

**PENGARUH KEMUDAHAN SERTA KUALITAS INFORMASI TERHADAP
MINAT DAN PENGGUNAAN SITUS JUAL BELI *ONLINE*
(Studi pada Pengguna Situs Jual Beli *Berniaga.com*)**

Andro Kurnia Amanusa
Endang Siti Astuti
Heru Susilo
Jurnal Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail: Androamanusa@gmail.com

Abstract

*This study aims to determine the effect of Information Quality And Ease Of Interest and Use of Online Market Place (Case study *Berniaga.com* User Market Place). This type of research used in this research is explanatory research with quantitative approach. Sources of data in this study are primary data and secondary data, primary data used is by distributing online questionnaires to the respondents, and secondary data used were derived from reports, journals and archives relevant literature-literature. For measure and research data reveal precisely this study using validity and reliability test. Data analysis using descriptive analysis and path analysis. The results showed that significantly influence the ease of consumer interest, information quality significantly influence consumer interest, consumer interest significant effect on the use of buying and selling sites *Berniaga.com*, ease of use significantly influence the buying and selling sites in *Berniaga.com*, information quality significantly influence use *Berniaga.com* selling sites.*

Keyword: Ease and quality information, interest and use of online market place

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Kemudahan Serta Kualitas Informasi Terhadap Minat dan Penggunaan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli *Berniaga.com*). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatory dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, data primer yang digunakan yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner secara online kepada para responden, dan data sekunder yang digunakan yaitu berasal dari laporan-laporan, jurnal dan arsip literature-literature yang relevan. Untuk mengukur dan mengungkap data penelitian dengan tepat penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, minat konsumen berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli *Berniaga.com*, kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli di *Berniaga.com*, Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli *Berniaga.com*.

Kata Kunci: Kemudahan serta kualitas informasi, minat dan penggunaan situs jual beli online

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini penggunaan teknologi dan informasi semakin meningkat dalam dunia perdagangan. Rahardjo (2002, h.41) berpendapat, mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan instan sesuai dengan permintaan pengguna. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah-masalah sosial dan ekonomi.

Salah satu fungsi penting dalam penggunaan teknologi dan informasi ini adalah kemudahan dalam transaksi penjualan. Kemudahan penggunaan ini akan mempermudah penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi penjualan. Kemudahan ini salah satunya dapat diimplementasikan melalui situs jual beli *online*. Kemudahan yang ditawarkan oleh situs jual beli *online* ini adalah untuk mengurangi biaya usaha sekaligus memberikan manfaat bagi meningkatnya minat dalam penggunaan teknologi.

Nurkencana (2001, h.88) menyatakan, minat merupakan suatu gejala jiwa yang tercermin dari adanya rasa suka terhadap suatu obyek yang timbul secara internal. Media internet sangat cocok untuk mengatasi hambatan dalam kegiatan jual beli yaitu adanya batasan wilayah, ruang dan waktu. Penggunaan internet secara positif juga memberikan akses untuk memperluas wawasan dan pengetahuan seseorang. Hal ini menimbulkan pengguna internet dalam aktifitas transaksi semakin meningkat.

Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta pada tahun 2013 hal tersebut diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama Badan Pusat Statistik (BPS). Jumlah pengguna internet tersebut berarti tumbuh 13% dibandingkan catatan akhir tahun 2012 yaitu sebanyak 63 juta orang dan jumlah tersebut termasuk pengguna fasilitas transaksi melalui media *online*.

Salah satu media internet yang menyediakan sarana untuk melakukan transaksi jual beli adalah situs Berniaga.com. Berniaga.com memberikan layanan iklan barang atau jasa secara gratis. Para pengguna dapat memuat dan melihat barang atau jasa yang dijual-belikan oleh organisasi maupun individu secara gratis dengan memiliki akun Berniaga.com maupun tidak. Berniaga.com juga sangat cocok untuk organisasi atau individu yang ingin mencari dan menawarkan barang atau jasa yang sedang diperjual-belikan dengan mudah. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pengguna dan penjual yang melakukan transaksi pada situs

jual-beli Berniaga.com ini yaitu para calon pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi barang atau jasa yang sedang dijual oleh penjual serta penjual mengiklankan barang atau jasa tanpa biaya, dan berbisnis dengan mudah.

Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (Davis, 1986), dimana kemudahan dan kualitas informasi merupakan unsur dari pengaruh langsung yang positif dan signifikan minat pengguna terhadap transaksi di Berniaga.com dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kemudahan dan kualitas informasi akan menentukan seberapa besar minat pengguna dalam melakukan transaksi melalui media internet yang menurut sebagian besar masyarakat memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan media yang lain.

Di sisi lain dalam situs Berniaga.com sering ditemukan masalah yang menjadi kekurangan, sehingga banyak merugikan pengguna dalam bertransaksi yaitu tidak mempunyai reputasi penjualan, dimana penjual tidak memiliki tingkat kepercayaan dalam melakukan transaksi jual beli. Reputasi atau tingkat kepercayaan tersebut di dapatkan dari banyaknya *feedback* positif dari pengguna atau pembeli. Selain itu pembeli tidak dapat memberikan rekomendasi kepada pembeli lainnya atas keakuratan barang yang telah dibelinya dengan memberikan testimoni. Hal ini akan berdampak pada maraknya tindak penipuan yang terjadi ketika proses transaksi jual beli.

Keunggulan yang dimiliki oleh Berniaga.com barang bajakan atau palsu tidak dapat ditransaksikan, dimana barang-barang tersebut adalah tidak asli atau barang kualitas yang menyerupai barang asli buatan pabrik. Tidak dibolehkan mengiklankan barang bajakan atau barang palsu, misalnya produk bermerek, CD/VCD/DVD, perangkat lunak komputer. Semua produk yang ber-laku harus diberi sertifikat orisinal oleh pengiklan. Maka penulis merumuskan masalah Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna dalam situs jual beli online; apakah ada pengaruh kualitas informasi terhadap minat pengguna dalam situs jual beli online; Apakah ada pengaruh minat pengguna terhadap penggunaan situs jual beli online; Apakah ada pengaruh kemudahan terhadap penggunaan situs jual beli online melalui minat; dan Apakah ada pengaruh kualitas informasi terhadap penggunaan situs jual beli online melalui minat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Internet

Menurut Ellsworth dan Ellsworth (1997, h.3) “internet merupakan jaring-an besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan komputer tunggal di seluruh dunia, lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya. Berdasarkan pengertian internet tersebut dapat disimpulkan bahwa internet adalah jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan computer, smart-phone, tablet dan sejenisnya di seluruh dunia.

2. E – commerce

E-commerce menurut Mc Leod dan Schell (2007, h.54) adalah transaksi bisnis yang menggunakan akses jaringan, sistem berbasis komputer dan interface web browser. Berdasarkan beberapa definisi *e-commerce* dapat disimpulkan *e-commerce* adalah kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan informasi yang disebut dengan internet.

3. Minat

Minat merupakan suatu gejala jiwa yang tercermin dari adanya rasa suka terhadap suatu objek yang timbul secara internal (Nurkencana, 2001, h.88). Minat yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kesadaran individu terhadap suatu obyek yang terkait dengan dirinya, sehingga individu memusatkan seluruh perhatiannya kepada obyek tersebut dan melakukan aktivitas yang ada kaitannya dengan obyek tersebut dengan sukarela.

4. Teori Dasar Pemanfaatan Teknologi

TAM (Technology Accetance Model) merupakan teori yang menjelaskan minat berperilaku menggunakan teknologi. TAM (Technology Acceptance Model) dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan dan penerimaan sistem teknologi informasi. TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu sistem teknologi informasi berdasarkan pengaruh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*). Kedua konstruk tersebut memiliki pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*), sementara konstruk kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) mempengaruhi kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).

5. Kemudahan

Davis dalam Nasution (2004, h.5) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Menurut Goodwin dan Silver dalam Nasution (2004, h.5) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan

penggunaan. kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer.

6. Kualitas Informasi

Menurut Jogiyanto (2007, h.15) mengemukakan bahwa “Kualitas informasi mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi”. Kualitas informasi adalah suatu pengukuran yang berfokus pada keluaran yang diproduksi oleh sistem, serta nilai dari keluaran bagi pengguna. Pengukuran kualitas informasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Jogiyanto (2005:10). Indikator yang digunakan antara lain akurasi output, ketepatan waktu output dan relevansi output.

7. Hipotesis

H1 :Kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna (Z).

H2 :Kualitas informasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna (Z).

H3 :Minat pengguna (Z) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y)

H4 :Kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y)

H5 :Kualitas informasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y)

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*Explanatory research*). Menurut Singarimbun (2008:5) penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini akan diketahui adanya pengaruh yang signifikan mengenai kemudahan serta kualitas informasi terhadap minat dan penggunaan situs jual beli on-line pada pengguna situs jual beli Berniaga.com. Teknik analisis yang digunakan yaitu meliputi analisis deskriptif dan analisis jalur (path).

PEMBAHASAN

1. Diskripsi Variabel Penelitian

a. Kemudahan (X₁)

Tabel 1.1

Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
X _{1.1}	7	71	34	3	1	3.69
X _{1.2}	4	70	36	6	0	3.62
X _{1.3}	3	74	33	6	0	3.64
Grand Mean						3.65

Keterangan:

(X_{1.1}) : Mudah untuk dioperasikan

(X_{1.2}) : Mudah untuk dipelajari

(X_{1.3}) : Tampilan *interface* yang jelas

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,69 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com mudah untuk dioperasikan. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,62 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com mudah untuk dipelajari. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,64 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com memiliki *interface* yang jelas. Berdasarkan nilai rata-rata keseluruhan dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,65 tentang kemudahan dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com mudah untuk digunakan, dipelajari dan dioperasikan.

b. Kualitas Informasi (X₂)

Tabel 1.2

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Informasi

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
X _{2.1}	5	59	27	19	6	3.33
X _{2.2}	2	69	34	9	2	3.52
X _{2.3}	5	55	30	19	7	3.28
Grand Mean						3.37

Keterangan:

(X_{2.1}) : Keakuratan

(X_{2.2}) : Ketepatan waktu

(X_{2.3}) : Kelengkapan

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,33 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa situs jual beli Berniaga.com memiliki keakuratan atas informasi barang atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,52 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com memiliki jaminan ketepatan waktu dalam memperoleh informasi. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,28 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa situs jual beli

Berniaga.com memiliki kelengkapan informasi dalam bertransaksi. Nilai rata-rata ke-seluruhan dari variabel kualitas informasi dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,37 dikategorikan kurang baik dalam kualitas informasi yang diberikan situs jual beli Berniaga.com.

c. Penggunaan Situs Jual Beli Berniaga.com (Y)

Tabel 1.3

Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Situs Jual Beli Berniaga.com

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
Y ₁	9	68	34	5	0	3.70
Y ₂	9	74	27	5	1	3.73
Y ₃	9	70	31	6	0	3.71
Y ₄	21	65	23	7	9	3.86
Grand Mean						3.75

Keterangan:

(Y_{1.1}) : Meningkatkan frekuensi pembelian

(Y_{1.2}) : Keefektifan bertransaksi

(Y_{1.3}) : Menyingkat waktu

(Y_{1.4}) : Responsif

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,70 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com memiliki mampu meningkatkan produktivitas pengguna. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,73 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com memiliki jaminan keefektifan dalam melakukan transaksi. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,71 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com menjadikan pekerjaan lebih mudah. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,86 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa situs jual beli Berniaga.com dapat mendukung untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat. Berdasarkan nilai rata-rata keseluruhan dari variabel penggunaan dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,75 dikategorikan baik karena pengguna (penjual dan pembeli) sering menggunakan situs jual beli Berniaga.

d. Minat Menggunakan (Z)

Tabel 1.4

Distribusi Frekuensi Minat Menggunakan

Item	Frekuensi Jawaban Responden	Mean
------	-----------------------------	------

	SS	S	R	TS	STS	
Z _{1.1}	11	72	28	5	0	3,77
Z _{1.2}	11	70	29	6	0	3,74
Z _{1.3}	5	73	32	5	1	3,66
Grand Mean						3,72

Keterangan:

(Z_{1.1}) : Keinginan untuk bertransaksi

(Z_{1.2}) : Continuing dalam keinginan untuk menggunakan

(Z_{1.3}) : Memotivasi pengguna lain untuk selalu menggunakan

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,77 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa minat menggunakan situs jual beli Berniaga.com meningkat. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,74 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa keinginan menggunakan situs jual beli Berniaga.com di masa depan. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,66 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa memotivasi pengguna situs jual beli Berniaga.com lain secara berkelanjutan. Nilai rata-rata keseluruhan diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,72 tentang variabel minat dikategorikan baik, karena banyak pengguna (penjual dan pembeli) memilih situs jual beli Berniaga.com untuk media bertransaksi.

2. Analisis Inferensial

a. Hasil Regresi Analisis Jalur

1. Analisis Jalur Persamaan Regresi Model Pertama (X₁, X₂ terhadap Z)

Tabel 1.5

Hasil Analisis Jalur Model Pertama (X₁, X₂ terhadap Z)

Variabel bebas	Standardized koefisien beta	t hitung	Probabilitas	Keterangan
X ₁	0.349	4.435	0.000	Signifikan
X ₂	0.474	6.024	0.000	Signifikan
Variabel terikat	Z			
R	: 0,734			
R square (R ²)	: 0,539			
Adjusted R square	: 0,531			

Sumber : Data primer diolah, 2014

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel kemudahan (X₁) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat (Z) pada tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha=5\%$) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,349 dengan nilai probabilitas t sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial variabel kemudahan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap minat (Z).

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel kualitas informasi (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat (Z) pada

tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha=5\%$) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,474 dengan nilai probabilitas t sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial variabel kualitas informasi (X₂) berpengaruh signifikan terhadap minat (Z).

Besarnya kontribusi variabel kemudahan dan kualitas informasi terhadap minat dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,531. Artinya bahwa 53,1% variabel minat akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kemudahan dan kualitas informasi. Sedangkan sisanya 46,9% variabel minat akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Analisis Jalur Persamaan Regresi Model Kedua (X₁, X₂, Z terhadap Y)

Tabel 1.6

Hasil Analisis Jalur Model Kedua (X₁, X₂, Y terhadap Z)

Variabel bebas	Standardized koefisien beta	t hitung	Probabilitas	Keterangan
X ₁	0.185	2.312	0.023	Signifikan
X ₂	0.170	2.000	0.048	Signifikan
Z	0.511	5.789	0.000	Signifikan
Variabel terikat	Y			
R	: 0,773			
R square (R ²)	: 0,597			
Adjusted R square	: 0,586			

Sumber : Data primer diolah, 2014

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel kemudahan (X₁) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha=5\%$) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,023 dengan nilai probabilitas t sebesar 0,023 ($0,023 < 0,05$) maka secara parsial variabel kemudahan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y₂).

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel kualitas informasi (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha=5\%$) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,170 dengan nilai probabilitas t sebesar 0,048 ($0,048 < 0,05$) maka secara parsial variabel kualitas informasi (X₂) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y).

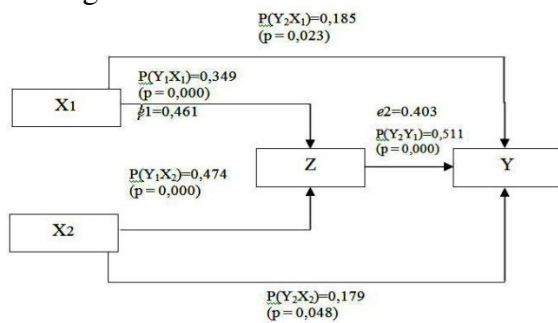
Dari hasil perhitungan secara parsial variabel minat (Z) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha=5\%$) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien

path sebesar 0,511 dengan nilai probabilitas t sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial variabel minat (Z) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y).

Besarnya kontribusi variabel kemudahan, kualitas informasi, dan minat terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,586. Artinya bahwa 58,6% variabel penggunaan situs jual beli Berniaga.com akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kemudahan, kualitas informasi, dan minat. Sedangkan sisanya 41,4% variabel penggunaan situs jual beli Berniaga.com akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Pengaruh Secara Tak Langsung

Besar pengaruh tidak langsung adalah sebesar $0,349 \times 0,511 = 0,17834$ atau di bulatkan menjadi 0,178. Hubungan kemudahan terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com lebih banyak dijelaskan oleh pengaruh secara langsung yaitu sebesar 0,185 dibandingkan oleh pengaruh secara tidak langsung yaitu sebesar 0,178. Besar pengaruh tidak langsung antara kualitas informasi (X_2) terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (Y) melalui Minat (Z) adalah sebesar $0,474 \times 0,511 = 0,24225$ atau dibulatkan menjadi 0,242. Hubungan kualitas informasi terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com lebih banyak dijelaskan oleh pengaruh secara langsung yaitu sebesar 0,242 dibandingkan oleh pengaruh secara tidak langsung yaitu sebesar 0,170. Model akhir dari analisis jalur adalah sebagai berikut :



Gambar 1

Model Analisis Jalur Keseluruhan

Keterangan :

P : Koefisien Jalur

p : Probabilitas e : Error

b. Pengaruh Total (Total Effect)

Tabel 1.7

Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Variabel Bebas	Variabel Intervening	Variabel Terikat	Pengaruh Langsung X terhadap Y	Pengaruh Tidak Langsung X terhadap Y	Total Pengaruh
X_1	Z	Y	0.185	0.178	0.363
X_2			0.170	0.242	0.412

Sumber : Data Diolah, 2014

Untuk mengetahui pengaruh total atau *total effect* (TE) variabel kemudahan terhadap penggunaan dapat diketahui melalui perhitungan berikut ini:

$$TE = (PZX_1 \times PYZ) + PYX_1$$

$$TE = 0,178 + 0,185$$

$$TE = 0,363$$

Hasil dari pengaruh total yaitu sebesar 0,363. Hasil tersebut berarti, bahwa pengaruh kemudahan mempunyai pengaruh terhadap penggunaan melalui minat.

Untuk mengetahui pengaruh total atau *total effect* (TE) variabel kualitas informasi terhadap penggunaan melalui minat dapat diketahui melalui perhitungan berikut ini:

$$TE = (PZX_2 \times PYZ) + PYX_2$$

$$TE = 0,170 + 0,242$$

$$TE = 0,412$$

Hasil dari pengaruh total yaitu sebesar 0,412. Hasil tersebut berarti, bahwa pengaruh kualitas informasi mempunyai pengaruh terhadap penggunaan melalui minat.

c. Ketepatan Model

Ketepatan model hipotesis dan data penelitian diukur dari hubungan koefisien determinasi (R^2) di kedua persamaan. Hasil ketepatan model adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R^2_{\text{model}} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\ &= 1 - (1 - 0,539) (1 - 0,597) \\ &= 1 - (0,461) (0,403) \\ &= 1 - 0,1857 \\ &= 0,8143 \text{ atau } 81,43,7\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ketepatan model sebesar 81,43%, hal ini menjelaskan bahwa pengaruh model untuk menjelaskan hubungan struktural dari keempat variabel yang diteliti adalah sebesar 81,43% dan sisanya 18,57% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

d. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam situs jual beli di Berniaga.com (H_1)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna dalam situs jual beli *online*. Hasil analisis dapat diketahui bahwa dengan adanya kemudahan dalam proses mengoperasional trans-aksi mempengaruhi konsumen untuk menggunakan situs jual beli *online*. Bentuk-bentuk kemudahan yang ditawarkan tersebut yaitu meliputi situs jual

beli Berniaga.com mudah untuk diope-rasikan, situs jual beli Berniaga.com mudah un-tuk dipelajari dan tampilan situs jual beli Ber-niaga.com memiliki *interface* yang jelas, be-berapa kemudahan tersebut memberikan dukun-gan pengguna dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com

b. Pengaruh kualitas informasi terhadap minat konsumen dalam situs jual beli di Berniaga.com (H₂)

Hasil analisis jalur menerangkan bahwa variabel kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap minat pengguna dalam situs jual beli *online*. Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas informasi terhadap variabel minat pengguna dalam situs jual beli *online*.

Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap minat pengguna dalam situs jual beli *online*. Akan tetapi melihat hasil analisis jalur dimana nilai dari variabel kualitas infotmasi terhadap penggunaan melalui minat lebih besar maka disarankan va-riabel kualitas informasi diutamakan melalui va-riabel minat sebelum menggunakan, karena ada-nya 2 indikator dari variabel kualitas informasi yang memberikan hasil rendah dimana keleng-kapan dan keakuratan yang kurang baik atas in-formasi produk yang ditawarkan, situs jual beli Berniaga.com memiliki jaminan ketepatan waktu dalam memperoleh informasi dalam bertransaksi

c. Pengaruh minat pengguna terhadap penggunaan situs jual beli di Berniaga.com (H₃)

Berdasarkan hasil analisis jalur menerangkan bahwa variabel minat memiliki pengaruh terha-dap penggunaan situs jual beli Berniaga. Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signi-fikan dari variabel minat terhadap variabel peng-gunaan situs jual beli Berniaga.com.

Berdasarkan hasil analisis dapat dikatakan bahwa dengan semakin tingginya minat konsu-men maka penggunaan situs jual beli Berniaga. com akan mengalami peningkatan. Peningkatan minat konsumen tersebut ditunjukkan dengan Minat menggunakan situs jual beli Berniaga.com meningkat, keinginan menggunakan situs jual beli Berniaga.com di masa depan dan kemauan untuk menggunakan situs jual beli Berniaga.com secara berkelanjutan.

d. Pengaruh Kemudahan terhadap penggunaan situs jual beli di Berniaga.com (H₄)

Hasil analisis jalur menerangkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan situs jual beli Berniaga.com. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel

kemudahan terhadap variabel penggunaan berpe-ngaruh signifikan. Adanya pengaruh yang signifi-kan menunjukkan bahwa beberapa fasilitas yang diberikan oleh Berniaga.com memberikan dukun-gan konsumen dalam menggunakan situs terse-but. Beberapa kemudahan yang diberikan Berni-aga.com yang memberikan dalam penggunaan situs tersebut yaitu mampu meningkatkan produktivitas pengguna, memiliki jaminan keefektifan dalam melakukan transaksi, menjadikan peker-jaan lebih mudah dan dapat mendukung untuk menyelesaikan perkerjaan dengan lebih cepat.

e. Pengaruh Kualitas informasi terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com (H₅)

Variabel kualitas informasi memiliki peng-aruh terhadap variabel penggunaan situs jual beli Berniaga.com. Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kua-litas informasi terhadap variabel penggunaan si-tus jual beli Berniaga.com.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa va-riabel kualitas informasi berpengaruh terhadap penggunaan situs jual beli Berniaga.com. Dengan adanya informasi yang berkualitas dalam hal ini mencakup mengenai ketepatan dan keakuratan informasi yang diberikan menjadikan konsumen memiliki kepercayaan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan situs jual beli Berniaga. com.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembaha-san dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Diketahui bahwa variabel kemudahan dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com memiliki tampilan *interface* yang jelas, mud-ah dipelajari dan mudah dioperasikan bagi penjual dan pembeli.
- Diketahui bahwa kualitas informasi dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com memberikan ketepatan waktu yang baik, akan tetapi kelengkapan dan keakuratan iklan yang di berikan masih kurang baik.
- Diketahui bahwa situs jual beli Berniaga.com sering digunakan pengguna (penjual atau pe-mbeli) dalam bertransaksi, sehingga penjual mampu meningkatkan frekuensi pembelian terhadap pembeli.
- Diketahui pengguna (penjual dan pembeli). banyak yang berminat menggunakan situs jual beli di Berniaga.com untuk media bertransa-ksi, sehingga pengguna selalu menggunakan situs tersebut secara berkelanjutan.

- e. Variabel kemudahan dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam situs jual beli online.
- f. Kualitas informasi dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com berpengaruh terhadap minat pengguna dalam situs jual beli online.
- g. Minat pengguna (penjual dan pembeli) dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com berpengaruh terhadap variabel penggunaan situs jual beli online.
- h. Kemudahan dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com berpengaruh terhadap penggunaan situs jual beli online melalui minat.
- i. Kualitas informasi dalam menggunakan situs jual beli Berniaga.com berpengaruh terhadap variabel penggunaan situs jual beli online melalui minat.

Daftar Pustaka

- Davis, Keith. (1986) *Personel Management and Human Resource* 2nd. Singapore, McGraw Hill Book Company.
- Ellsworth, Jill H., dan Ellsworth, Matthew V. (1997) *Pemasaran di Internet*, Edisi Revisi, Terjemahan Yulianto. Jakarta, Grasindo.
- Jogiyanto. (2005) *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta, ANDI.
- _____. (2007) *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta, ANDI.
- Mc Leod, Raymond, Jr & George Schell. (2007) *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi 8. Jakarta, PT Indeks.
- Nasution, Zulkarimen. (2004) *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Nurkencana, Wayan. (2001) *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta, Usaha Nasional.
- Rahardjo, Budi. (2002) *Memahami Teknologi Informasi*. Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2008) *Metode Penelitian Survey*. Ed. 19. Jakarta, LP3ES.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Badan Pusat Statistik (BPS). (2013) *Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia*