

# **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI *ONLINE*”**

## **(Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)**

**Abdul Rahman**  
**Rizki Yudhi Dewantara**  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
Email: [si.penyu11@yahoo.com](mailto:si.penyu11@yahoo.com)

### **ABSTRACT**

*The objectives of this study, are: 1) To find out the impacts of the ease of using information technology toward the interest of using online trading site (case study on the users of “Z” trading site) and 2) To find out the impacts of the benefit of using information technology toward the interest of using online trading site (case study on the users of “Z” trading site). This study is used quantitative method, which the data collected are in the form of statistics with the population of the study are the users of “Z” online trading site. The data analysis that is used in this study is the analysis of multiple linear regression. The results of the study showed that a belief is influencing toward the use of online trading transaction system to Z’s costumers, thus it can be said that, as is the enhancement of a belief then it can increase the use of online trading transaction system to Z’s costumers. “Z” is also the trading site which gives satisfaction guarantee to the costumers, so that it can support the costumers to do online transaction. A belief and satisfaction are influencing simultaneously toward the use of online trading transaction system to Z’s costumers.*

**Keywords: *Ease of Use, the Benefit of Information Technology and the Interest of Using Online Trading Sites***

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi Kasus Pada Pegguna Situs Jual Beli “Z”) dan 2) Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi kasus pada pegguna situs jual beli “Z”). Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka dengan populasi penelitian adalah para pengguna situs jual beli online “Z”. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online pada Konsumen “Z”, dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan adanya peningkatan kepercayaan maka dapat meningkatkan penggunaan sistem transaksi jual beli online pada Konsumen “Z”. Hasil analisis dapat diketahui bahwa “Z” merupakan situs jual beli yang harus memberikan jaminan kepuasan konsumen sehingga dapat mendukung konsumen untuk melakukan transaksi secara online. Kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online pada Konsumen “Z”.

**Kata Kunci: *Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Teknologi Informasi dan Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online***

## PENDAHULUAN

Kondisi yang terjadi di zaman modern ini teknologi berkembang dengan sangat pesat. Penemuan dan inovasi baru di bidang teknologi selalu dilakukan setiap hari guna mendapat teknologi yang canggih dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah-masalah sosial dan ekonomi (Rahardjo, 2002:41).

Kemanfaatan akan diketahui ketika pengguna telah menggunakan teknologi informasi yang mencerminkan timbal balik antara pengguna menggunakan dan setelah pengguna menggunakan. Pekerjaan yang dilakukan dirasa lebih efisien menggunakan teknologi informasi daripada dilakukan secara manual maka tanpa sadar dalam diri pengguna akan timbul keinginan atau minat untuk ingin kembali menggunakan teknologi informasi tersebut.

Minat dalam menggunakan teknologi informasi akan muncul pada saat pengguna menggunakan teknologi informasi dirasakan bahwa setelah menggunakan teknologi tersebut akan muncul rasa bangga yang berdampak positif. Minat pengguna dalam menggunakan teknologi informasi akan memberikan dampak terhadap upaya dalam memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan. Internet memiliki peranan penting sebagai media atau sarana penunjang untuk melakukan penelusuran informasi dan berkomunikasi secara cepat dan akurat.

Internet merupakan jaringan fisik dari berbagai perangkat komputer yang terhubung secara global. Era masyarakat modern seperti sekarang ini, internet dijadikan alternatif sumber informasi pertama yang dapat diakses seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan suatu informasi tertentu. Pengguna bisa melihat barang yang dicari hanya dengan sekali klik pada komputer yang terhubung dengan jaringan internet tanpa harus datang ke toko fisik secara langsung, dari hal tersebut secara tidak langsung pengguna telah merasakan dampak kemudahan dalam menerapkan teknologi informasi yang telah berkembang.

Bisnis melalui situs jual beli *online* di Indonesia berkembang dengan begitu cepat, fenomena tersebut dapat dilihat dari banyaknya penyedia layanan situs jual beli berbasis *online* semisal tokopedia, olx, lazada, dsb. Secara lengkap situs jual beli *online* terbesar di Indonesia tahun 2015 dapat disajikan pada tabel 1

**Tabel 1 Situs Jual Beli *Online* Terbesar di Indonesia Tahun 2015**

No.	E-commerce	Pangsa Pasar
1	OLX	14,77%
2	Lazada	13,12%
3	Tokopedia	12,07%
4	Bukalapak	10,33%
5	Amazon	9,8%
6	Bhinneka	8,77%
7	Elevenia	8,08%
8	Ebay	7,89%
9	“Z”	5,12%
10	Alibaba	3,21%

Sumber: <https://id.techinasia.com>

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat diketahui bahwa fenomena toko *online* terpopuler di Indonesia yaitu OLX, hal ini didasarkan dari konsep *Populer Brand Index*. Toko *online* ini memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 14,77%, hal ini dapat diartikan bahwa OLX menempati *top of mind* (merek yang pertama kali diingat) oleh konsumen dikarenakan olx mudah dan simpel misal. Adapun toko *online* yang menempati urutan kesembilan yaitu “Z” dengan skor sebesar 5,12%, yang dapat diartikan bahwa toko *online* tersebut kurang dikenal oleh masyarakat serta dapat diasumsikan bahwa “Z” belum mampu memenuhi harapan konsumen dari sisi kemudahan penggunaan yang pada akhirnya tidak memberikan manfaat.

“Z”.co.id merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan internet untuk kegiatan usahanya. “Z” memberikan layanan iklan barang atau jasa secara gratis. Beberapa sistem pembayaran yang ditawarkan oleh “Z” diantaranya yaitu menggunakan sistem transfer bank, sistem *Cash on Delivery* (COD), hingga pembayaran dengan kartu kredit.

Berdasarkan *statement* di atas dapat dilihat bahwa masih terdapat konsumen yang merasakan kesulitan dalam menggunakan situs “Z”, dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa “Z” masih belum mampu memberikan layanan transaksi jual beli *online* sesuai dengan harapan konsumen dari sisi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi informasi guna menunjang proses transaksi yang akan dilakukan. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online*” (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)**

## KAJIAN PUSTAKA

### Sistem Informasi

Definisi sistem informasi menurut Jogiyanto yakni sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Jogiyanto, 2005:11). Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan suatu perangkat kerja yang dapat bekerja untuk memproses suatu masukan ataupun data (*input*), kemudian data yang telah diproses (*process*) tersebut akan diproses dan menjadi suatu keluaran (*output*) yang berguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

### Teknologi Informasi

Menurut Lantip dan Rianto (2011:4) teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat. Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah suatu teknologi berupa (*hardware*, *software*, *useware*) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas.

### Kemudahan Penggunaan

Davis dalam Nasution (2004:5) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer.

### Kemanfaatan Teknologi

Menurut Abdulhak (2005:413) terdapat klasifikasi pemanfaatan ICT ke dalam tiga jenis, yaitu : *pertama*, ICT sebagai media (alat bantu) pendidikan yaitu hanya sebagai pelengkap untuk memperjelas uraian-uraian yang disampaikan. *Kedua*, ICT sebagai sumber yakni sebagai sumber informasi dan mencari informasi. *Ketiga*, ICT sebagai sistem pembelajaran. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat TI adalah sebagai berikut: *Pertama*, TI sebagai sumber yakni

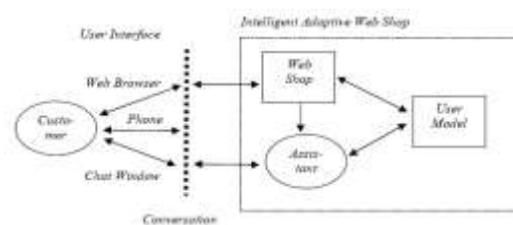
TI dapat dimanfaatkan untuk sumber informasi dan untuk mencari informasi yang akan dibutuhkan. *Kedua*, TI sebagai media, sebagai alat bantu yang memfasilitasi penyampaian suatu informasi agar dapat diterima dan dimengerti dengan mudah. *Ketiga*, TI sebagai pengembang keterampilan pembelajaran, pengembangan keterampilan-keterampilan berbasis teknologi informasi dengan aplikasi-aplikasi dalam kurikulum.

### Situs

Pengertian situs atau web menurut Saputro (2007:1), situs web adalah sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*Hyperlink*).

### E-commerce

*E-commerce* didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang-barang dan jasa melalui jaringan internet dan tidak hanya itu namun mencakup berbagai aspek (Nugroho, 2003). Berdasarkan beberapa definisi *e-commerce* dapat disimpulkan *e-commerce* adalah kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan informasi yang disebut dengan internet. struktur sistem *e-commerce* berbasis *web* sebagaimana disajikan pada gambar berikut:



**Gambar 1 Struktur sistem E-commerce berbasis web**  
Sumber : Aberg dan Shahmehri, 2000 dalam Rofiq, 2007

### Internet

Menurut Ellsworth dan Ellsworth (1997:3) “internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan computer tunggal di seluruh dunia, lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya. Berdasarkan beberapa pengertian internet tersebut dapat disimpulkan bahwa internet adalah jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan *computer*, *smartphone*, tablet dan sejenisnya di seluruh dunia.

Chandra dkk (2007:234) mengungkapkan internet memiliki keunggulan bagi organisasi bisnis maupun konsumen yaitu dalam hal kenyamanan, jangkauan global, alternatif ruang yang relatif “tak terbatas”, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain.

### Minat

Sedangkan menurut sondang P. Siagian (2002: 92) manusia sebagai pembeli produk pasti menggunakan berbagai pertimbangan dalam membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu. Dapat disimpulkan Dengan adanya minat pada seseorang akan menunjukkan kecenderungan untuk memusatkan pada suatu objek yang menariknya pada dasarnya minat seseorang timbul karena pengaruh dari dalam dan luar dirinya yaitu lingkungan dimana individu berada.

### Model Penerimaan Teknologi

#### 1. Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu model penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi yang digunakan untuk keperluan pribadi atau kelompok. *Technology Acceptance Model* (TAM) sendiri merupakan teori yang menjelaskan minat berperilaku dalam menggunakan teknologi. Model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena model penelitian ini sederhana dan mudah penerapannya.

#### 2. Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness)

Jogiyanto (2007:67) mendefinisikan Persepsi Kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Penelitian menunjukkan bahwa konstruk kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *online*.

### 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) merupakan konstruk tambahan kedua dalam TAM, yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu sistem teknologi informasi oleh pengguna berdasarkan tingkat kesulitan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut bagi pengguna.

#### a. Sikap Terhadap Perilaku (Attitude Towards Behavior)

Davis *et al* (1989) dalam Jogiyanto (2007:116) mengartikan sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) sebagai perasaan positif maupun negatif seseorang ketika harus melakukan perilaku yang ditentukan. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dapat diartikan lebih kepada sikap pengguna terkait perilakunya dalam menggunakan sistem yang didasarkan pada perasaan positif maupun negatif yang dirasakan.

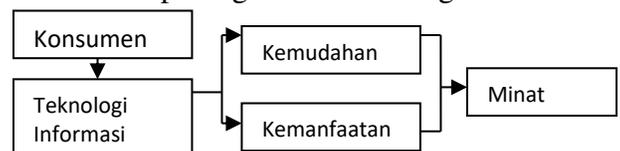
#### b. Minat Perilaku (Behavioral Intention)

Taylor dan Todd (1995), dan Vankatesh dan Davis (2000) menunjukkan bahwa konstruk minat perilaku merupakan sebuah prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pengguna sistem teknologi informasi.

### Model Konsep dan Hipotesis

#### Model Konsep

Model konsep yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

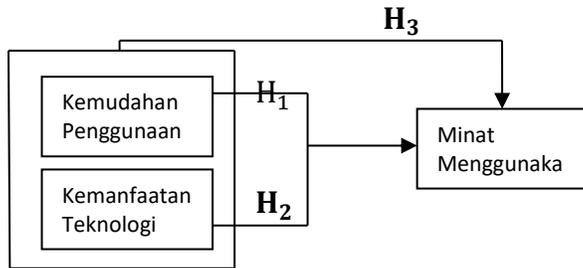


Gambar 2 Model Konsep

Sumber: Venkatesh & Davis, (1996:55)

## Model Hipotesis

Hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:



**Gambar 3 Konsep Hipotesis**  
Sumber: Diolah

Hipotesis yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Kemudahan penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)
- H<sub>2</sub> : Kemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)
- H<sub>3</sub> : Kemudahan penggunaan teknologi informasi dan kemanfaatan teknologi informasi secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

Jenis penelitian ini memiliki kesesuaian dengan judul atau topik penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi kasus pada pengguna situs jual beli “Z”). Lokasi penelitian yaitu di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti karena peneliti tidak dapat menerka berapa total pengguna setiap harinya yang semakin bertambah. Sampel diambil jika peneliti merasa tidak mampu meneliti seluruh populasi. Penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pengguna situs jual beli *online* “Z”. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Pada penelitian ini, data diperoleh dari lapangan dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner

yang sudah di sebar dapat dilihat hasil tanggapan bagi responden yang sudah mengisi pada *fitur View Responses*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner (angket) yaitu daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan aspirasi, persepsi, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya. Tingkat kebenaran dan kehandalan instrumen dapat diketahui dengan melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Pengujian asumsi klasik menggunakan Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan Uji heteroskedastisitas.

## Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini terdapat dua metode analisis yang digunakan yaitu:

### 1. Analisis Deskriptif

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dalam tabel, dan kemudian dibahas secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, baik dalam responden maupun dalam rangka presentase yang dituangkan dalam diagram atau tabel.

### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Rangkuti (2005:149), menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen ( $X_1$  ....  $X_n$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Persamaan rumus yang digunakan adalah (Sugiyono, 2006:243)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan situs jual beli *online*

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kemanfaatan

a = bilangan konstanta

$b_1 b_2 \dots b_k$  = koefisien regresi

Selanjutnya metode pengujian yang dilakukan adalah:

$$H_0 = B_1, B_3, B_3, B_4 = 0$$

$$H_a = B_1, \neq B_2, \neq B_3, \neq B_4, \neq 0$$

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji secara simultan

“Untuk menguji pengaruh jenis variabel independen ( $X$ ) terhadap

variabel dependen (Y) digunakan rumus uji F” (Sugiyono, 2006:219) yaitu:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$F$  = F hitung

$R^2$  = koefisien korelasi linier berganda

$n$  = banyaknya data/sampel

$k$  = banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusannya jika  $\alpha = 5\%$  adalah:

- Jika probabilitas F hitung ( $p$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- Jika probabilitas F hitung ( $p$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima

#### b. Uji Secara Parsial

Uji regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang paling berpengaruh diantara variabel yang lain. Rumus yang digunakan menurut Ranguti (2005:155) adalah:

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

$b$  = koefisien regresi

$Sb$  = standart error untuk koefisien regresi

$t$  = regresi parsial

Jika probabilitas  $t$  hitung  $p \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, tapi jika probabilitas  $t$  hitung  $p \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima.  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas yang diuji mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Kemudahan penggunaan teknologi meningkatkan minat menggunakan situs jual beli online

Hasil analisis dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). Hal ini menunjukkan bahwa dengan dengan semakin meningkatnya kemudahan penggunaan

teknologi informasi maka minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”) juga akan mengalami peningkatan. Adanya pengaruh signifikan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi dalam hal ini mudah untuk dioperasikan, mudah untuk dipelajari dan tampilan *interface* yang jelas maka dapat meningkatkan minat menggunakan situs jual beli *online*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dimas (2015), Andro (2015), Kharisma (2015) yang menunjukkan bahwa kemudahan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan situs jual beli *online*.

### 2. Kemanfaatan teknologi informasi meningkatkan minat menggunakan situs jual beli online

Kemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan situs jual beli online. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kemanfaatan teknologi informasi yang terdapat diperusahaan maka minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”) juga akan mengalami peningkatan. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa kemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini mengenai keakuratan atas informasi, ketepatan waktu penggunaan informasi dan kelengkapan informasi yang diberikan maka dapat meningkatkan minat menggunakan situs jual beli *online*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dimas (2015) menunjukkan bahwa kemanfaatan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan situs jual beli *online*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi maka minat menggunakan situs jual beli *online* akan mengalami peningkatan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa “Z” merupakan situs jual beli yang harus mengutamakan kemudahan dalam penggunaan

teknologi agar selalu dapat bersaing dengan situs jual beli pesaing.

2. Terdapat pengaruh kemanfaatan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli *online* (Studi kasus pada pengguna situs jual beli “Z”). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kemanfaatan teknologi informasi maka minat menggunakan situs jual beli *online* akan mengalami peningkatan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa “Z” merupakan situs jual beli *online* yang harus mengutamakan kemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung minat menggunakan situs jual beli *online*.

### Saran

1. Dalam upaya untuk meningkatkan minat konsumen maka pengelola Situs Jual Beli “Z” harus meningkatkan kemudahan penggunaan teknologi informasi yang ditawarkan. Upaya ini dilakukan untuk memberikan jaminan bahwa situs jual beli tersebut dapat memberikan dukungan untuk memberikan kemudahan atas transaksi *online* yang dilakukan.
2. Dalam upaya menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi jual beli *online* maka pengelola Situs Jual Beli “Z” harus lebih memberikan daya tarik tampilan pada situs jual beli *online* yaitu dengan melakukan perubahan tampilan *website* secara berkala sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan transaksi.
3. Pihak pengelola Jual Beli “Z” harus lebih memperhatikan mengenai informasi yang diberikan kepada konsumen sehingga informasi produk-produk terbaru dapat secara cepat diterima oleh konsumen. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan koordinasi antar bagian atau divisi sehingga dapat mempercepat dalam proses.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhak, Ishak dan Darmawan,Deni, 2005, *Teknologi Pendidikan*, Bandung : PT
- Chandra, A. N. (2006). Gambaran Perilaku dan Motivasi Pemain Online Games. *Jurnal Pendidikan*. Penabur. No. 07/Th. V.
- Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Nasution, Fahmi Natigor. (2004). “Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (*Behavioral Aspect*)”. [Online]. Tersedia : <http://library.USU.ac.id/download/fe/akuntansi-fahmi2.pdf>

Saputro, Hendra W. 2007. *Pengertian Website dan Unsur-unsurnya*. Bandung