

- erhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*) pada ojek *online*.
2. Seberapa besar pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap Niat perilaku penggunaan teknologi ojek *online*.
 3. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap Niat perilaku penggunaan teknologi ojek *online*.
 4. Seberapa besar pengaruh sikap (*attitude toward behavior*) terhadap niat perilaku (*behavioural intention*) pada ojek *online*.
 5. Seberapa besar pengaruh kondisi pendukung (*Facilitating Condition*) terhadap penggunaan ojek *online*.
 6. Seberapa besar pengaruh niat perilaku (*behavioural intention*) terhadap perilaku penggunaan teknologi.

5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka studi ini ingin menguji faktor-faktor penerimaan dan penggunaan pemakaian teknologi ojek *online*.

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat pada ojek *online*.
2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi manfaat terhadap Niat perilaku penggunaan teknologi ojek *online*.
3. Mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku penggunaan teknologi ojek *online*.
4. Mengetahui faktor yang mempengaruhi sikap terhadap niat perilaku pada ojek *online*.

5. Mengetahui faktor yang mempengaruhi pengaruh kondisi pendukung terhadap penggunaan ojek *online*.
6. Mengetahui faktor yang mempengaruhi niat perilaku terhadap penggunaan teknologi yang sesungguhnya.

5.1 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan bermanfaat dari sisi akademis maupun non akademis. Manfaatnya antara lain:

1. dari sisi akademis, penelitian berkontribusi bagi pengembangan referensi dalam bidang pemasaran terutama untuk menganalisis pasar konsumen yang didasari oleh penerimaan dan penggunaan teknologi.
2. dari sisi non-akademis, khususnya bagi perusahaan/organisasi, khususnya transportasi maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai penerimaan dan pemakaian teknologi

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Telaah Pustaka

2.1.1. Konsep Adopsi Penggunaan Teknologi

Penggunaan teknologi banyak terjadi perubahan terutama dalam proses bisnis perusahaan. Saat ini perusahaan cenderung berfokus pada penggunaan teknologi di berbagai bidang pelayanan yang ditawarkan, terutama di transportasi. Perubahan yang dilakukan perusahaan membuat konsumen menjadi akrab dengan teknologi.

Sikap adopsi teknologi berupa perilaku penggunaan dari hasil penilaian konsumen mengenai manfaat dan kemampuan pengoperasian yang mudah dalam pemakaian teknologi (Srividya dan Kalaiarasi, 2012). Pengembangan inovasi didalam industri transportasi dalam teknologi informasi dilakukan perusahaan mempengaruhi konsumen untuk mengadopsi teknologi tersebut, agar dapat mempermudah pelanggan khususnya transportasi. Menurut Martin (1999) pengertian teknologi informasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang berhubungan erat dengan proses, penyimpanan data sebagai alat bantu pemakai, dan pengelolaan informasi serta menyebarluaskan informasi. Penggunaan teknologi informasi yang dipakai perusahaan biasanya bertujuan untuk selalu menjadi pilihan pelanggan lama dan memikat pelanggan baru baik agar selalu menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Teknologi informasi juga memberikan dampak baik juga untuk perusahaan karena dalam proses pemberian jasa dikarenakan pemberian jasa menjadi lebih praktis dan teratur.

2.1.2. *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Fishbein & Ajzen (1975) dalam TRA berasumsi “seseorang melakukan sesuatu sesuai dengan yang timbul dari diri sendiri dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia”. Hasil temuan ini yakin bahwa sikap seseorang berawal dari niat untuk melakukan suatu kegiatan.

Ajzen (1980) menyatakan mengenai niat seseorang bahwa:

“Niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif”.

Hasil temuan menyatakan bahwa keinginan seseorang akan berperan dalam proses seseorang untuk melakukan atau tidak. Penjelasan tersebut menyatakan bahwa seseorang berperilaku akan diawali mengikuti niat dan sebaliknya tanpa niat maka tidak akan dilakukan. Perilaku seseorang biasanya berdasarkan niat terlebih dahulu. Arti dari niat perilaku adalah tingkat dimana sikap individu memutuskan secara sadar untuk melakukan atau tidak melakukan aktivitas tertentu di masa yang akan datang (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989).

Fishbein and Ajzen (1975) menyatakan sikap seseorang merupakan hasil dari pertimbangan hasil positif atau negatif yang didapat dari perilaku tersebut. Davis et al (1989) juga berpendapat yang sama sikap pelanggan pada teknologi informasi merupakan konsep dasar sebagai potensi penilaian pengguna dan keinginan penggunaan teknologi. Penelitian terdahulu sudah banyak membuktikan hubungan antara sikap dan niat seorang menentukan sebuah perilaku, seperti yang dilakukan oleh Davis & Venkatesh (1996), Taylor & Todd (1995); Davis (1985).