BAB III
ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Analisis Sistem

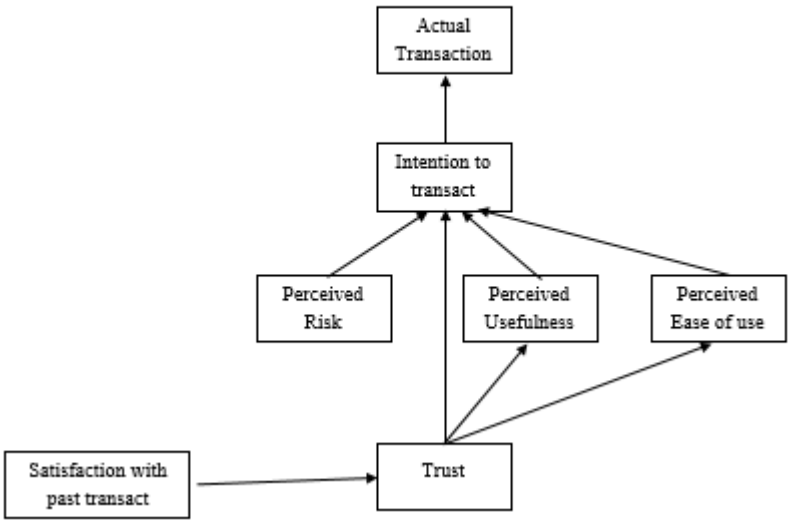
Analisis sistem dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang muncul. Pada bagian ini dilakukan juga analisis mengenai indikator-indikator yang akan digunakan pada kuisioner.

3.1.1 Analisis Masalah

Dalam menganalisis penerimaan pengguna pada Lazada ini terdapat masalah pada model faktor yang akan dianalisis. Adapun masalah yang muncul dalam penelitian ini yaitu kesulitan untuk menentukan faktor dan apa saja yang mempengaruhi penerimaan teknologi pada seseorang dan melihat keterkaitan antar setiap faktor.

3.1.2 Analisis Variabel Penerimaan Pengguna

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptence Model* (TAM) yang telah diperkenalkan oleh Pavlou dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Ali, Caecilia dan Ricky (Sadiyoko, et al., 2009). Diamana variabel yang akan di uji yaitu *actual transaction, intention to transact, perceived risk, perceived ease of use, perceived usefulness, reputation, satisfaction with past transaction,* dan trust.model tersebut dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Model Penelitian

3.2 Analisis Penerimaan Pengguna

Analisis penerimaan pengguna menjelaskan tentang analisis dari model penerimaan pengguna yaitu TAM, matriks keterkaitan antara variabel dengan model penerimaan pengguna (TAM).

3.2.1 Analisis Penerimaan Pengguna pada Lazada

Analisis terhadap model penerimaan pengguna perlu diperhatikan untuk menentukan keterkaitan antara setiap variabel dari model TAM. Berikut adalah matriks faktor internal dan eksternal pada model TAM seperti yang terlihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Matriks Faktor Internal dan Eksternal pada TAM

Trust	Kepercayaan yang dirasakan suatu pengguna terhadap penerimaan teknologi *Online shopping* pada Lazada
a. Dipercaya	
b. Menjaga kepentingan	
c. Menjaga janji dan komitmen	
d. Mempercayai informasi yang tersedia	
e. Benar-benar peduli	
Perceived Usefulness	Keyakinan suatu pengguna terhadap sesuatu yang akan di dapat setelah menggunakan teknologi *Online* pada Lazada
a. Pekerjaan lebih mudah	
b. Bermanfaat	
c. Meningkatkan produktivitas	
d. Meningkatkan kinerja pekerjaan	
e. Mudah digunakan secara keseluruhan	
Perceived Ease Of Use	Kemudahan yang dirasakan oleh pengguna ketika ingin menggunakan teknologi *Online* pada Lazada
a. Mudah dipelajari	
b. Mudah digunakan	
c. Jelas dan mudah dipahami	
d. Menambah keterampilan para pengguna	
Perceived Risk	Kekhawatiran yang dirasakan pengguna ketika akan menggunakan teknologi *Online* pada Lazada
a. Resiko ekonomi	
b. Resiko pribadi	
c. Resiko kinerja penjual	
d. Resiko privasi	

Tabel 3.2 Matriks Faktor Internal dan Eksternal pada TAM Lanjutan

Intention to transact	Keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi sebagai media belanja *online* pada Lazada
a. Memiliki akses pada internet	
b. Mempertimbangkan untuk menggunakan internet dalam bertransaksi	
c. Bertransaksi dalam waktu dekat	
Satisfication with pas transaction	Pengalaman yang di rasakan oleh pengguna ketika membeli menggunakan teknologi *Online* pada Lazada
a. Efisiensi	
b. Keefektifan	
c. Kebanggaan menggunakan sistem	

Faktor-faktor eksternal dan internal yang terdapat pada tabel 3.1 dan tabel 3.2 akan di pakai untuk mngukur penerimaan pengguna di Lazada .

3.2.2 Keterkaitan antar Model Penerimaan Pengguna dengan Karakteristik di Lazada

Lazada memiliki karakteristik umum yang biasa dilakukan oleh pengguna ketika akan melakukan transaksi mulai dari pemilihan barang, shopping cart yang berisi informasi barang dan jumlah barang yang akan di pesan, login, alamat pengiriman, metode pembayaran sampai konfirmasi pembayaran. Ada juga *online support* yang digunakan jika ada pertanyaan dari pengguna yang ingin di tanyakan, dan tampilan antarmuka sebagai penunjang dari website Lazada.

Secara umum, Lazada di katakan sebagai *e-commerce* karena memiliki ciri-ciri berikut ini

1. Produk digital dan non digital

   Produk digital berupa barang-barang elektronik dan barang non digital berupa barang-barang kebutuhan lainnya. Dalam kasus yang ada pada Lazada, pelanggan dapat memilih berbagai jenis barang ataupun melihat barang pada *shopping cart* di *website* Lazada.

2. Transaksi tanpa batas

   Transaksi tanpa batas dimana pelanggan dapat melakukan transaksi secara *online* selama 24 jam tanpa mengenal batas waktu. Dalam kasus yang ada pada Lazada, pelanggan dapat mengakses Lazada kapan pun.

3. Transaksi anonim

   Transaksi anonim berarti secara mudah para penjual dan pembeli dapat bertransaksi melalui internet tanpa harus bertatap muka satu sama lain. Dimana penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang pembayarannya telah di otorisasi (setelah pelanggan melakukan *login*) oleh penyedia layanan sistem pembayaran yang ditentukan. Dalam kasus yang ada pada Lazada seperti metode pembayaran beserta konfirmasi pembayaran yang sudah di tentukan oleh pihak Lazada. Dan pengguna dapat bertanya akan suatu barang dengan fitur *online support* pada Lazada.

4. Produk barang tak berwujud

   Perusahaan barang di bidang *e-commerce* menawarkan barang tak berwujud seperti data, *software* dan ide-ide yang dijual melalui internet. Implementasi e-commerce pada dunia industri, semakin lama semakin luas tidak hanya memberikan kemudahan dalam bisnis, tetapi juga mengubah suasana kompetisi menjadi semakin dinamis dan global. Perkembangan teknologi tidak hanya mendukung kelancaran dan keberlangsungan suatu aktivitas bisnis, namun juga menciptakan industri baru dalam komunikasi bisnis.

Di dalam *e-commerce* terdapat sebuah proses yang umum terjadi, berikut adalah proses yang digunakan pada *e-commerce* :

- Presentasi electronis (pembuatan website) untuk produk dan layanan

  (Lazada membuat tampilan antar muka yang digunakan sebagai media untuk memperlihatkan berbagai jenis barang dan layanan yang di milikinya, salah satu layanan yang tersedia pada website Lazada yaitu *online support* yang digunakan sebagai media komunikasi antara pembeli dan penjual)
- Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.

  (Di Lazada, pengguna dapat memilih barang secara langsung dengan mengklik barang tersebut, setelah sesuai dengan keinginan pengguna, pengguna akan mendapatkan tagihan berupa tampilan *shopping cart*, di *shopping cart* akan berisi tagihan yang akan di bayar dan berisi informasi barang yang telah di pilih).
- Otomasi account pelanggan secara aman.

  (Pada Lazada ketika akan melakukan transaksi, pengguna harus mengisi *login* terlebih dahulu untuk mengetauhi apakah dia pengguna baru atau pengguna tetap, setelah itu pengguna akan mengisi alamat untuk barang yang akan di kirim).
- Pembayaran yang di lakukan secara langsung / *online* dan penanganan transaksi

  (Lazada menyediakan beberapa metode pembayaran yang dapat di gunakan oleh pengguna, setelah mengisi metode pembayaran, pengguna akan melakukan konfirmasi pembayaran dan akan langsung di tangani oleh Lazada dengan mengirimkan konfirmasi pembayaran lewat *email* yang telah di lakukan pengguna).

Berdasarkan ciri-ciri *e-commerce* tersebut, maka penentuan matriks antara setiap karakteristik yang ada pada Lazada dengan model penerimaan dapat di lihat di bawah ini:

1. Pemilihan Barang

Pemilihan barang merupakan tahap dimana pengguna memilih barang yang ingin dipesan. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara pemilihan barang dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Keterkaitan Antar Pemilihan Barang Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Memilih barang
1.	Trust	Dipercaya	Mengenai informasi yang tersedia pada spesifikasi barang
		Menjaga kepentingan	Menyediakan barang baru
		Menjaga janji dan komitmen	Lama pengiriman sesuai dengan informasi yang tersedia
2	Perceived Usefulness	Pekerjaan lebih mudah	Barang sudah dikelompokkan menjadi beberapa kategori, sehingga memudahkan dalam mencari barang
		Meningkatkan kinerja pekerjaan	Mencari barang menjadi lebih cepat
		Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pemilihan barang
3.	Perceived Ease of Use	Mudah dipelajari	Tidak membutuhkan usaha yang lebih dalam memilih barang
4.	Perceived Risk	Resiko pribadi	Pengguna merasa kecewa ketika barang tidak sesuai dengan informasi yang ada pada spesifikasi barang
5.	Intention to transact	Memiliki akses pada internet	Pengguna memiliki akses pada internet jika ingin memilih barang
		Mempertimbangkan menggunakan internet dalam waktu dekat	Pengguna akan menggunakan internet dalam melakukan transaksi dengan waktu dekat
6.	Satisfaction with pas transaction	Keefektifan	Dalam mencari suatu barang menjadi lebih cepat

2. *Shopping Cart*

Shopping Cart berisi mengenai informasi barang yang telah dipesan, pada *shopping cart*, pengguna bisa memilih berapa banyak barang yang akan di pesan. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara *shopping cart* dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Keterkaitan Antar *Shopping Cart* Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Shopping Cart
1.	Perceived Usefulness	Bermanfaat	Pengguna membeli barang yang dibutuhkan
		Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan saat melakukan *shopping cat*
2.	Intention to transact	Bertransaksi dalam waktu dekat	Pengguna akan melakukan transaksi dalam waktu dekat
3.	Satisfication with pas transaction	Efisiensi	Menampilkan barang secara detail
		Keefeektifan	Jumlah barang yang ingin di beli dapat di cek secara langsung
		Kebanggaan menggunakan sistem	Pengguna merasa bahagia melakukan transaksi di Lazada

3. *Login*

Login pada Lazada ada dua, yaitu *login* untuk pengguna baru dan *login* untuk pengguna yang sudah memiliki akun. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara *login* dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Keterkaitan Antar *Login* Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Login
1.	Perceived Usefulness	Mudah digunakan secara keseluruhan	Mudah digunakan secara keseluruhan
2	Perceived Ease of Use	Jelas dan mudah dipahami	Pengguna tidak merasa kesulitan dalam melakukan login

4. Alamat Pengiriman

Alamat pengiriman berisi informasi maupun data dari pengguna, dimana data tersebut menjadi acuan untuk Lazada agar dapat mengirim barang. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara alamat pengiriman dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Keterkaitan Antar Alamat Pengiriman Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Alamat Pengiriman
1.	Perceived Usefulness	Meningkatkan produktivitas	Barang di antar langsung sampai ke tujuan, sehingga pengguna dapat menghemat waktu
		Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam mengisi alamat pembayaran
2.	Perceived Risk	Resiko privasi	Pengguna merasa khawatir informasi data diri tidak aman

5. Metode Pembayaran

Terdapat 5 jenis metode pembayaran yang bisa digunakan oleh pengguna dalam membayar barang yang dipesan di Lazada. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara metode pembayaran dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Keterkaitan Antar Metode Pembayaran Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Metode Pembayaran
1.	Trust	Dipercaya	Pengguna memilih metode pembayaran yang dipercaya
2.	Perceived Usefulness	Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode pembayaran
3.	Perceived Ease of Use	Mudah digunakan	Pengguna tidak memerlukan usaha dalam menentukan metode pembayaran
		Menambah keterampilan pengguna	Mendapat pengalaman lebih dalam menggunakan metode pembayaran yang berbeda-beda
4.	Perceived Risk	Resiko Ekonomi	Pengguna merasa takut, akan ditipu ketika melakukan transaksi
5.	Satisfaction with past transaction	Efisiensi	Pengguna memilih metode pembayaran yang tidak rumit
		Kebanggaan menggunakan sistem	Pengguna merasa bangga dalam menentukan metode pembayaran yang dipakai dalam bertransaksi di Lazada

6. Konfirmasi Pembayaran

Konfirmasi Pembayaran dapat dilakukan ketika pengguna mendapat *email* balasan dari Lazada, kemudian pengguna mengikuti instrukti dari *email* tersebut. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara konfirmasi pembayaran dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Keterkaitan Antar Konfirmasi Pembayaran Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Konfirmasi Pembayaran
1.	Trust	Dipercaya	Dengan adanya konfirmasi dari Lazada membuat pengguna merasa percaya karena tidak ditipu
2.	Perceived Usefulness	Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam melakukan konfirmasi pembayaran
3.	Perceived Ease of Use	Jelas dan mudah dipahami	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam memberikan konfirmasi pembayaran kepada pihak Lazada

4.	Perceived Risk	Resiko Kinerja Penjual	Pengguna merasa khawatir jika Lazada memberikan konfirmasi yang lama

7. Antarmuka

Antarmuka adalah tampilan dari Lazada. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara antarmuka dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.9.

Tabel 3.9 Keterkaitan Antar Antarmuka Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Antarmuka
1.	Trust	Mempercayai informasi yang tersedia	Pengguna dapat mempercayai informasi-informasi yang terdapat pada tampilan Lazada
2.	Perceived Usefulness	Mudah digunakan secara keseluruhan	Secara keseluruhan pengguna dapat melakukan transaksi di Lazada
3.	Perceived Ease of Use	Mudah dipelajari	Pengguna tidak merasa kesulitan dalam menggunakan Lazada
5.	Satisfication with past transaction	Kebanggaan menggunakan sistem	Pengguna merasa bangga dalam melakukan transaksi di Lazada

8. *Online Support*

Online support merupakan fitur yang dimiliki Lazada berupa *online chat* dimana fitur tersebut bisa digunakan ketika pengguna ingin menyampaikan pesan kepada pihak Lazada. Berdasarkan ciri-ciri dari *e-commerce* tersebut, kemudian dipilih beberapa sub faktor yang dispesifikasikan berdasarkan model penerimaan, penjelasan dari keterkaitan antara *online support* dengan sub faktor dapat dilihat pada Tabel 3.10.

Tabel 3.10 Keterkaitan Antar *Online Support* Dengan Sub Faktor Penerimaan Pengguna

No.	Variabel	Sub Faktor	Karakteristik
			Online Support
1.	Trust	Peduli	Dengan adanya fitur *Online support*, Lazada dapat melayani pengguna dengan baik, misalnya menerima komentar dari penggunanya.
2.	Perceived Usefulness	Mudah digunakan secara keseluruhan	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *Online support*
3.	Perceived Risk	Resiko Kinerja Penjual	Pengguna merasa khawatir jika Lazada lambat memberikan respon

Karakteristik tersebut akan di sesuaikan dengan model penerimaan pengguna untuk melihat keterkaitan antar setiap variabel yang ada pada model dengan karakteristik yang ada pada Lazada. Matriks keterkaitan antar setiap variabel dengan karakteristik di Lazada dapat dilihat pada tabel 3.11.

Tabel 3.11 Matriks Keterkaitan Antar Setiap Variabel Dengan Karakteristik Pada Lazada

Variabel	Indikator	Karakteristik							
		Memilih barang	**Shopping cart**	**Login**	**Alamat pengiriman**	**Metode pembayaran**	**Konfirmasi pembayaran**	**Antarmuka**	***Online Support***
Trust	Dipercaya	√				√	√		
	Menjaga kepentingan	√							
	Menjaga janji dan komitmen	√							
	Mempercayai informasi yang tersedia							√	
	Peduli								√
Perceived Usefulness	Pekerjaan lebih mudah	√							
	Bermanfaat		√						
	Meningkatkan produktivitas				√				
	Meningkatkan kinerja pekerjaan	√							
	Mudah digunakan secara keseluruhan	√	√	√	√	√	√	√	√

Tabel 3.12 Matriks Keterkaitan Antar Setiap Variabel Dengan Karakteristik Pada Lazada Lanjutan

Variabel	Indikator	Karakteristik							
		Memilih barang	**Shopping cart**	**Login**	**Alamat pengiriman**	**Metode pembayaran**	**Konfirmasi pembayaran**	**Antarmuka**	***Online Support***
Perceived Ease of Use	Mudah dipelajari	√						√	
	Mudah digunakan					√			
	Jelas dan mudah dipahami			√			√		
	Menambah keterampilan pengguna					√			
Perceived Risk	Resiko ekonomi					√			
	Resiko pribadi	√							
	Resiko kinerja penjual						√		√
	Resiko privasi				√				

Tabel 3.13 Matriks Keterkaitan Antar Setiap Variabel Dengan Karakteristik Pada Lazada Lanjutan

Variabel	**Indikator**	**Karakteristik**							
		Memilih barang	**Shopping cart**	**Login**	**Alamat pengiriman**	**Metode pembayaran**	**Konfirmasi pembayaran**	**Antarmuka**	***Online Support***
Intention to transact	Memiliki akses pada internet	√							
	Mempertimbangkan untuk menggunakan internet dalam bertransaksi	√							
	Bertransaksi dalam waktu dekat		√						
Satisfication with pas transaction	Efisiensi		√			√			
	Keefektifan	√	√						
	Kebanggaan menggunakan sistem		√			√		√	

3.2.3 Pembentukan Pernyataan Berdasarkan Penerimaan Pengguna

Berikut ini adalah pernyataan hasil dari pembentukan kriteria penerimaan pengguna dari variabel model penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) berdasarkan karakteristik dari teknologi *Online* yang akan digunakan dalam kuisioner dapat dilihat pada tabel 3.14.

Tabel 3.14 Pernyataan Yang Terbentuk Berdasarkan Variabel Penerimaan Pengguna

Karakteristik	Variabel	Indikator	Nomor Variabel	Pernyataan
Memilih Barang	*Trust (T)*	1. Dipercaya	T1	1. Informasi yang tersedia pada spesifikasi barang Lazada dapat di percaya. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Menjaga kepentingan	T4	2. Lazada selalu menyediakan barang yang baru a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		3. Menjaga janji dan komitmen	T5	3. Lama pengiriman sesuai dengan informasi yang ada di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Usefulness (PU)	1. Pekerjaan lebih mudah	PU1	4. Barang di Lazada di kelompokkan menjadi kategori-kategori, sehingga memudahkan dalam mencari barang. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Meningkatkan kinerja perkerjaan	PU4	5. Lazada membantu saya mencari barang dengan cepat. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		3. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU5	6. Saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pemilihan barang di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

	Perceived Ease of Use (PEOU)	1. Mudah dipelajari	PEOU1	7. Saya tidak memerlukan usaha yang lebih dalam memilih barang a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Risk (PR)	1. Resiko Pribadi	PR2	8. Saya merasa kecewa, ketika barang yang saya pesan tidak sesuai dengan informasi yang ada pada Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Intention to Transact (IT)	1. Memiliki akses pada sistem internet 2. Mempertimbangkan menggunakan internet dalam waktu dekat	IT1 IT2	9. Saya memiliki akses internet jika ingin melakukan pemilihan barang a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju 10. Saya akan menggunakan internet dalam waktu dekat untuk melakukan pemilihan barang di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Satisfication with past transact (S)	1. Keefektifan	S3	11. Akan lebih efektif jika mencari barang di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Shopping Cart	*Perceived Usefulness (PU)*	1. Bermanfaat 2. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU2 PU6	1. *Shopping Cart* membantu saya melihat barang yang saya pesan. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju 2. Saya dapat mengecek kembali barang apa saja yang sudah saya pesan. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Intention to Transact (IT)	1. Bertransaksi dalam waktu dekat	IT3	3. Saya akan melanjutkan ke proses pembayaran dalam waktu dekat a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Satisfication with past transact (S)	1. Efisiensi	S1	4. *Shopping Cart* menampilkan jumlah barang, harga barang, total harga secara detail

				a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Keefektifan	S4	5. Saya dapat menghapus barang yang sudah saya pesan pada *shopping cart* a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		3. Kebanggaan menggunakan sistem	S5	6. Saya merasa senang, karena *shopping cart* memudahkan saya dalam melihat barang yang sudah saya pesan. a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Login	*Perceived Usefulness (PU)*	1. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU7	1. Secara keseluruhan mudah dalam menggunakan *login* a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Ease of Use (PEOU)	2. Jelas dan mudah dipahami	PEOU4	2. Saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan *login* a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Alamat Pengiriman	*Perceived Usefulness (PU)*	1. Meningkatkan produktivitas	PU3	1. Barang diantarkan langsung sampai ke tujuan, sehingga dapat menghemat waktu saya a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU8	2. Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengisi alamat pengiriman a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Risk (PR)	1. Resiko Privasi	PR5	3. Saya merasa khawatir, jika data yang saya masukan tidak aman a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

Metode Pembayaran	*Trust (T)*	1. Dipercaya	T2	1. Saya memilih metode pembayaran yang saya percaya (COD, Bank Transfer, Kartu Kredit, BCA klik Pay dan Mandiri klikpay) a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Usefulness (PU)	1. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU9	2. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode COD a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PU10	3. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode Bank Transfer a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PU11	4. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode Kartu Kredit a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PU12	5. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode BCA Klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PU13	6. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan metode Mandiri Klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Ease of Use (PEOU)	1. Mudah digunakan	PEOU3	7. Saya tinggal memilih metode pembayaran yang telah ada di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Menambah keterampilan pengguna	PEOU7	8. Saya mendapatkan pengalaman lebih dalam menggunakan metode pembayaran yang berbeda-beda a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

	Perceived Risk (PR)	1. Resiko Ekonomi	PR1	9. Saya merasa takut, akan ditipu ketika menentukan metode pembayaran di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Satisfication with past transact (S)	1. Efisiensi	S2	10. Saya memilih metode pembayaran yang tidak rumit a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
		2. Kebangaan menggunakan sistem	S6	11. Saya merasa bangga dalam menggunakan metode pembayaran COD a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			S7	12. Saya merasa bangga dalam menggunakan metode pembayaran Bank Transfer a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			S8	13. Saya merasa bangga dalam menggunakan metode pembayaran Kartu Kredit a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			S9	14. Saya merasa bangga dalam menggunakan metode pembayaran Mandiri klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			S10	15. Saya merasa bangga dalam menggunakan metode pembayaran BCA klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Konfirmasi Pembayaran	*Trust (T)*	1. Dipercaya	T3	1. Dengan adanya konfirmasi dari Lazada membuat saya percaya a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

	Perceived Usefulness (PU)	1. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU14	2. Saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan konfirmasi pembayaran (COD, Bank Transfer, Kartu Kredit, Mandiri klikpay) a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PU15	3. Saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan konfirmasi pembayaran BCA klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Ease of Use (PEOU)	1. Jelas dan mudah dipahami	PEOU5	4. Saya tidak mengalami kesulitan dalam memberikan konfirmasi pembayaran (COD, Bank Transfer, Kartu Kredit, Mandiri klikpay) a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
			PEOU6	5. Saya tidak mengalami kesulitan dalam memberikan konfirmasi pembayaran BCA klikpay a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Risk (PR)	1. Resiko Kinerja Penjual	PR3	6. Saya merasa khawatir, jika konfirmasi pembayaran dari Lazada terlambat (membutuhkan waktu yang lama) a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Antarmuka	*Trust (T)*	1. Mempercayai informasi yang tersedia	T6	1. Saya mempercayai informasi yang terdapat pada tampilan Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Usefulness (PU)	1. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU16	2. Secara keseluruhan, saya dapat melakukan transaksi di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

	Perceived Ease of Use (PEOU)	1. Mudah dipelajari	PEOU2	3. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Satisfication with past transact (S)	1. Kebangaan menggunakan sistem	S11	4. Saya merasa bangga dalam melakukan transaksi di Lazada a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
Online Support (*Chat*)	*Trust (T)*	1. Peduli	T7	1. Dengan adanya fasilitas *online support*, Lazada dapat melayani pengguna dengan baik (misalnya menanggapi komentar) a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Usefulness (PU)	1. Mudah digunakan secara keseluruhan	PU17	2. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *online support* a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju
	Perceived Risk (PR)	1. Resiko Kinerja Penjual	PR4	3. Saya merasa khawatir, jika Lazada lama memberikan respon ketika saya menggunakan *online support* a.Sangat Setuju b.Setuju c.Cukup Setuju d.Tidak Setuju e.Sangat Tidak Setuju

3.2.4 Penyebaran Kuisioner

Sesuai dengan penetapan sampel menggunakan rumus Maximum Likehold (ML) yang terdapat pada SEM, maka kuisioner di sebar kepada 200 responden khususnya responden yang sudah pernah melakukan transaksi di Lazada. Kuisioner terdiri dari 50 pertanyaan dengan menggunakan skala Likert. Penyebaran kuisioner dilakukan secara online maupun offline. Dari penyebaran kuisioner yang dilakukan terdapat 160 data valid dan 40 data tidak valid. Jumlah penyebaran dan

pengumpulan kuisioner serta jumlah jawaban kuisioner yang di olah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.15 Distribusi Kuisioner dan Pengumpulan Data

Uraian	Keterangan
Sampel terpilih	200
Jumlah kuisioner yang disebar	200
Jumlah kuisioner yang terkumpul	160
Pengisian kuisioner yang tidak valid	40
Jumlah kuisioner yang diolah	160

3.2.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Dalam pengujian kuisioner tools yang digunakan adalah SPSS 16. Peneliti telah menyebar 200 kuisioner kepada responden, di mana 160 data menyatakan bahwa responden pernah menggunakan Lazada, dan 40 responden menjawab tidak pernah menggunakan Lazada. Dengan kata lain pengolahan data akan dilakukan dengan 160 data dimana responden menjawab pernah menggunakan Lazada.

3.2.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan korelasi *Bivariate Pearson* dan *Correlated Item Total Correlation*. Korelasi *Bivariate Pearson* adalah salah satu rumus (dapat dilihat pada persamaan 2.3) yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS. Contoh perhitungan uji validitas T1 dapat di lihat di bawah ini :

Nilai N di dapat dari jumlah sampel : 160 respoden

Nilai x di dapat dari skor item pada T1

Nilai y di dapat dari skor total indikator

Nilai Σxy di dapat dari jumlah hasil perkalian x dan y : 125650

Nilai Σx di dapat dari total skor item pada TI : 639

Nilai Σy di dapat dari total skor pada indikator : 31091

$$r_{xy} = \frac{N\ \Sigma xy - \ \Sigma x\ \Sigma y}{\sqrt{N\ \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}\ \sqrt{N\ \Sigma y^2 - \ (\Sigma y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{160\ (125650) - (639)(31091)}{\sqrt{160\ (2719) - (639)}\ \sqrt{160(6074687) - \ (31091)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{236851}{163{,}46 * 2302{,}1}$$

$$r_{xy} = \ 0.629$$

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah :

1. Jika nilai koefisien korelasi > rtabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (item dikatakan valid)
2. Jika nilai koefisien korelasi < rtabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya angket dinyatakan tidak valid).

Nilai rtabel dapat dilihat pada LAMPIRAN C dengan level signifikan sebesar 5% dan jumlah sampel di sesuaikan. Level signifikan adalah kesalahan taksiran yang umumnya dinyatakan dalam peluang yang berbentuk persentase. Dengan kata lain suatu kesimpulan dari data sampel yang akan diberlakukan untuk populasi itu mempunyai peluang kesalahan dan kebenaran yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Bila level signifikan sebesar 5% maka taraf kepercayaan sebesar 95%. Tabel r digunakan sebagai alat untuk menentukan dan menghitung nilai uji statistik koefisien korelasi, di mana rumus untuk mencari nilai r yaitu :

df = n-2, di mana n sebagai banyaknya sampel.

Df = 160 – 2 = 158

Nilai r tabel pada sampel 158 = 0.155

Uji validitas di lakukan dengan memasukan data yang telah di kumpulkan ke dalam software SPSS 16 dengan rumus dari persamaan 2.3, maka di dapat hasil seperti tabel 3.16.

Tabel 3.16 Nilai Validitas tiap Indikator

Variabel	Koefisien korelasi > 0.155						
	T	PU	PEOU	PR	IT	S	Keterangan
T1	0.636						VALID
T2	0.426						VALID
T3	0.590						VALID
T4	0.646						VALID
T5	0.404						VALID
T6	0.285						VALID
T7	0.246						VALID
PU1		0.323					VALID
PU2		0.407					VALID
PU3		0.469					VALID
PU4		0.222					VALID
PU5		0.358					VALID
PU6		0.515					VALID
PU7		0.418					VALID
PU8		0.416					VALID
PU9		0.168					VALID
PU10		0.229					VALID
PU11		0.372					VALID
PU12		0.168					VALID
PU13		0.171					VALID
PU14		0.466					VALID
PU15		0.457					VALID
PU16		0.349					VALID
PU17		0.376					VALID

PEOU1			0.566				VALID
PEOU2			0.436				VALID
PEOU3			0.231				VALID
PEOU4			0.458				VALID
PEOU5			0.334				VALID
PEOU6			0.298				VALID
PEOU7			0.418				VALID
PR1				0.227			VALID
PR2				0.411			VALID
PR3				0.369			VALID
PR4				0.403			VALID
PR5				0.388			VALID
IT1					0.501		VALID
IT2					0.527		VALID
IT3					0.456		VALID
S1						0.448	VALID
S2						0.167	VALID
S3						0.433	VALID
S4						0.370	VALID
S5						0.539	VALID
S6						0.303	VALID
S7						0.241	VALID
S8						0.360	VALID
S9						0.345	VALID
S10						0.387	VALID
S11						0.275	VALID

3.2.5.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach's*,*Bivariate.* Metode *Alpha Cronbach's*, adalah salah satu rumus (dapat di lihat pada persamaan 2.4) yang dapat digunakan untuk melakukan uji relibilitas data dengan program SPSS. Contoh perhitungan uji realibilitas T1 dapat di lihat di bawah ini:

Nilai n di dapat dari banyaknya data item pertanyaan yang akan di uji : 160

Nilai $\Sigma\sigma_t^2$ di dapat dari jumlah varian skor item T1

Nilai σ_t^2 di dapat dari jumlah varian total

Nilai varian skor item di dapat dari rumus berikut ini :

Nilai Σx di dapat dari total skor item pada T1 : 639

Nilai n di dapat dari jumlah sampel yang di olah : 160

$$\Sigma\sigma_t^2 = \left(\frac{\Sigma x}{n}\right)$$

$$\Sigma\sigma_t^2 = \left(\frac{639}{160}\right) = 3.99$$

Nilai varian total di dapat dari rumus berikut ini :

Nilai Σx^2 di dapat dari total skor item pada T1 yang telah di kuadratkan : 2719

Nilai n di dapat dari jumlah sampel yang di olah : 160

Nilai $\Sigma\sigma_t^2$ di dapat dari varian skor item : 3.99

$$\sigma_t^2 = \frac{\Sigma x^2}{n} - (\Sigma\sigma_t^2)^2$$

$$\sigma_t^2 = \frac{2719}{160} - (3.99)^2 = 1.074$$

Maka, berikut adalah perhitungan nilai realibilitas :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sigma_t^2}{\Sigma\sigma_t^2}\right)$$

$$r_{11} = \left(\frac{160}{159}\right)\left(1 - \frac{1.074}{3.99}\right)$$

$$r_{11} = (1{,}0063)(0.731)$$

$$r_{11} = 0.736$$

Suatu pernyataan dapat di katakan reliabel apabila memenuhi kriteria berikut :

1. 0.80-1.0 maka reliabilitas dikatakan baik.
2. 0.60-0.799 maka reliabilitas dapat diterima.
3. Kurang dari 0.60 maka reliailitas dikatakan kurang baik.

Dari data responden yang telah terkumpul, dan data tersebut di masukan ke software statistis SPSS 16, maka di dapat nilai realibilitas setiap variabel dapat dilihat pada tabel 3.17

Tabel 3.17 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
T1	0.719	Diterima
T2	0.726	Diterima
T3	0.723	Diterima
T4	0.720	Diterima
T5	0.726	Diterima
T6	0.728	Diterima
T7	0.728	Diterima
PU1	0.727	Diterima
PU2	0.726	Diterima
PU3	0.725	Diterima
PU4	0.729	Diterima

PU5	0.726	Diterima
PU6	0.722	Diterima
PU7	0.726	Diterima
PU8	0.726	Diterima
PU9	0.729	Diterima
PU10	0.729	Diterima
PU11	0.726	Diterima
PU12	0.729	Diterima
PU13	0.729	Diterima
PU14	0.725	Diterima
PU15	0.725	Diterima
PU16	0.727	Diterima
PU17	0.727	Diterima
PEOU1	0.722	Diterima
PEOU2	0.726	Diterima
PEOU3	0.729	Diterima
PEOU4	0.726	Diterima
PEOU5	0.727	Diterima
PEUO6	0.728	Diterima
PEOU7	0.725	Diterima
PR1	0.728	Diterima
PR2	0.725	Diterima
PR3	0.727	Diterima
PR4	0.726	Diterima
PR5	0.725	Diterima
IT1	0.722	Diterima
IT2	0.722	Diterima
IT3	0.724	Diterima
S1	0.725	Diterima
S2	0.729	Diterima
S3	0.725	Diterima
S4	0.727	Diterima
S5	0.722	Diterima

S6	0.727	Diterima
S7	0.728	Diterima
S8	0.727	Diterima
S9	0.726	Diterima
S10	0.727	Diterima
S11	0.728	Diterima
Total	0.883	Baik