruhi beberapa aspek kehidupan manusia. Menurut Darmaningtyas dan Suardana (2017), salah satu kemajuan di bidang audit adalah penggunaan perangkat teknologi yang dikombinasikan dengan pendekatan audit pembelajaran mesin yang dikenal dengan TAM (Technology Acceptance Model). Aldino mengklaim TAM adalah singkatan Model Penerimaan Teknologi dibuat untuk memperjelas untuk masyarakat memahami memanfaatkan teknologi. Seluruh operasi perusahaan, khususnya departemen sumber daya manusianya, akan terpengaruh oleh pengenalan teknologi baru. Tujuan utama TAM adalah sebagai landasan untuk memahami bagaimana keadaan eksternal mempengaruhi pemikiran dan tindakan internal seseorang. Oladipupo mengklaim TAM dimanfaatkan secara khusus di lapangan. sistem komputer untuk memperkirakan penerimaan dan penggunaan dalam pekerjaan masing-masing pengguna.

Technology acceptance model (TAM) Hal ini menjelaskan bahwa gagasan normatif dan keyakinan perilaku adalah dua sumber utama motivasi tindakan individu. Elemen-elemen ini kemudian mendorong seseorang untuk menilai hasil

dan menginspirasi mereka untuk menindaklanjutinya. Dengan demikian, pola pikir dan kriteria pribadi (standar subjektif) seseorang akan ditopang oleh kedua faktor tersebut. Keyakinan dan norma subjektif berdampak pada seberapa besar perhatian dan konsentrasi yang diberikan individu terhadap tindakannya (niat berperilaku). Perilaku seseorang pada akhirnya akan dipengaruhi oleh tujuan perilakunya. Buat TAM untuk menyelidiki variabel yang mempengaruhi pemanfaatan memanfaatkan sistem informasi. Sistem informasi diterapkan dengan penuh minat, menurut temuan penelitian. mempengaruhi penggunaannya, karena minat dipengaruhi oleh opini tentang seberapa bermanfaat teknologi (*perceived utility*) dan opini tentang kesederhanaan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*).

2.3.1. Persepsi Kemanfaatan Menggunakan (*Perceived Usefulness*)

(Kurniawan et al., 2022) Keyakinan pada kegunaan, atau sejauh mana orang Saya yakin pemanfaatan sistem atau teknologi akan semakin maju. kemampuan mereka dalam melakukan pekerjaan, dikenal sebagai persepsi manfaat. Sejahter untuk mengantisipasi penggunaan sistem informasi yang membuat segalanya lebih baik dikenal sebagai manfaat yang dirasakan *increase productivity*.

1. Effectiveness
2. Makes Job easier
3. Usefull

Keunggulannya terbagi dalam dua kelompok, yaitu:

1. *Usefulness* perkiraan hanya satu komponen yang memperhitungkan dimensi:
 - a) Memfasilitasi kerja (*makes job easier*)

- b) Manfaat (*usefull*)
 - c) Menaikkan tingkat produktivitas (*increase productivity*)
 - d) Melakukan peningkatan efikasi (*enhance effectiveness*)
 - e) Meningkatkan prestasi kerja pengembangan (*improve job performance*)
2. *Usefulness* dengan 2 komponen, yang meliputi dimensi:
- a) Kemanfaatan:
 - a. Kerja mudah (*makes job easier*)
 - b. Bergunaa (*usefull*)
 - c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
 - b) Efektifitas:
 - a. Meningktkan efisiensi (*enhance effectiveness*)
 - b. Meningkatkan prestasi kerja (*improve job performance*)

2.3.2. Persepsi Kemudahan Menggunakan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi yang mudah (*perceived ease of use*) Hal ini ditandai dengan Sejahtera mana masyarakat mempertimbangkan untuk memanfaatkan teknologi untuk keuntungan mereka tidak memerlukan upaya apa pun. Menurut (Ningrum, 2020), persepsi kesederhanaan penggunaan adalah sejauh mana pengguna menganggap Keramahan pengguna dan kemudahan penggunaan adalah fitur utama dari teknologi atau sistem. Kemudahan pemanfaatan juga dapat ditentukan oleh seberapa banyak dan seberapa baik pengguna berinteraksi dengan sistem. Upaya seseorang (waktu dan tenaga) dalam memahami TI akan berkurang jika ia meyakini TI mudah digunakan, sesuai definisi yang diberikan di atas. Perbandingan

kemudahan penggunaan ini menunjukkan bahwa pengguna sistem baru beroperasi dengan lebih mudah dibandingkan pengguna sistem lama. Pengguna menganggap TI lebih mudah digunakan, lebih lentur, dan mudah dipahami. berfungsi (kompatibel) sebagai atribut yang mudah digunakan. Berikut ini adalah penanda betapa mudahnya masyarakat mempercayai teknologi informasi untuk digunakan:

1. Sistemnya sangat sederhana untuk dipahami.
2. Memudahkan sistem dalam memenuhi permintaan pengguna.
3. Kembangkan kemampuan Anda dalam mengoperasikan sistem.
4. Sistemnya cukup sederhana.

2.3.3. Sikap Untuk Menggunakan Teknologi (*Attitude Toward Using*)

Menurut Davis (2009) Dalam TAM, sikap individu penggunaan teknologi di tempat kerja disebut sebagai sikap mereka terhadap penerapan atau sikap terhadap penggunaan. Sikap ini dapat dinyatakan sebagai penerimaan atau penolakan terhadap pengaruh sistem. Menurut Davis (2009), sikap kita mengungkapkan kesukaan dan ketidaksukaan kita. Komponen kognitif/perspektif, emosional, dan perilaku membentuk sikap individu (behavioral component).

Menurut Davis (2009), gagasan sikap terhadap penggunaan dalam TAM mengacu pada sikap seseorang dalam memanfaatkan sistem, yang mungkin mengakibatkan penerimaan atau penolakan tergantung pada apakah mereka memanfaatkan teknologi untuk semua aspek pekerjaannya. Elemen situasional adalah sesuatu yang mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku. Zhang (2010) menawarkan perspektif alternatif dimana sikap merupakan sarana menilai hasil suatu perilaku:

1. Penggunaan internet cukup menyenangkan
2. Menggunakan internet sangat menarik;
3. Menggunakan internet sangat bermanfaat
4. Menggunakan internet itu menghibur.

2.3.4. Minat Prilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*)

Behavioral intention to use Ini adalah hrus untuk terus memanfaatkan teknologi seperti yang dipahami saat ini. niat perilaku untuk menggunakan. Prestiana (2018) berpendapat bahwa perilaku penggunaan Seseorang dapat menentukan sikap dan besarnya minat seseorang terhadap teknologi komputer apa yang mereka gunakan, seperti kecenderungan mereka untuk menambahkan aksesoris yang berguna, tetap menggunakannya, dan mencoba mempengaruhi pengguna lain. Giugianto (2008) mendefinisikan perilaku sebagai aktivitas atau reaksi suatu benda atau organisme. Perilaku bisa saja terjadi secara terang-terangan atau tersembunyi, disadari atau tidak, disengaja atau tidak disengaja. Manusia memikirkan alasan di balik tindakan mereka dan bahkan dampak tindakan mereka terhadap orang lain saat mereka melakukan aktivitas apa pun dalam hidup. Kami menyebutnya sebagai perilaku generik.

Orang menilai perilakunya sendiri berdasarkan norma-norma masyarakat. standar dan Untuk mengaturnya, terapkan kontrol sosial. Perilaku adalah cara seseorang atau sekelompok orang mengekspresikan dan menunjukkan sikapnya terhadap situasi dan peristiwa lingkungan tertentu, baik yang berkaitan dengan alam, masyarakat, teknologi, atau organisasi. Bahkan bagi Jugianto, tujuan tetaplah hasrat, yang jelas tidak terpuaskan dalam tindakan, namun tindakan adalah tindakan yang nyata dan nyata.

Niat pengguna untuk menggunakan sistem secara konsisten, seandainya ia memperoleh akses terhadap informasi, dikenal sebagai niat perilaku. Ketika seseorang berpikir bahwa memanfaatkan teknologi baru akan meningkatkan kinerjanya, hal itu mudah untuk dilakukan, namun pengguna dipengaruhi oleh lingkungan sekitar mereka, mereka cenderung tertarik untuk memanfaatkannya saat menggunakan TI.

2.3.5. Penggunaa Sistem yang Sesungguhnya (*Actual System Usage*)

Jumlah masyarakat yang menggunakan layanan berbasis teknologi yang diumumkan baru-baru ini akan menentukan keberhasilan atau kegagalan mereka dalam meningkatkan layanan. Jika lebih banyak orang memanfaatkan teknologi yang baru diumumkan dan jumlah total pengguna bertambah, teknologi tersebut akan berhasil. Dengan demikian menurut Adeputra (2015), penggunaan teknologi oleh seseorang merupakan faktor penentu yang signifikan.

Theory of Reasoned Action (TRA) menghubungkan perilaku, sikap, keinginan, dan keyakinan secara teoritis. Theory of Reasoned Action (TRA), sesuai dengan namanya, pada gagasan bahwa orang bertindak secara sadar, dengan mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan mereka dan informasi yang mereka miliki. Pandangan ini menyatakan bahwa tujuan suatu tindakanlah yang menentukan terjadi atau tidaknya tindakan tersebut.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul pemeriksaan tentang bagaimana aplikasi Linkaja digunakan *Technology Acceptance Model* (Tam) Pada Grapari Telkom Group Medan yang memiliki persamaan dalam penggunaan metode analisis yaitu menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian tersebut

mengebutkan Menurut TAM, ada dua persepsi-persepsi penggunaan dan persepsi kegunaan menentukan adopsi teknologi oleh pengguna. Niat untuk menggunakan teknologi secara langsung dipengaruhi oleh persepsi kegunaannya, namun niat untuk mengadopsi teknologi melalui persepsi kegunaannya Kemudahan penggunaan mempunyai dampak ns langsung atau tidak langsung. Davis (2009) melakukan penelitian dengan menggunakan model TAM dan menemukan bahwa kegunaan (PU) berdampak pada niat menggunakan (ITU), kemudahan penggunaan (PEOU) berdampak pada penggunaan (PU), dan tujuan penggunaan (ITU) berdampak pada niat untuk menggunakan (ITU). Dampak Penggunaan Sebenarnya niat untuk menggunakan (ITU) tidak terpengaruh oleh kemudahan penggunaan (PEOU). Selain itu pada penelitian tersebut hanya menggunakan 2 variabel dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai variabel independent, 1 variabel untuk variabel dependen dan 1 variabel sebagai variabel intervening (Novelia, 2020).

Penelitian selanjutnya yang berjudul Analisis Faktor Penerimaan Dan Kesuksesan *E-commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model (Tam)* Dan *Delone & Mclean* yang menggunakan tambahan metode *Delone & Mclean* dalam proses analisisnya. Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwa *E-commerce* Pasar online ini telah menarik perhatian masyarakat umum karena potensinya sebagai pengganti metode tradisional untuk memuaskan permintaan konsumen. Sekalipun belanja online telah membuat segalanya lebih nyaman bagi konsumen, masih ada sejumlah kelemahan e-commerce, termasuk masalah pesanan, penjual yang tidak responsif, ketakutan akan ketidakjujuran, dan lain. Inilah alasan penelitian ini mencoba untuk menentukan variabel yang mempengaruhi keberhasilan e-

commerce serta kemampuannya untuk diterima oleh masyarakat. Selain mempelajari hasil penilaian model penerimaan dan keberhasilan e-commerce, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi elemen-elemen yang mempengaruhi penerimaan dan keberhasilan e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor persepsi utilitas dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi niat berperilaku secara signifikan dan menguntungkan. Kebahagiaan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi, dan karakteristik sistem secara keseluruhan. Kepuasan pengguna dipengaruhi baik, meski tidak banyak, dengan variabel kualitas layanan. Faktor niat berperilaku dan kepuasan pengguna secara signifikan dan positif mempengaruhi manfaat bersih. Penggunaan aktual sistem dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel niat berperilaku. Temuan pengujian juga menunjukkan bahwa meskipun beberapa asumsi dapat diterima atau signifikan, tidak semuanya mempunyai dampak yang menguntungkan. Delapan hipotesis diuji, dan tujuh diantaranya mempunyai pengaruh memadai dan signifikan. Salah satu faktor mempunyai dampak yang sedikit signifikan namun bermanfaat (Lestari, 2022).

Penelitian lain yang berjudul *Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping* yang menggunakan metode yang sama yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk mengetahui penerimaan teknologi yang masih baru. Teknologi yang telah berkembang secara pesat dan cepat yang bernama internet sehingga dapat menjangkau berbagai aspek kehidupan termasuk dalam aspek bisnis. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa Model TAM Bab ini memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh mengenai adopsi Internet beserta aspek-aspek spesifik yang mungkin mempengaruhi seberapa mudah seseorang

mengadopsi Internet. Menurut konsep ini, faktor kepercayaan setiap perilaku pengguna didasarkan pada dua variabel: utilitas dan kenyamanan penggunaan. Mengingat banyak pengguna komputer yang mengakses Internet karena memenuhi kebutuhan mereka, penelitian empiris menunjukkan bahwa model ini dapat memberikan gambaran luas tentang beberapa elemen perilaku pengguna komputer. Akan tetapi pada penelitian pembahasan antara hubungan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Online Shopping terbatas dikarenakan pembahasannya masih tergolong umum dan tidak mengambil online shopping yang telah berdiri sebelumnya (Loekamto, 2018).

Penelitian yang memiliki judul serupa yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) Tidak mendukung pemanfaatan Internet untuk membeli secara online menggunakan data yang diperoleh dari sosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai seberapa besar penggunaan internet di Indonesia. Pada penelitian tersebut menggunakan metode penelitian interpretatif berbasis kuantitatif. Untuk penelitian ini, data sekunder dan primer digunakan. Informasi primer diperoleh dengan mengirimkan kuesioner kepada masyarakat yang menggunakan internet untuk belanja online atau e-commerce lainnya, sedangkan data sekunder diambil dari publikasi seperti majalah, makalah, dan literatur terkait. Karakteristik yang digunakan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) antara lain kemudahan penggunaan, kesederhanaan, sikap, intensitas, dan penggunaan belanja online atau e-commerce, serta proses transaksi dan proses transaksi. Menurut temuan penelitian, kemudahan penggunaan, kesederhanaan, sikap, intensitas, dan pemanfaatan teknologi Internet ketika melakukan transaksi online, pembelian online, atau terlibat dalam e-

commerce semuanya dipengaruhi secara signifikan oleh kenyamanan. Faktor yang paling mempengaruhi intensitas adalah keadaan, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan, serta penggunaan e-commerce. Temuan studi Bisnis sektor memberikan uang sebagai tanggapan terhadap pemasaran Internet semacam ini e-commerce dan aktivitas pembelian online lainnya. Pengguna, pembeli atau penjual dapat Menemukan apa yang diperlukan dan menyelesaikan pekerjaan itu mudah. mereka dengan memanfaatkan faktor-faktor yang memfasilitasi penggunaan, kesederhanaan, sikap, intensitas, dan pemanfaatan saat menggunakan e-commerce. transaksi serta memberikan kebahagiaan pelanggan (Rosyida, 2017).

Penelitian yang berjudul Periksa metode TAM untuk memanfaatkan program ini *E-commerce* memiliki judul yang hamper sama dengan penulis dengan perbedaan pada penggunaan variabel yang hanya menggunakan variabel berdasarkan metode TAM tanpa adanya variabel pengganggu. Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) Teknologi ini dikembangkan dengan tujuan untuk mengamati dan menganalisis seluruh variabel yang mempengaruhi adopsi teknologi komputer. Berbagai model, seperti yang ditemukan dalam literatur mengenai sikap terhadap teknologi, seperti TRA, TPB, dan TAM, mampu melakukan analisis yang sama. Memahami pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) sangat penting karena sikap terhadap teknologi komputer dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap teknologi tersebut dan faktor lainnya, dan evaluasi terhadap teknologi itu sendiri akan membentuk penilaian terhadap sikap orang tersebut. Kuesioner digunakan dalam metodologi kuantitatif penelitian ini untuk mengumpulkan data. dibutuhkan yaitu data primer (Minan, 2021).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dengan menggunakan metodologi Model Adopsi Teknologi (TAM) di Universitas Medan Area, penulis menguraikan jenis studi, subjek penelitian, tahapan penelitian, dan metodologi yang digunakan untuk mengkaji pendapat mahasiswa tentang adopsi dan penggunaan aplikasi Shopee pada tahap ini. Mahasiswa yang telah memanfaatkan aplikasi diberikan kuesioner untuk diisi agar data dapat dikumpulkan.

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metodologi penelitian kuantitatif digunakan. Ketika melakukan penelitian pada sampel tertentu, penelitian kuantitatif dapat dilihat sebagai pendekatan penelitian berbasis filosofi di mana Alat untuk menganalisis dan menilai data secara akurat, termasuk data kuantitatif yang dapat diperiksa dengan cara ini, telah dibuat. Data kuantitatif dan akumulasi digunakan melalui menggunakan survei responden serta analisis data (Sugiyono, 2016).

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Medan Area. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023.

3.3. Populasi dan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. *Non-probability Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh suatu *sampling* yang memiliki karakteristik yang dikehendaki (Sugiyono, 2016).

Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa yang memanfaatkan aplikasi. Shopee di Universitas Medan Area. Hal ini adalah hasil dari pertimbangan populasi secara keseluruhan yang ada di kota Medan.

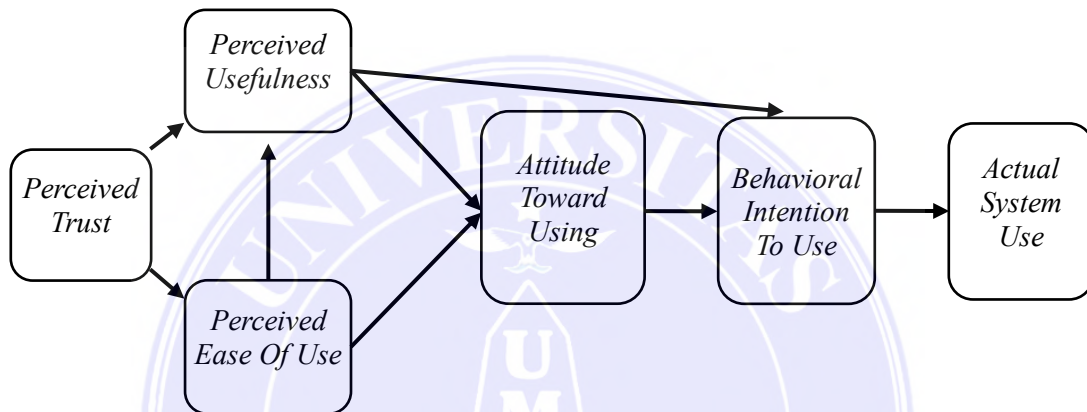
3.4. Variabel Penelitian

Semua yang diketahui tentang variabel penelitian ditambahkan peneliti ke dalam suatu pemeriksaan untuk mengumpulkan informasi dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2013). berdasarkan bagaimana faktor tertentu dan variabel lain berhubungan satu sama lain. Berikut ini adalah variabel yang dipakai:

1. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel kepercayaan dalam penggunaan (*Perceived Trust*), variabel kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), kegunaan dalam penggunaan (*Perceived Usefulness*), sikap dalam penggunaan (*Attitude Towards Using Technology*), prilaku terhadap penggunaan (*behavioral intention to use*).

2. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah penerimaan dan penggunaan aplikasi Shopee pada mahasiswa di Universitas Medan Area.

3.5. Kerangka Teoritis



Gambar 3. 1 Kerangka Berfikir

Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*), Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) memiliki pengaruh terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using*) dan minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*), persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) memiliki pengaruh terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using*). Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using*) memiliki pengaruh terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*). Minat perilaku menggunakan teknologi

(*behavioral intention to use*) memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi (*Actual Technology Use*).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Mencari tahu seberapa besar suatu variabel faktor terhubung dengan faktor lain merupakan tujuan dari definisi operasional. Tabel 3.1 berisi definisi masing-masing variabel.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Inisial	Sumber
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	“Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”	1. Mendapat Sesuatu dari teknologi	PEOU1	(Davis, 1989)
		2. Jelas dan mudah dipahami	PEOU 2	
		3. Fleksibel	PEOU 3	
		4. Mudah untk menjadi Terampil	PEOU 4	
		5. Kemudahan Penggunaan	PEOU 5	
		6. Kemudahan Untuk Dipelajari	PEOU 6	
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	“Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan membawa peningkatan kinerjanya di tempat kerja” adalah definisi dari manfaat yang dirasakan..	1. Mempercepat Pekerjaan	PU 1	(Davis, 1989)
		2. Meningkatkan Kinerja	PU 2	
		3. Meningkatkan Produktivitas	PU 3	
		4. Mempertinggi efektivitas	PU 4	
		5. Mempermudah Pekerjaan	PU 5	
		6. Berguna	PU 6	

Tabel Lanjutan 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Inisial	Sumber
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	Tujuan pengguna dalam menggunakan sistem tertentu.	1. Menggunakan Teknologi Selama Dibutuhkan	BIU 1	(Davis et al., 1989) (Chau, 1996)
		2. Niat menggunakan teknologi sesering mungkin	BIU 2	
		3. Niat menyarankan untuk menggunakan teknologi	BIU 3	
<i>Attitude Toward using</i>	Salah satu jenis kebutuhan didorong oleh motif intrinsik dan pengalaman, yang menyiratkan bahwa pengguna akan mengandalkan suatu produk atau terlibat dalam aktivitas tertentu untuk menentukan apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka dalam hal kebahagiaan, kepercayaan diri, daya cipta, atau	1. Sikap seorang dalam penggunaan teknologi	ATU 1	(Davis et al., 1989)(Davis et al., 1989)
		2. Merasa nyaman dalam penggunaan teknologi	ATU 2	

Tabel Lanjutan 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Inisial	Sumber
	reaksi emosional dan lainnya			
<i>Actual Usage (AU)</i>	Keadaan aktual untuk penggunaan sistem. Jika pengguna puas dengan sistem, menganggapnya mudah digunakan, dan merasa bahwa sistem tersebut meningkatkan produktivitasnya sebagaimana dibuktikan oleh kondisi sebenarnya.	1. Keseringan mengakses teknologi 2. Merasa puas dengan kemampuan teknologi kepercayaan	AU 1 AU 2	(Gefen et al., 2003) (Priambodo & Prabawani, 2015)
<i>Perceived Trust (PT)</i>	Kredibilitas yang Dipertimbangkan Pengertian kepercayaan adalah penilaian terhadap hubungan seseorang dengan individu lain yang melakukan transaksi tertentu dalam lingkungan yang tidak dapat diprediksi sesuai dengan harapan.	1. Percaya bahwa aplikasi tersebut menjaga privasi dan keamanan pengguna 2. Percaya bahwa aplikasi tersebut tidak pernah menipu	PT 1 PT 2	(Ananda Dewi Wahyuni, 2021)

3.7. Penentuan Hipotesis

Menurut (Loanata & Gianina Tileng, 2016), adalah suatu asumsi awal yang ditetapkan oleh peneliti untuk melihat apakah sesuai dengan temuan atau tidak. Model konseptual yang dikembangkan untuk penelitian ini memberikan dasar bagi hipotesis. Mengingat (Loanata & Gianina Tileng, 2016), hipotesis yang digunakan adalah:

H1 : Kepercayaan (*Perceived Trust*) mempengaruhi terhadap Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

H2 : Kepercayaan (*Perceived Trust*) mempengaruhi terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

H3 : Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) mempengaruhi terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*).

H4 : Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) mempengaruhi terhadap Sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*).

H5 : Kegunaan (*Perceived Usefulness*) mempengaruhi perilaku pengguna (*Behavior Intention To Use*).

H6 : Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap Sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*).

H7 : Sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) berpengaruh terhadap perilaku pengguna (*Behavior Intention To Use*).

H8 : Perilaku pengguna (*Behavior Intention To Use*) mempengaruhi terhadap pengguna sesungguhnya (*Actual Using*)

3.8. Penyusunan Instrumen Pengukuran

Faktor-faktor penelitian yang disesuaikan dengan hipotesis yang diajukan menjadi pedoman dalam penyusunan alat ukur dipekerjakan Disini, kuesioner dipakai sebagai strategi penelitian. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk menilai tingkat pengetahuan pengguna, relevansi, dan pengaruh yang dirasakan. Survei yang dibuat mencakup lebih banyak atau lebih sedikit item pernyataan namun tetap mengacu pada penelitian terkait sebelumnya. Kondisi permasalahan dalam penelitian ini diperhitungkan ketika memodifikasi prosedur perhitungan dan pengurangan. Skala Likert empat poin digunakan dalam kuesioner yang dibuat. Penggunaan skala Likert 4 poin memberikan sejumlah manfaat, menurut (Hadi, 1991). Hal ini mencakup kemampuan untuk mengumpulkan data penelitian dengan lebih tepat karena kategori solusi non-spesifik memiliki makna ganda, atau dapat diartikan sebagai ketidakmampuan responden untuk memutuskan atau bereaksi. Tidak boleh ada tanggapan yang ambigu atau hati-hati dari responden untuk mendapatkan seluruh data. Tabel 3.2 menampilkan nilai 4 pada skala likert.

Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert

Skala	Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Hadi, 1991)

3.9. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dibuat, kemudian diuji dengan memberikannya kepada minimal 300 responden. Ada banyak langkah yang dapat dilakukan dalam analisis data yang dikumpulkan dari perangkat, yaitu:

1) Uji Validitas

Mengkorelasikan nilai skor suatu item dengan total skor seluruh item berfungsi sebagai uji validitas instrumen.

2) Uji Reliabilitas

Menurut (Ono, 2020), pengujian reliabilitas berfungsi sebagai alat ukur kesesuaian suatu alat ukur atau derajat konsistensi temuan pengukuran apabila dilakukan lebih dari dua kali. Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk menilai validitas kuesioner dan potensi menghasilkan temuan yang berguna konsisten bila diulangi.

3.10. Analisis dan Pengolahan Data

Pengecekan ulang terhadap temuan kuesioner yang disebarkan dilakukan dengan menggunakan analisis data. Setiap tanggapan kuesioner yang disebarkan diperiksa dengan cermat untuk menentukan apakah semua faktor terpenuhi dan apakah kuantitas tanggapan sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Langkah penyebaran kuesioner diulangi sampai semua variabel dan jumlah responden yang dibutuhkan terpenuhi, dalam hal data tidak tersedia. Setelah data memadai dan komprehensif, pemrosesan data juga dikenal sebagai pengujian alat dilakukan menggunakan SPSS untuk menentukan apakah data tersebut akurat dan dapat diandalkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Suatu kesimpulan dapat diambil dari Informasi yang diambil dan diperiksa awal tahun ini:

1. Berdasarkan analisis hubungan koefisien korelasi, dapat disimpulkan bahwa hubungan yang terjadi antara Variabel X (Kepercayaan) terhadap Variabel Y (Penerimaan) menunjukkan hubungan yang sedang dalam penerimaan sistem Shopee pada mahasiswa Universitas Medan Area adalah 0.503. Sedangkan hubungan yang terjadi antara Variabel X (Kemudahan) terhadap Variabel Y (Penerimaan) menunjukkan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0.695. Hubungan yang terjadi antara Variabel X (Kegunaan) terhadap Variabel Y (Penerimaan) menunjukkan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0.619. Sedangkan hubungan yang terjadi antara Variabel X (Perilaku) terhadap Variabel Y (Penerimaan) menunjukkan hubungan yang sedang dalam penerimaan sistem Shopee pada mahasiswa Universitas Medan Area adalah 0.416. Dan Variabel X (Sikap) terhadap Variabel Y (Penerimaan) menunjukkan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0.709.
2. Nilai korelasi sebesar ini adalah kuat atau sangat kuat positif. Hubungan bersifat kuat positif artinya terjadi hubungan searah antara variabel X dan variabel Y. Bila Kemudahan pemakaian dan Kegunaan semakin baik maka minat pengguna menggunakan teknologi semakin meningkat.

3. Kontribusi pengaruh Variabel X Kepercayaan, Kemudahan, Kegunaan, Sikap, dan Perilaku menggunakan teknologi dalam penerimaan sistem adalah sebesar 59.5%, sedangkan 40.5% ditentukan oleh variabel lain.
4. Hasil pengujian signifikansi (Korelasi Product Moment Person) didapat nilai $f_{hitung} = 88.697$, dengan taraf signifikansi 5% maka nilai $f_{tabel} = 2.250$. Karena f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} maka H_0 ditolak, sehingga H_a diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan dengan Sikap dan Minat perilaku menggunakan teknologi terhadap penerimaan sistem Shopee.

5.2 Saran

Rekomendasi untuk mahasiswa dan penelitian pihak ketiga dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian:

1. Bagi mahasiswa Universitas Medan Area sebagai pengguna aplikasi Shopee bijaklah dalam menggunakan aplikasi Shopee Agar dapat mengoptimalkan kelebihan dan manfaatnya
2. Untuk melakukan riset lebih lanjut, Anda dapat melanjutkan ke *e-commerce* atau pasar lainnya menggunakan formulir penerimaan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda Dewi Wahyuni¹⁾, D. (2021). Konsumen Di Marketplace Shopee. *Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi*, 10(01), 29–41.
- Budiasuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Chau, P. Y. K. (1996). An empirical assessment of a modified technology acceptance model. *Journal of Management Information Systems*, 13(2), 185–204.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- DWI RIZKI SABARKHAH. (2018). PENGUKURAN TINGKAT PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI UANG ELEKTRONIK DI TANGERANG SELATAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 Sebagai. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 51–90.
- Hadi, S. (1991). Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai. *Yogyakarta: FP UGM*.
- Ismail. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), 111–124.
- Kurniawan, A., Yulianti, F., & Putri, T. E. (2022). The Effect of Perceived of Ease of Use, Perceived of Benefits, Trust, Perceived of Risk and Level of Understanding of Electronic Money On Interest In Using E-Money. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja*, 06(01), 132–153.
- Lestari, I. (2022). *Analisis Faktor Penerimaan dan Kesuksesan E-Commerce Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan DeLone & McLean*.
- Lindawati. (2022). *LINDAWATI, Lindawati, et al. PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI BUKALAPAK (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bung Hatta)*.

- Loanata, T., & Gianina Tileng, K. (2016). *Technology Acceptance Model (TAM), Trust, Perceived Risk, E-Commerce, Traveloka*.
- Loekamto, A. (2018). Implementasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1–5.
- Lubis, Z., Lubis, A. H., & Sutrisno, S. (2021). *Pedoman Penggunaan SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Pengolahan Data (Pertama)*. Penerbit: Perdana Mulya Sarana.
- Maulana, I., Harahap, R. D., & Safitri, I. (2022). Use of learning media through technology for biology education students. *BIO-INOVED : Jurnal Biologi-Inovasi Pendidikan*, 4(3), 282. <https://doi.org/10.20527/bino.v4i3.13418>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–34.
- Ningrum, S. (2020). *PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU*.
- Novelia, E. (2020). *ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA GRAPARI TELKOM GROUP MEDAN*. 1–43.
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Prastya Nugraha, A. E., & Wahyuhastuti, N. (2017). *701-Article Text-2077-1-10-20170518* (Vol. 2, Issue 1, p. 9).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja Online. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 2, 81–86.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (XV)*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suryawan, M. B., & Prihandoko, P. (2018). Evaluasi Penerapan SIAKAD Politeknik Negeri Madiun Menggunakan Pendekatan TAM dan EUCS. *Creative Information Technology Journal*, 4(3), 233. <https://doi.org/10.24076/citec.2017v4i3.113>

LAMPIRAN



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian Pengguna Aplikasi Shopee (Mahasiswa Universitas Medan Area)

Hallo teman-teman,

Perkenalkan nama saya Rifi Andri, mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Dalam rangka penyelesaian skripsi saya, saat ini saya sedang melakukan penelitian berkaitan dengan Analisis penerimaan sistem e-commerce Shopee dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada mahasiswa Universitas Medan Area. Oleh karena itu, saya meminta bantuan teman-teman untuk mengisi kuesioner berikut.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan :

1. Mahasiswa Universitas Medan Area
2. Mahasiswa yang pernah menggunakan aplikasi Shopee

Mohon seluruh pernyataan dijawab dengan baik dan jujur sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Jawaban dari responden sangat membantu dalam penyelesaian skripsi saya. Atas bantuan dan kesediaan teman-teman saya ucapkan banyak terima kasih.

Petunjuk pengisian kuesionernya :

Silahkan responden tunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju atas pernyataan berikut berdasarkan skala di bawah ini :

Angka 1 = Sangat Tidak Setuju

Angka 2 = Tidak Setuju

Angka 3 = Setuju

Angka 4 = Sangat Setuju

Persepsi Kepercayaan (Perceived Trust)

Saya percaya bahwa transaksi saya aman saat menggunakan aplikasi Shopee *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya percaya bahwa Shopee menjaga keamanan dan privasi data pengguna dengan baik *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya percaya bahwa aplikasi Shopee tidak akan pernah melakukan penipuan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya percaya aplikasi Shopee pada kondisi sebelum dan sesudah saya membeli produknya *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Saya merasa sistem aplikasi Shopee mudah untuk digunakan *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa tidak kesulitan dalam melakukan transaksi pembelian di aplikasi Shopee *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mudah berinteraksi dengan penjual dan pembeli di aplikasi Shopee *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa navigasi di aplikasi Shopee mudah dipahami *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)

Saya merasa Shopee menyediakan berbagai produk yang saya butuhkan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa aplikasi Shopee memiliki banyak manfaat yang positif *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya dapat meningkatkan pengalaman transaksi online melalui aplikasi shopee *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa bahwa harga produk yang ditawarkan aplikasi Shopee kompetitif *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using)

Saya mengandalkan aplikasi shopee sebagai tempat transaksi online *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya memiliki sikap positif terhadap penggunaan aplikasi shopee *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya menyukai aplikasi shopee sebagai transaksi online *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa Shopee memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan praktis *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Minat Perilaku Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Saya memiliki ketertarikan untuk transaksi online melalui aplikasi Shopee *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya aktif memberikan ulasan atau penilaian terhadap produk yang saya beli di aplikasi Shopee *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya ingin menyarankan menggunakan aplikasi shopee kepada teman-teman *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya menggunakan aplikasi Shopee sebagai referensi untuk transaksi online *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pengguna Sesungguhnya (Actual usage)

Saya telah melakukan transaksi online melalui aplikasi Shopee dalam 2 bulan terakhir *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya selalu menggunakan aplikasi Shopee untuk transaksi online *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya menggunakan aplikasi Shopee untuk kepentingan pribadi *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa puas dengan penggunaan aplikasi Shopee untuk transaksi online *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
1	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
4	3	3	2	2	4	4	2	1	3	3	3	3	2	4	2	4	3	1	3	3	4	2	3	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
7	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
9	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
11	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4
12	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
13	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
14	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
16	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
17	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	2	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	1	3	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
22	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	2	3	4	4	4
23	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
24	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
25	4	3	2	2	4	4	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	2	3	3
26	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
27	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
31	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
32	4	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	1	3	3	4	2	3	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	2	4	1	3	4
34	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3
35	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4
36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
37	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	4
38	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2	4	4	4	4
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	3	4	4	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
41	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	3	1	3	3	2	2	2	4
42	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
43	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
44	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
45	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
49	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
52	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
53	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
54	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4
55	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
56	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
57	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
58	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
60	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
61	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
62	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3
63	4	4	1	1	4	3	2	2	1	3	3	2	1	4	1	4	2	1	2	2	3	3	4	4
64	4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
65	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
68	4	4	2	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	2	2	3	4
69	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4
71	4	2	2	2	3	3	3	2	1	3	3	2	1	4	3	2	2	1	2	2	4	3	3	4
72	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	2	3	1	3	3	2	2	2	4
73	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
74	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
75	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
76	4	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	3	3	4	4
77	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4
78	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4
81	1	1	1	1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	1	4	3	2	1	3	3
82	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3
83	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
84	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
85	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4
86	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
87	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4
88	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
89	4	4	2	2	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4
90	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	3	4
92	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
93	4	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4
98	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
99	3	3	2	2	2	1	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	4
100	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
101	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
103	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
104	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4
105	3	3	2	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3
106	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
107	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4
109	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	2	2	3	4
110	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
111	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
113	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
115	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3
116	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	1	4	3	3	4	4	4
117	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
120	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
121	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
122	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4
123	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4
126	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
128	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
129	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
130	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
131	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
132	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4
133	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
134	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
136	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4
137	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4
139	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
140	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
141	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
143	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
144	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
145	4	3	1	1	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	1	4	3	3	4	4	4
146	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
147	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
149	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	4	3	1	4	3	3	3	3	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
151	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
152	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
153	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4
154	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
155	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	1	4	3	2	2	3	3
156	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
157	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	3	3	2	2	3	3
158	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3
159	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
161	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
163	4	2	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3
164	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
165	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3
166	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
167	4	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
168	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
169	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
170	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
171	3	3	2	3	4	4	1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3
172	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
173	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4
175	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
176	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
178	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3
179	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
180	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
182	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
183	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4
184	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4
185	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4
186	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
189	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3
190	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
191	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
192	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3
193	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
194	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3
195	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
196	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
197	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4
198	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
199	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	1	4	3	4	3	4	4
200	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
202	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
203	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
204	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
205	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	2	3	3
206	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	3	3	2	2	2	1	1	1	2	3	3	2	1	4	2	4	2	2	3	3	2	3	2	3

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
208	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
209	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
210	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
211	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
212	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
213	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4
214	3	3	2	3	4	2	2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
215	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4
216	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3
217	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
218	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
220	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
222	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4
223	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
224	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3
225	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3
226	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
227	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
228	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
229	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	2	2	4	3
230	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
231	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
232	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
233	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3
234	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	3	4	2	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3
235	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
236	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3
237	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
238	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
239	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
240	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
241	4	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	3
242	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
243	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
245	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
246	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3
247	4	2	2	2	4	3	2	2	2	4	4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
248	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
249	4	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
250	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
252	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
253	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
254	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
255	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
256	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
257	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
258	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
259	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4
260	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
261	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
262	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
263	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
264	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	ATU 1	ATU 2	ATU 3	ATU 4	BIU 1	BIU 2	BIU 3	BIU 4	AU 1	AU 2	AU 3	AU 4
265	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
266	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
267	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
268	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
269	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
271	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
272	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
273	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4
274	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3
275	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
276	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4
277	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
278	4	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
279	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
280	3	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4
281	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
282	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
283	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

R	PT			PEOU				PU				ATU				BIU				AU				
	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PE O U 1	PE O U 2	PE O U 3	PE O U 4	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	AT U 1	AT U 2	AT U 3	AT U 4	BI U 1	BI U 2	BI U 3	BI U 4	A U 1	A U 2	A U 3	AU 4
284	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
285	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
286	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
287	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
288	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4
289	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
290	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
291	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	1	3	3	4	2	2	4
292	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	4
293	3	2	2	2	3	3	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4
294	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
295	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
296	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
297	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
298	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
299	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
300	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Keterangan :

R : Responden

PT : *Perceived Trust*

PEOU : *Perceived Ease of Use*

PU : *Perceived Usefulness*

ATU : *Attitude Toward Using*

BIU : *Behavioral Intention tu Use*

AU : *Actual Using*

