

Penerapan Metode *Technology Acceptance Model* Untuk Mengetahui Tingkat Penerimaan Pengguna Aplikasi Vidio

Kumara Aditya Ramadhan^a, Allsela Meiriza^b, Nabila Rizky Oktadini^c, Pacu Putra^d, Putri Eka Sevtyuni^e

^aJurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, kumara.ar74@gmail.com

^bJurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, allsela@unsri.ac.id

^cJurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, nabilarizky@unsri.ac.id

^dJurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, pacuputra@unsri.ac.id

^eJurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, putrieka@unsri.ac.id

Submitted: 23-02-2024, Reviewed: 10-03-2024, Accepted 26-03-2024

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i2.1319>

Abstract

Vidio is a Subscription video-on-demand (SVOD) platform offering video streaming services. Based on reviews of the Vidio application, it is known that many negative and low reviews related to the services provided have reduced in satisfaction and user acceptance. The aim of this study is to ascertain the extent of user acceptance by measuring the correlation between several variables. The approach to be utilized is Technology Acceptance Model by measuring the variables of perceived ease of use, perceived usefulness, behavioral intention to use, attitude towards using, and actual use with hypothesis test. The research was conducted on 100 Palembang city residents. Based on this research, there is a very strong positive correlation relationship between attitude towards using and behavioural intention to use. In addition, there is a strong positive correlation between the perceived usefulness variable and other variables except actual use. Overall from the results obtained, in the acceptance of users of the Vidio application, variable exhibits a notable and positive impact on this research. Future research can analyze related applications by considering user interface aspects, so that there is novelty from this research.

Keywords: TAM, Vidio, Streaming Services, User Acceptance

Abstrak

Vidio merupakan sebuah layanan *Subscription video-on-demand (SVOD)* yang memberikan layanan *streaming* video. Berdasarkan ulasan aplikasi Vidio, diketahui banyak ulasan yang negatif dan rendah terkait layanan yang diberikan membuat penerimaan dan kepuasan pengguna berkurang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna dengan mengukur korelasi antara beberapa variabel. Metode yang akan digunakan adalah *Technology Acceptance Model* dengan mengukur variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *behavioral intention to use*, *attitude toward using*, dan *actual use* dengan uji hipotesis. Penelitian dilakukan terhadap 100 orang penduduk kota Palembang. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat hubungan korelasi positif yang sangat kuat antara *attitude toward using* dan *behavioral intention to use*. Selain itu terdapat hubungan korelasi positif yang kuat antara variabel *perceived usefulness* dan variabel lainnya kecuali *actual use*. Secara keseluruhan dari hasil yang didapat, dalam penerimaan pengguna aplikasi Vidio masing-masing variabel berpengaruh signifikan dan positif pada penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis aplikasi terkait dengan mempertimbangkan aspek *user interface*, sehingga terdapat kebaruan dari penelitian ini.

Keywords: TAM, Vidio, Layanan *Streaming*, Penerimaan Pengguna

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Dalam era industri 4.0 kemajuan teknologi dan informasi menjadi transformasi yang tidak dapat dihindari. Lalu muncul berbagai macam inovasi untuk mendorong pengembangan teknologi informasi yang cepat, kompleks, tetapi juga praktis. Semua lapisan masyarakat dihadapkan pada tuntutan untuk dapat meresapi inovasi ini sejalan dengan sifatnya yang dapat memberikan kemudahan dan bantuan dalam melaksanakan berbagai aktivitas sehari-hari [1]. Kemudahan dan bantuan tersebut dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat,

termasuk individu, siswa/mahasiswa, pekerja, dan pemerintahan dikarenakan teknologi [2].

Era industri digital 4.0 terjadi secara periodik dan berpotensi memudahkan banyak individu untuk melakukan segala aspek aktivitas, termasuk dalam menjalankan bisnis. Penggunaan teknologi tidak lepas dari perkembangan dunia usaha, teknologi dapat membantu bisnis maju dan menawarkan peluang bagi pebisnis untuk menarik pelanggan [3]. Suatu contoh nyata pemanfaatan teknologi informasi yaitu melalui penggunaan teknologi sistem informasi sebagai media mengubah data menjadi sebuah informasi dengan akurasi dan

ketepatan yang tinggi. Penggunaan sistem informasi mempermudah proses komunikasi dan pertukaran informasi karena masing-masing sistem informasi memiliki peran dalam menyajikan informasi kepada pengguna melalui pengolahan data, sehingga memberikan sebuah informasi yang lebih akurat bagi pengguna [4].

Sesuai dengan tingginya pertumbuhan penggunaan internet dalam konteks bisnis, internet dianggap sebagai bentuk media baru yang berperan sebagai alat penyebaran informasi [5]. Dengan digitalisasi yang terjadi sangat cepat dan juga kebutuhan akan adanya suatu media hiburan, keberadaan aplikasi *video streaming* termasuk dalam media hiburan yang sangat populer dalam kalangan masyarakat Indonesia [6]. Berdasarkan data laporan Populix tahun 2022, diketahui alasan utama kenapa masyarakat menggunakan aplikasi *video streaming* berlangganan ialah karena dapat ditonton kapan saja dan memiliki banyak pilihan film yang dapat ditonton. Dengan kepopuleran aplikasi *video streaming* ini mendatangkan peluang yang cukup besar bagi platform *SVOD* (*subscription video on demand*) oleh karena itu terjadi persaingan antar platform *SVOD* yang cukup ketat terjadi di Indonesia [7].

Subscription video-on-demand (SVOD) adalah layanan *streaming* video yang memberikan pengalaman menonton interaktif dan memanfaatkan algoritma untuk menyajikan berbagai konten, seperti film, seri, dan dokumenter [8]. *SVOD* menunjukkan kemiripan dengan paket TV konvensional, di mana konsumen mendapatkan hak akses untuk menonton konten dengan membayar jumlah langganan yang tetap setiap bulannya. Para pelanggan ini juga tidak terikat oleh kontrak jangka panjang, sehingga mereka tidak memiliki kewajiban untuk memperpanjang langganan. [9].

Salah satu platform *SVOD* yang tersedia dan dapat digunakan di Indonesia adalah Vidio, didirikan oleh Adi Sariaatmadja dan telah beroperasi sejak tahun 2014. Vidio memberikan banyak jenis pilihan tontonan dari acara TV, *Sports*, *Original Series*, *Anime & Drama*, *Hollywood Movie* dan masih banyak lagi [10].

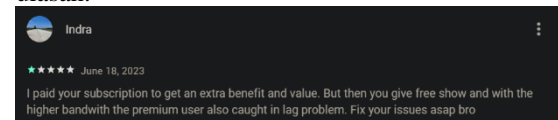


Gambar 1. Pengguna platform *SVOD* di Indonesia tahun 2022
 Sumber : Populix Tahun 2022

Berdasarkan data yang di atas, diketahui bahwa platform *SVOD* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Netflix, Disney+ dan YouTube. Sedangkan untuk Vidio berada pada posisi ke-5, dapat dilihat dari urutan posisi dan total persen untuk platform tersebut posisi Vidio cukup jauh jika dibandingkan dengan platform lainnya, terlebih platform Disney+ yang baru rilis pada tahun 2020 lalu berada pada posisi ke-2 [11].

Dengan banyaknya pesaing baru serta pertumbuhan industri yang sangat cepat dan kemudahan pelanggan untuk berpindah, mengharuskan Vidio untuk menjalankan strategi yang tepat untuk menjaga dan meningkatkan jumlah kesetiaan pengguna, khususnya di Indonesia terhadap layanan platform mereka. Kesetiaan pengguna adalah bentuk komitmen yang dipegang oleh individu untuk terus menggunakan suatu layanan, dan hal ini menjadi sangat signifikan bagi penyedia layanan [12]. Lalu salah satu faktor terpenting lainnya dalam menghadapi kompetisi yang ketat pada industri untuk mempertahankan pelanggan lama atau menarik pelanggan baru adalah dengan memaksimalkan penerimaan pengguna, yang berarti meningkatkan bisnis atau layanan yang menggunakan teknologi informasi [13].

Untuk platform *SVOD* di mana interaksi antara manusia dengan komputer sangat tinggi, kualitas layanan dalam sisi pengalaman menjadi hal yang sangat penting. Dengan ini membuat variabel *user experience* menjadi komponen penting dalam interaksi antar pelanggan dengan perusahaan yang berbasis komputer, karena variabel tersebut berkaitan sangat erat dengan kualitas layanan [14]. Maka untuk mengetahui kenapa platform Vidio ini kurang diminati dapat dilihat melalui pengalaman pengguna yang telah menggunakan Vidio melalui ulasan.



Gambar 2. Ulasan Aplikasi Vidio di Google Play Store

Ulasan negatif mengenai *user experience* Vidio banyak ditemukan pada kolom ulasan Google Play Store seperti gambar di atas. Dapat dilihat salah satu pengguna merasa tidak puas karena meskipun mereka sudah berlangganan aplikasi masih mengalami banyak kendala dan tidak memberikan status berlangganan serta *benefit* yang seharusnya kepada pengguna. Dengan adanya ulasan negatif mengenai kualitas layanan dan *user experience* Vidio yang terjadi terus menerus, dikhawatirkan akan membawa dampak buruk bagi penerimaan dan loyalitas pelanggan oleh karenanya pemberian ulasan dan bintang yang negatif atau sedikit dapat mempengaruhi nama perusahaan platform tersebut

mengakibatkan penurunan pengguna [15]. Maka diperlukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan serta penerimaan aplikasi Vidio agar dapat mengetahui apa yang sebenarnya pengguna inginkan baik itu meningkatkan atau menjaga layanan, fitur, sistem dan lain sebagainya [16].

Dalam melakukan analisis, diperlukan suatu metode yang berfungsi sebagai pedoman untuk mengolah atau mengubah data numerik menjadi informasi yang bermanfaat [17]. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi yang mereka gunakan. Metode ini bermula dari konsep kognitif yang diterapkan agar dapat menjelaskan performa pengguna teknologi informasi menurut aspek kepercayaan, hubungan perilaku pengguna, sikap, dan niat [18].

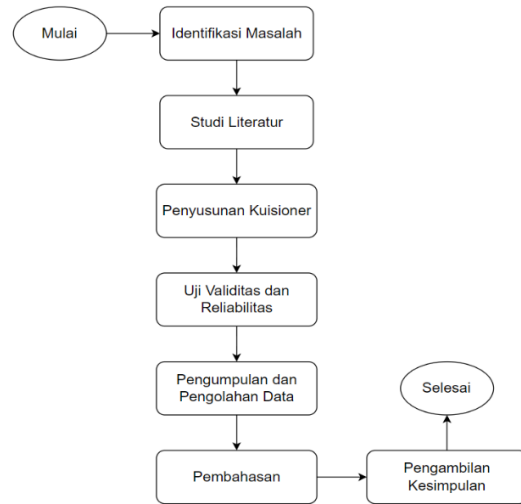
Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfadda dan Mahdi (2021) dengan topik mengukur penggunaan aplikasi Zoom oleh pelajar dalam kursus bahasa menggunakan metode TAM, menyatakan bahwa terdapat dua variabel spesifik yaitu, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang dihipotesiskan sebagai penentu mendasar dari penerimaan pengguna. Lalu disebutkan juga bahwa metode TAM menjelaskan kinerja individu dari suatu perilaku (*attitude toward using*) tertentu ditentukan oleh niat perilaku mereka untuk melakukan tugas tertentu (*behavioral intention to use*) [24].

Maka berdasarkan pembahasan tersebut, peneliti tertarik untuk menerapkan metode TAM untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi Vidio. Penelitian ini akan menggunakan 5 variabel metode TAM, 5 variabel tersebut adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *behavioral intention to use attitude toward using*, dan *actual use* dengan target sampel penduduk kota Palembang yang pernah menggunakan aplikasi Vidio.

METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Berikut beberapa alur langkah proses penelitian yang akan dilakukan :



Gambar 3. Tahap penelitian

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut teknik yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini :

1. Kuesioner

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner dimaksudkan untuk mendapatkan data umum mengenai pengguna, untuk mendapatkan data variabel perspektif yang mempengaruhi penerimaan pengguna aplikasi Vidio. Penyebaran kuesioner akan ditujukan untuk responden yang pernah menggunakan aplikasi Vidio di Kota Palembang melalui platform *Google Form*.

2. Studi Kepustakaan

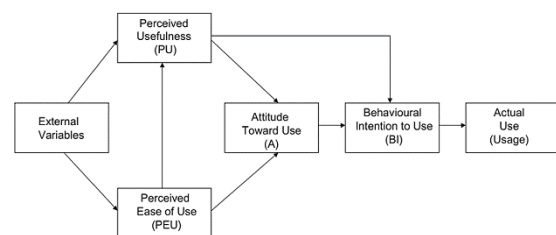
Peneliti melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data literatur-literatur yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya pada buku ilmiah, jurnal, artikel dan lainnya.

3. Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati keseluruhan terkait penggunaan aplikasi Vidio.

2.3 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menerapkan metode TAM untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan, yaitu aplikasi Vidio dengan mengukur korelasi antara variabel tertentu pada metode TAM. Berikut model variabel TAM [18] :



Gambar 4. Model TAM

1. Persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), diartikan berupa seberapa jauh seseorang mempercayai sepenuhnya jika pemanfaatan teknologi informasi bakal meminimalkan usaha yang diperlukan [19].
2. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), diartikan seberapa jauh seorang pengguna meyakini sebetulnya kegunaan teknologi informasi mampu meningkatkan performa atau kinerjanya [19].
3. Persepsi perilaku ketika penggunaan (*attitude toward using*), diartikan berupa sejauh mana seorang pengguna mengevaluasi perilaku dalam penggunaan teknologi informasi [19].
4. Persepsi minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), diartikan berupa kemauan ketika seorang akan melakukan tindakan tersendiri [19].
5. Persepsi penggunaan sesungguhnya (*actual use*), dinilai dengan total waktu yang digunakan untuk berinteraksi terkait teknologi serta frekuensi penggunaan teknologi tersebut [19].

2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen yang akan diterapkan untuk mengumpulkan data - data yang akan diolah untuk hasil penelitian ini adalah melalui proses penyebaran kuesioner terkait penerimaan pengguna terhadap aplikasi Vidio. Kuesioner berisi 14 pernyataan yang akan dibagikan berdasarkan variabel - variabel yang ada pada metode TAM. Berikut tabel instrumen penelitian (kuesioner) yang akan dibagikan :

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	Kode
Perceived ease of use	Fitur dan navigasi aplikasi Vidio jelas dan mudah dipahami.	PEOU1
	Mencari tontonan yang diinginkan pada aplikasi Vidio sangat mudah.	PEOU2
	Aplikasi Vidio dapat digunakan serta diakses dimana saja dan kapan saja.	PEOU3
Perceived Usefulness	Aplikasi Vidio sangat membantu saya ketika mencari tontonan yang diinginkan.	PU1
	Aplikasi Vidio dapat menghemat biaya ketika mencari tontonan.	PU2
	Aplikasi Vidio berguna untuk memenuhi hobi saya dalam menonton film <i>hollywood/drama/sports</i> dan lain sebagainya.	PU3
Behavioral Intention To Use	Dengan banyaknya variasi tontonan yang tersedia membuat saya ingin mencoba fitur langganan aplikasi Vidio.	BIU1
	Banyaknya variasi tontonan yang disediakan aplikasi Vidio membuat saya tertarik mencoba genre tontonan baru.	BIU2

	Saya merasa untuk tetap menggunakan aplikasi Vidio ketika mencari tontonan.	BIU3
Attitude Toward Using	Saya senang menggunakan aplikasi Vidio untuk mencari tontonan yang diinginkan.	ATU1
	Saya menikmati variasi tontonan pada aplikasi Vidio.	ATU2
Actual Use	Saya puas dengan harga paket langganan pada aplikasi Vidio.	ATU3
	Saya akan tetap menggunakan aplikasi Vidio sebagai media mencari tontonan karena terdapat tontonan yang saya inginkan.	AU1
	Secara keseluruhan saya merasa puas dengan fitur dan layanan yang tersedia di aplikasi Vidio.	AU2

Untuk penelitian ini, peneliti menerapkan skala *Likert 5* poin sebagai skala pengukuran yang memuat nilai dari jawaban responden. Berikut tabel skala pengukuran yang akan digunakan [20] :

Tabel 2. Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

2.5 Populasi

Populasi menjadi subjek penelitian ini adalah pengguna aplikasi Vidio di Kota Palembang. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Palembang tahun 2021, jumlah penduduk Palembang berjumlah 1.686.073 Jiwa.

2.6 Sampel

Untuk pengambilan sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* karena teknik ini tidak memberikan peluang atau kesempatan yang setara kepada setiap elemen atau individu populasi untuk terpilih sebagai sampel [21]. Adapun untuk menentukan sampel yang diambil yaitu menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan 10%.

Pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yaitu sebesar 0.1 (10%) untuk total populasi yang tinggi dan 0.2 (20%) untuk total populasi yang rendah. Dengan ukuran tersebut dapat dihitung ukuran sampel dari populasi 1.686.073 Jiwa dengan mengambil tingkat kepercayaan (e) = 10%. Berikut

dibawah ini merupakan rumus slovin dengan penetapan kesalahan sebesar 10% (0.1) :

$$n = \frac{1.686.073}{1 + 1.686.073 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.686.073}{16.861}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian akan dikaji dalam 6 hipotesis spesifik yang secara langsung didasarkan pada metode *Technology Acceptance Model* :

H1 : Variabel *perceived ease of use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *perceived usefulness*.

H2 : Variabel *perceived ease of use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*.

H3 : Variabel *perceived usefulness* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*.

H4 : Variabel *perceived usefulness* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention to use*.

H5 : Variabel *attitude toward using* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention to use*.

H6 : Variabel *behavioral intention to use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *actual use*.

2.8 Metode Analisis Data

Data yang terkumpul akan dideskripsikan sesuai dengan karakteristiknya kuesioner berdasarkan jenis kelamin, usia, intensitas penggunaan aplikasi, dan total lama penggunaan aplikasi. Setelah itu peneliti akan menerapkan analisis kuantitatif untuk mengolah data hasil kuesioner :

1. Uji Validitas

Setelah data kuesioner diperoleh melalui responden yang menjawab pernyataan pada kuesioner, selanjutnya data tersebut akan diolah. Dilakukan uji validitas bermaksud untuk mengetahui validasi sebuah pernyataan pada kuesioner yang akan disebar. Sebuah pernyataan mampu diakui valid dengan membandingkan sebuah nilai dimana jika r-hitung lebih tinggi dari r-tabel, dengan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) [22]. Karena total responden yang akan di uji coba sebanyak 30 dengan taraf signifikansi 5% maka untuk nilai r-tabel didapat sebesar 0,361. Jika nilai dalam pengujian validitas lebih dari 0,361 dalam

tabel, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dilaksanakan untuk menilai tingkat keandalan dari alat ukur, baik tes maupun non-tes, yang digunakan. Suatu instrumen dianggap reliabel jika hasilnya konsisten ketika diuji pada waktu dan kesempatan yang berbeda [23]. Metode reliabilitas yang akan diterapkan untuk instrumen adalah metode *Alpha*, dimana suatu pernyataan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari nilai 0,60.

3. Uji Hipotesis

Koefisien korelasi Pearson antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *behavioral intention to use*, *attitude toward using*, dan *actual use* akan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS Statistics* versi 25. Untuk mengidentifikasi kekuatan hubungan antara keenam hipotesis, analisis koefisien korelasi dilakukan, dimana apabila nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 maka dinyatakan memiliki afiliasi serta tanda plus dan minus menunjukkan apakah ada korelasi positif : ketika variabel bebas mendapati kenaikan, variabel terikat juga berdampak mendapati kenaikan. ; atau korelasi negatif : ketika variabel bebas mendapati peningkatan, variabel terikat juga mengalami penurunan [24].

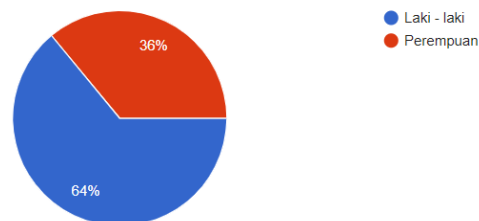
HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisa Demografi

Sebanyak 100 responden telah berkontribusi dengan memberikan pernyataan dan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi Vidio. Beberapa ciri-ciri responden juga melibatkan jenis kelamin, usia, intensitas penggunaan aplikasi Vidio, dan total lama penggunaan aplikasi Vidio. Hasil analisis data demografi ialah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

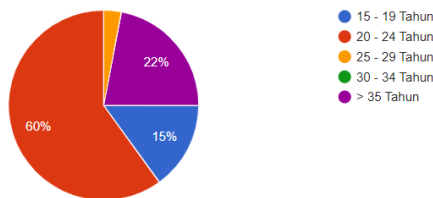
Berdasarkan gambar diagram jenis kelamin responden dibawah, dapat dinyatakan dari 100 responden, jenis kelamin yang mendominasi ialah laki-laki sebanyak 64 responden (64%), sementara itu jumlah responden perempuan hanya sebanyak 36 responden (36%).



Gambar 5. Diagram Jenis Kelamin

2. Usia

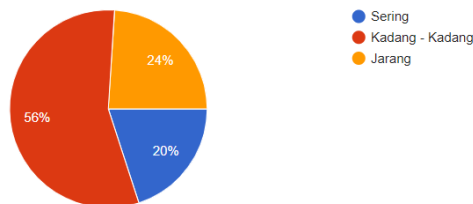
Berdasarkan diagram usia yang ada pada gambar dibawah dapat diketahui dari 100 responden, diperoleh responden berusia 15-19 tahun yaitu sebanyak 15 responden (15%) yang kebanyakan merupakan siswa SMP atau SMA. Kemudian didominasi oleh responden dengan usia 20-24 tahun berjumlah 60 responden (60%), berikutnya pada usia 25-29 terdapat 3 responden (3%), lalu terakhir pada usia 35 keatas terdapat 22 responden (22%).



Gambar 6. Diagram Usia

3. Intensitas Penggunaan Aplikasi Vidio

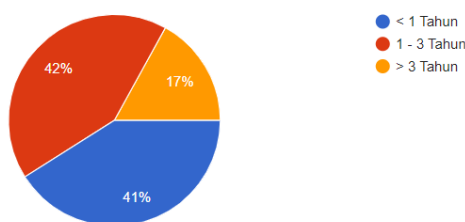
Berdasarkan diagram pada gambar dibawah dapat diketahui dari 100 responden, terdapat mayoritas responden yang terkadang menggunakan aplikasi Vidio berjumlah sebanyak 56 responden (56%), lalu responden yang jarang menggunakan aplikasi Vidio berjumlah sebanyak 24 (24%), dan terakhir responden yang sering menggunakan aplikasi Vidio berjumlah sebanyak 20 (20%).



Gambar 7. Diagram Intensitas Penggunaan Aplikasi Vidio

4. Total Lama Penggunaan Aplikasi Vidio

Berdasarkan diagram pada gambar dibawah dapat diketahui dari 100 responden, terdapat selisih sedikit antara responden yang telah menggunakan aplikasi Vidio selama 1-3 tahun dan kurang dari 1 tahun yaitu berjumlah sebanyak 41 responden (41%) dan 42 responden (42%), dan sebanyak 17 partisipan (17%) telah menggunakan aplikasi Vidio selama lebih dari 3 tahun.



Gambar 8. Diagram Total Penggunaan Aplikasi Vidio

3.2 Hasil Uji Validitas

Validitas diuji dengan mempertimbangkan perbandingan nilai r-hitung dan r-tabel dengan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05). Karena total sampel responden yang akan di uji coba sebanyak 30 maka didapat nilai r-tabel sebesar 0,361. Maka akan dinyatakan valid serta dapat digunakan untuk setiap nilai pernyataan r-hitung yang lebih dari 0,361.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Corrected item-total correlation	R Tabel	Keterangan
PEOU1	0,444	0,361	VALID
PEOU2	0,627	0,361	VALID
PEOU3	0,560	0,361	VALID
PU1	0,663	0,361	VALID
PU2	0,730	0,361	VALID
PU3	0,702	0,361	VALID
BIU1	0,652	0,361	VALID
BIU2	0,619	0,361	VALID
BIU3	0,632	0,361	VALID
ATU1	0,609	0,361	VALID
ATU2	0,405	0,361	VALID
ATU3	0,648	0,361	VALID
AU1	0,608	0,361	VALID
AU2	0,647	0,361	VALID

3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *software SPSS Statistics* dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai perbandingan dimana jika hasil nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60, instrumen penelitian bisa dinyatakan reliabel. Diperoleh hasil nilai *Cronbach's Alpha* total dari semua variabel instrumen penelitian sebesar 0,865, maka seluruh variabel instrumen yang diterapkan penelitian ini diakui reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	14

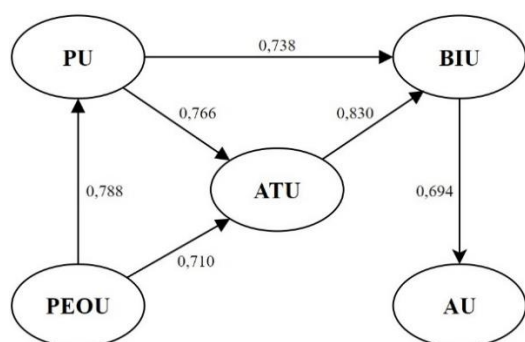
3.4 Hasil Uji Hipotesis

Berikut hasil analisis korelasi yang telah dilakukan peneliti menggunakan *software SPSS* berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner :

Tabel 5. Hasil Analisa Korelasi

	PEOU	PU	BIU	ATU	AU
	1	.788**	.692**	.710**	.572**
PEOU	0,000	1	0,000	0,000	0,000
	100	100	100	100	100
	.788**	1	.738**	.766**	.558**
PU	0,000	0,000	1	0,000	0,000
	100	100	100	100	100
BIU	.692**	.738**	1	.830**	.694**

	0,000	0,000	0,000	0,000
	100	100	100	100
	.710**	.766**	.830**	1
ATU	0,000	0,000	0,000	0,000
	100	100	100	100
	.572**	.558**	.694**	.783**
AU	0,000	0,000	0,000	0,000
	100	100	100	100



Gambar 9. Model Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, berikut penjelasan hasil uji hipotesis pada penelitian ini :

H1. Variabel *perceived ease of use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara PEOU dan PU dengan nilai korelasi sebesar 0,788 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [24] yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pemakaian akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi kegunaan.

H2. Variabel *perceived ease of use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara PEOU dan ATU dengan nilai korelasi sebesar 0,710 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [24] dan [25] yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pemakaian akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku ketika penggunaan.

H3. Variabel *perceived usefulness* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara PU dan ATU dengan nilai korelasi sebesar 0,766 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [25] dan [26] yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku ketika penggunaan.

H4. Variabel *perceived usefulness* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention to use*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara PU dan BIU dengan nilai korelasi sebesar 0,738 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [27] yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan.

H5. Variabel *attitude toward using* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention to use*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara ATU dan BIU dengan nilai korelasi sebesar 0,830 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [28] yang menunjukkan bahwa persepsi perilaku ketika penggunaan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan.

H6. Variabel *behavioral intention to use* akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *actual use*.

Berdasarkan hasil korelasi dari tabel 5, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara BIU dan AU dengan nilai korelasi sebesar 0,694 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) diterima. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian [29] yang menunjukkan bahwa persepsi minat perilaku untuk menggunakan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan sesungguhnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari penerapan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam pengujian penerimaan aplikasi Vidio dengan mengumpulkan data responden sebanyak 100 orang

penduduk kota Palembang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan korelasi positif yang sangat kuat antara *attitude toward using* dan *behavioral intention to use*.
2. Terdapat hubungan korelasi positif yang kuat antara variabel *perceived usefulness* dan variabel lainnya kecuali *actual use*.
3. Terdapat juga hubungan korelasi positif yang kuat antara *perceived usefulness* dan *attitude toward using*.
4. Untuk variabel *behavioral intention to use* dan *actual use* dinyatakan memiliki hubungan korelasi positif yang kuat.

Secara keseluruhan dari hasil yang didapat, dalam penerimaan pengguna aplikasi Vidio masing-masing variabel berpengaruh signifikan dan positif pada penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya peneliti memberikan saran agar dapat menganalisis aplikasi terkait dengan mempertimbangkan aspek *user interface*, sehingga terdapat kebaruan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Faidlatul Habibah and I. Irwansyah, "Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 350–363, 2021, doi: 10.47233/jteksis.v3i2.255.
- [2] N. Aprillia and M. R. Sanjaya, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Gofood Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 511–520, 2023, doi: 10.47233/jteksis.v5i4.1053.
- [3] B. Rizka, K. Azizah, S. Andarini, U. Pembangunan, N. " Veteran, and J. Timur, "The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City) Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influenc," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 4, pp. 3678–3691, 2023, [Online]. Available: <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- [4] L. Hernando, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN PADA UNIT KOPERASI SIMPAN PINJAM," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 22–32, Jan. 2020, doi: 10.47233/jteksis.v2i1.84.
- [5] S. R. dan M. Harsono, "Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi," *Ilm. Ilmu Terap. Univ. Jambi*, vol. 5, p. 86, 2021.
- [6] J. Natalie, "Original Programming Characteristics That Cause Subscription Video on Demand (SVoD) Subscription Behavior in Indonesia," *Return Study Manag. Econ. Bussines*, vol. 2, no. 9, pp. 940–952, 2023, doi: 10.57096/return.v2i9.152.
- [7] A. Y. Zayyan, "International Journal of Current Economics & Business Ventures International Journal of Current Economics & Business Ventures," vol. 1, no. 1, pp. 10–19, 2023.
- [8] R. Lobato, "Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix," *Telev. New Media*, vol. 19, no. 3, pp. 241–256, 2018, doi: 10.1177/1527476417708245.
- [9] S. I. Pradmadji and I. Irwansyah, "Pengalaman dan Pandangan Khalayak Pegiat Sinema Non-Produksi Terkait Teknologi 3D Sebagai Pendukung Saluran Komunikasi Film," *J. Komun.*, vol. 11, no. 2, p. 141, 2019, doi: 10.24912/jk.v11i2.4060.
- [10] Pamuji, M. A. D. P., Purnomo, D., & Herwandito, S, "Analysis of the Motives and Level of Satisfaction of Users of Vidio.Com As Streaming Media in Indonesia," *Int. J. Soc. Sci.*, vol. 2, no. 6, pp. 2435–2452, 2023, doi: 10.53625/ijss.v2i6.5584.
- [11] G. Scortionda, D. K. Sari, and E. Besra, "Perilaku Brand Switching Konsumen Yang Berlangganan Disney Plus Hotstar Di Kota Padang," *Equilib. J. Ilm. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 12, no. 1, p. 33, 2023, doi: 10.35906/equili.v12i1.1358.
- [12] S. Yuan, L. Liu, B. Su, and H. Zhang, "Determining the antecedents of mobile payment loyalty: Cognitive and affective perspectives," *Electron. Commer. Res. Appl.*, vol. 41, no. January, 2020, doi: 10.1016/j.elerap.2020.100971.
- [13] H. Nasution, "European Journal of Management and Marketing Studies THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION ON STUDENTS OF OVO APPLICATION USERS AT THE FACULTY OF ECONOMICS," *Eur. J. Manag. Mark. Stud.*, vol. 4, no. 1, pp. 146–162, 2019, doi: 10.5281/zenodo.3360880.
- [14] R. Zhou, et al, "Measuring e-service quality and its importance to customer satisfaction and loyalty: an empirical study in a telecom setting," *Electronic Commerce Research*, vol. 19, no. 3, pp. 477–499, Sep. 2019, doi: 10.1007/s10660-018-9301-3.
- [15] M. I. Ilm, G. J. Kiswara, and S. Mustika, "NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Perpajakan," *Nusant. J. Ilmu Pengetah. Sos.*, vol. 9, no. 4, pp. 1483–1490, 2022.
- [16] R. D. Putra, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.id Menggunakan Metode TAM dan EUCS," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 2, no. 4, p. 4, 2021.
- [17] D. R. Prehanto, A. D. Indriyanti, C. Mashuri, and G. S. Permadi, "Soil Moisture Prediction using Fuzzy Time Series and Moisture sensor Technology on Shallot Farming," *E3S Web Conf.*, vol. 125, no. 201 9, pp. 0–4, 2019, doi: 10.1051/e3sconf/201912523002.
- [18] M. Turner, et al, "Does the technology acceptance model predict actual use? A systematic literature review," *Information and software technology*, vol. 52, no. 5, pp. 463–479, May 2010, doi: 10.1016/j.infsof.2009.11.005.
- [19] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, p. 319, Sep. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [20] J. Mumu, B. Tanujaya, R. Charitas, and I. Prahmana, "Likert Scale in Social Sciences Research: Problems and Difficulties," *FWU J. Soc. Sci.*, vol. 16, no. 4, pp. 89–101, 2022, doi: 10.51709/19951272/Winter2022/7.
- [21] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *J. Pilar*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2023.
- [22] M. R. Sanjaya, et al, "Search Software for Ustadz, Categories: Preacher, Qari and Qariah in Palembang Using an Android-Based Usability Approach," *Proc. 4th Forum Res. Sci. Technol.*, vol. 7, pp. 500–508, 2021, doi: 10.2991/ahe.k.210205.085.
- [23] M. Anwar, & M. Azisan, "Analisis Tingkat Kepuasan Sistem Informasi Pencatatan Dan Penagihan Biaya Rekening Air Pelanggan Pdam Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)." *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, vol. 12, no. 1, pp. 19–24, 2019, doi: 10.24036/tip.v12i1.172.
- [24] H. A. Alfadda and H. S. Mahdi, "Measuring Students' Use of Zoom Application in Language Course Based on the Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Psycholinguist. Res.*, vol. 50, no. 4, pp. 883–900, 2021, doi: 10.1007/s10936-020-09752-1.
- [25] R. E. Setyawati, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To

- Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta)," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 3, no. 1, pp. 39–51, Feb. 2020, doi: 10.26460/ed_en.v3i1.1470.
- [26] F. Gunawan, *et al*, "Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek," *European Journal of Business and Management Research*, vol. 4, no. 5, pp. 1–6, 2019, doi: 10.24018/ejbmr.2019.4.5.100.
- [27] V. Venkatesh and F. D. Davis, "Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies," *Manage. Sci.*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [28] S. W. Handayani, R. *et al*, "Behavioral Intention To Use Flip. Id Oleh Perceived Ease Of Use Melalui Attitude Towards Using," *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 5, 2023, [Online]. Available: <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/134%0Ahttps://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/download/134/121>
- [29] A. N. Rohman, M. Mukhsin, and G. Ganika, "Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E – Commerce Tokopedia Indonesia Use of the Technology Acceptance Model in Analyzing Actual Use of E - Commerce Tokopedia Indonesia," *JEMAK-BD \ J. Ekon. Manaj. Akunt. Keuang. Bisnis Digit.*, vol. 2, no. 1, pp. 25–36, 2023.