

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI BATIK DI KOTA PEKALONGAN

Muhammad Fithrayudi Triatmaja
STIE Muhammadiyah Pekalongan
Email : mohfithrayudi_1981@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap keunggulan bersaing dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam meningkatkan strategi pemasaran industri batik di Kota Pekalongan. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku industri yang berada di Kota Pekalongan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, dengan total sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis varian yaitu dengan menggunakan program *SmartPartial Least Square (PLS)* versi 2.0. Sebelum dianalisis dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Model Pengujian ini didasarkan pada proses hubungan kausal dari dimensi-dimensi di model. Dimensi-dimensi pada model ini adalah Kegunaan Persepsian, Kemudahan Penggunaan Persepsian, Sikap terhadap penggunaan, Niat Perilaku, Penggunaan Senyatanya, Kesesuaian Tugas, Pengalaman dan Kerumitan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman, kerumitan, kemudahan penggunaan persepsian kegunaan persepsian tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial, sedangkan kesesuaian tugas, sikap pengguna dan niat perilaku berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Kata kunci : Media sosial, Keunggulan bersaing, *Technology Acceptance Model (TAM)*.

1. PENDAHULUAN

Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah (IKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Sebelum krisis moneter pada tahun 1997 industri kecil menengah ini sempat mengalami kemajuan yang pesat. Beberapa pengusaha batik sempat mengalami masa kejayaan. Apalagi pada tahun 1980-an batik merupakan pakaian resmi yang harus dipakai pada setiap acara kenegaraan ataupun acara resmi lainnya. Sehingga dapat mengenalkan dan meningkatkan citra batik di dunia internasional pada waktu itu.

Pekalongan dikenal sebagai “Kota Batik”, hal ini dikarenakan Kota Pekalongan mempunyai potensi besar dalam pembatikan dan telah berkembang begitu pesat, baik dalam skala kecil maupun besar. Hasil produksi batik Pekalongan juga menjadi salah satu

penopang perekonomian kota. Corak dan warna yang khas dari batik Pekalongan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pecinta batik. Bagi pecinta batik, Pekalongan merupakan tempat yang tepat untuk mencari batik dan aksesorisnya karena pekalongan merupakan pasar batik, butik batik serta grosir batik, baik batik asli (batik tulis), batik cap, batik printing, batik painting maupun batik sablon. Industri ini memberikan kontribusi besar terhadap kemajuan perekonomian di Pekalongan dengan mayoritas berbentuk industri rumahan (Trimargawati, 2008).

Industri Kecil Menengah (IKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband and Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005) yang sebagaimana dikutip oleh Arief Rahmana (2009). Dalam era globalisasi saat ini, suatu badan usaha khususnya IKM dituntut untuk melakukan

perubahan guna meningkatkan daya saingnya, selain itu pemanfaatan teknologi informasi dalam suatu bidang usaha juga semakin berkembang dengan pesat, sehingga menyebabkan suatu badan usaha berusaha untuk menerapkan teknologi dan sistem informasi yang digunakan untuk memproses dan mengirimkan informasi secara efektif dan efisien agar dapat menunjang proses bisnis serta meningkatkan kualitas pelayanan. Penggunaan teknologi informasi dan sistem informasi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah besar (Arief Rahmana, 2009).

Media Sosial dengan sifatnya yang sangat dinamis menawarkan sesuatu yang mungkin dulu hanya sebuah konsep dan impian belaka. Mimpi untuk bisa terhubung dengan cepat dan mudah seakan telah melenyapkan batasan waktu dan tempat tiap orang untuk berinteraksi satu sama lain. Hal tersebut semakin menegaskan bahwa memang teknologi, khususnya media sosial telah membawa era baru dalam kehidupan masyarakat digital saat ini. Bahkan penggunaan media sosial nyatanya telah merambah lebih dalam pada kehidupan keseharian saat ini. Berbagai fungsi serta kegunaan lain yang ditawarkan media sosial semakin tak terbatas. Bahkan dapat dikatakan bahwa sebagian fungsi kegiatan yang manusia yang dulu harus dilakukan secara *offline*, kini sudah tergantikan setelah memasuki zaman media sosial.

Menurut Mc. Farlan (1983); Rockart (1998) dalam Nur Indriantoro (2000); dan Syam (1999), penerapan Teknologi Informasi (TI) bagi perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat menjadi pusat strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. Selanjutnya, Downing (1993); Trisnawati (1998); Syam (1999) juga menyebutkan bahwa saat ini TI sudah menjadi

kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan terutama dalam menjalankan segala aspek aktifitas organisasi. De Lone (1981); Morgan (1996) dalam Syam (1999); Martin dan Merle.P (1995), menyatakan bahwa penggunaan TI bagi suatu perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, salah satu diantaranya adalah karakteristik pengguna TI. Perbedaan karakteristik pengguna TI dipengaruhi juga oleh banyak faktor, salah satunya adalah aspek perilaku. Perilaku ini dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap TI yang secara teoritis dideskripsikan oleh para ahli pengembang TI sebagai pengguna dan pengaruhnya terhadap penggunaan komputer (Davis, et.a1989; Ferguson, 1991). Berdasarkan aspek keprilakuan pengguna (*user*) yang juga turut mempengaruhi persepsi dan sikap dalam menerima penggunaan TI.

2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menguji pengalaman (*Experience*) dapat berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan media sosial?
2. Menguji pengalaman (*Experience*) dapat berpengaruh positif terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*) dalam penggunaan media sosial?
3. Menguji kerumitan (*Complexity*) dapat berpengaruh positif terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*) dalam penggunaan media sosial?
4. Menguji kerumitan (*Complexity*) dapat berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan media sosial?

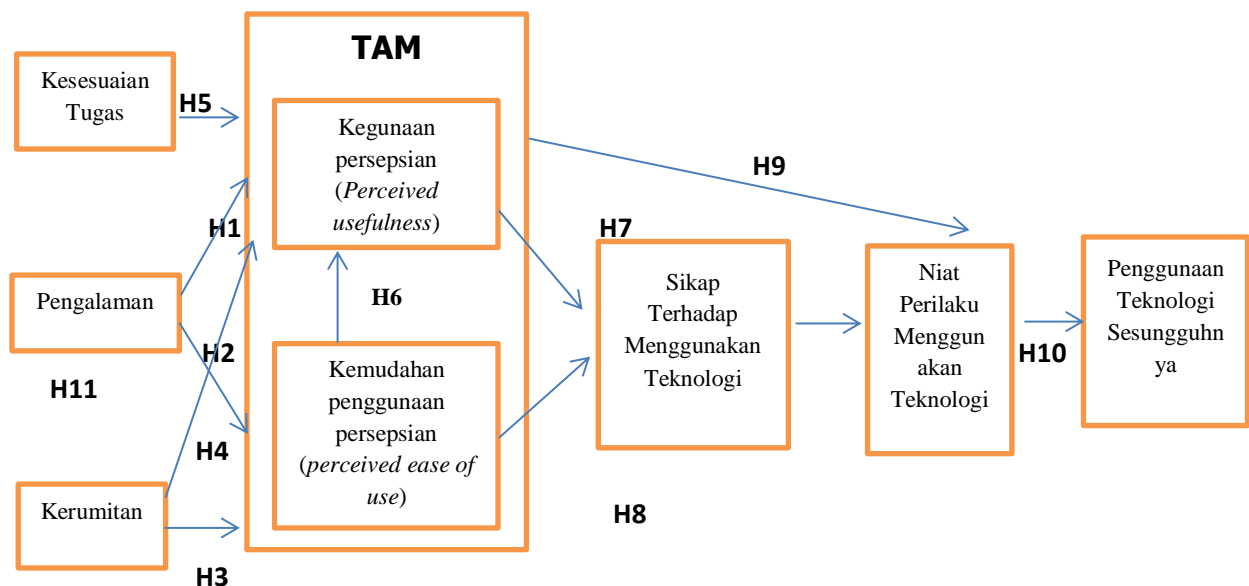
5. Menguji kesesuaian tugas (*job fit*) dapat berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan media sosial?
6. Menguji Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*) dapat berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan media sosial?
7. Menguji Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dapat berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (*Attitude Towards of Use*) dalam praktek penggunaan media sosial?
8. Menguji persepsi kemudahan penggunaan persepsian (*Perceived ease of use*) dapat berpengaruh positif

terhadap sikap pengguna (*Attitude Towards of Use*) dalam penggunaan media sosial?

9. Menguji Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*) dapat berpengaruh positif terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan media sosial?
10. Menguji sikap pengguna (*Attitude Towards of Use*) media sosial dapat berpengaruh positif terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan media sosial?
11. Menguji niat perilaku (*Behavioral Intention*) dapat berpengaruh positif terhadap penggunaan senyatanya (*actual use*) dalam penggunaan media sosial?

3. RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Gambar 1. Rerangka Pemikiran



3.1 Hipotesis

- H1 : Pengalaman menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial.
- H2 : Pengalaman menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap

kemudahan penggunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial.

- H3 : Kerumitan menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kemudahan persepsian dalam penggunaan Media Sosial.

- H4 : Kerumitan menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial.
- H5 : Kesesuaian Tugas menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian dari Media Sosial.
- H6 : Kemudahan penggunaan persepsian menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian dari Media Sosial.
- H7 : Kegunaan persepsian dalam menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Sikap Menggunakan Teknologi Media Sosial
- H8 : Kemudahan penggunaan persepsian dalam menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Sikap Menggunakan Teknologi Media Sosial
- H9 : Kegunaan persepsian dalam menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Niat perilaku Menggunakan Media Sosial
- H10 : Sikap Menggunakan Teknologi Media Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan Teknologi Media Sosial.
- H11 : Niat Perilaku Menggunakan Teknologi Media Sosial berpengaruh positif terhadap Penggunaan Teknologi Sesungguhnya Media Sosial.

4. TINJAUAN PUSTAKA

4.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi dikembangkan oleh Davis et al. (1989) berdasarkan

model *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Model *Theory of Reasoned Action (TRA)* dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh niat perilakunya. TAM menambahkan dua konstruk utama kedalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*Perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*Perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut.

4.2 Media Sosial

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller (2012;568), media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan Perusahaan dan sebaliknya.

Sedangkan, definisi lain mengenai media sosial menurut Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isna Graha (2007;2), media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Dari kedua definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penggunaan media sosial merupakan sarana pertukaran informasi antar individu dan dapat digunakan juga sebagai sarana promosi perusahaan.

4.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian Suseno (2009), melakukan penelitian evaluasi perilaku penerimaan karyawan terhadap penggunaan sistem *e-ticket* di PT KAI

dengan menggunakan beberapa konstruk yaitu pengalaman (*experience*), kerumitan (*complexity*), persepsi kegunaan (*usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*), sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), minat perilaku penggunaan (*behavioral intention*), penggunaan nyata (*actual use*). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah :Pengalaman (*experience*) tidak berpengaruh signifikan terhadap konstruk persepsi kegunaan (*usefulness*), Pengalaman (*experience*) berpengaruh signifikan dengan persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*), Kerumitan (*complexity*) berpengaruh signifikan terhadap konstruk persepsi kegunaan, penggunaan sesungguhnya, kemudahan penggunaan (*ease of use*), Kerumitan (*complexity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap konstruk persepsi kegunaan (*usefulness*).

Penelitian Amoroso dan Gardner (2004) pada internet menunjukkan pentingnya pengalaman dan kesukarelaan menggunakan internet sebagai variabel yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan internet, kerumitan dan pengalaman menggunakan internet mempunyai pengaruh terhadap persepsi kegunaan.

Wiyono (2008) melakukan penelitian terhadap penggunaan *E-filing* sebagai sarana pelaporan pajak. Wiyono menggunakan model yang sama dengan Amoroso dan Gardner (2004). Beberapa hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang berbeda dengan hasil penelitian Amoroso dan Gardner.

Tjhai (2003) menggunakan variabel kesesuaian tugas (*job fit*) sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi oleh akuntan publik. Tjhai juga menggunakan variabel kompleksitas, variabel yang juga digunakan oleh Wiyono (2008) serta Amoroso dan Gardner (2004) sebagai

faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi.

Venkatesh et al., (2003) melakukan penelitian terhadap industri komunikasi, hiburan, perbankan, dan administrasi publik yang menggunakan sistem informasi secara wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*). Penelitian dilakukan untuk mereview dan menggabungkan beberapa model penerimaan sistem informasi dan menghipotesiskan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial mempunyai pengaruh terhadap minat pemanfaatan sistem informasi dan kondisi yang memfasilitasi pemakai berpengaruh terhadap penggunaan sistem informasi.

5. METODE PENELITIAN

5.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*.

5.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi penelitian ini adalah seluruh Pelaku Industri Batik yang berada di Kota Pekalongan Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu teknik dimana subjek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti dan pemilihan sampel acak berdasarkan strata dimana populasi dikelompokkan dalam sub-sub populasi berdasarkan Pelaku Industri Batik. Adapun kriteria sampel adalah sebagai berikut :

- a) Pelaku industri batik yang diteliti adalah Pelaku Industri yang bergerak di bidang/industri Batik, baik perusahaan perorangan maupun perusahaan

- dagang, yang berada di wilayah Kota Pekalongan.
- b) Pelaku Industri Batik yang telah melakukan aktivitas usaha minimal 2 tahun.
 - c) Penelitian ini dilaksanakan kepada para pelaku industri batik yang berada di Kota Pekalongan.

5.3 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah Data Primer yang didapatkan dengan cara studi lapangan (*field study*). Alat dalam pengumpulan data primer ini adalah *survey*. Bentuk dari *survey* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada pelaku industri batik dengan metode yang sudah dijelaskan sebelumnya. Data primer yang diperoleh dari *survey* ini berupa data kuantitatif yang nantinya akan diolah untuk menghasilkan gambaran hubungan antara penerapan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja perusahaan.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Deskriptif Data Responden

- a. Jenis Kelamin Responden
Berdasarkan hasil penelitian ini responden didominasi oleh Pria sebanyak 63 orang (62.94%), sedangkan jumlah responden wanita sebanyak 37 orang (37,06%).
- b. Karakteristik Usia Responden
Usia responden antara 21 -25 sebanyak 17 orang (17%), usia 26-30 sebanyak 34 orang (34%), 31-40 sebanyak 41 orang, sedangkan usia diatas 40 tahun sebanyak 8 orang.
- c. Lama Bekerja Responden
Lama bekerja responden sebagai pelaku insdustri batik

- adalah 5 tahun dengan persentase 89,1% atau sebanyak 89 orang, sedangkan masa kerja paling kecil adalah 2 tahun dengan persentase 10,9% atau sebanyak 11 orang.
- d. Pendidikan Responden
Responden dalam penelitian ini memiliki jenjang pendidikan bervariasi, yaitu lulusan SD sebanyak 26 responden (26%), SMP sebanyak 31 responden (31%), SMU sebanyak 37 responden (37%) dan Sarjana (S1) sebanyak 6 responden (6%).

6.2 Analisis Data

a. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *varian* yaitu dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan metoda analisis persamaan *SEM* berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model sekaligus mengujian struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas yaitu uji hipotesis dengan model prediksi. PLS juga memiliki fleksibilitas tinggi terhadap penelitian untuk menghubungkan antara teori dan data. Dalam pengujian model digunakan *software SmartPLS* versi 2.0.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Model pengukuran pertama kali diukur konstruksinya. Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari

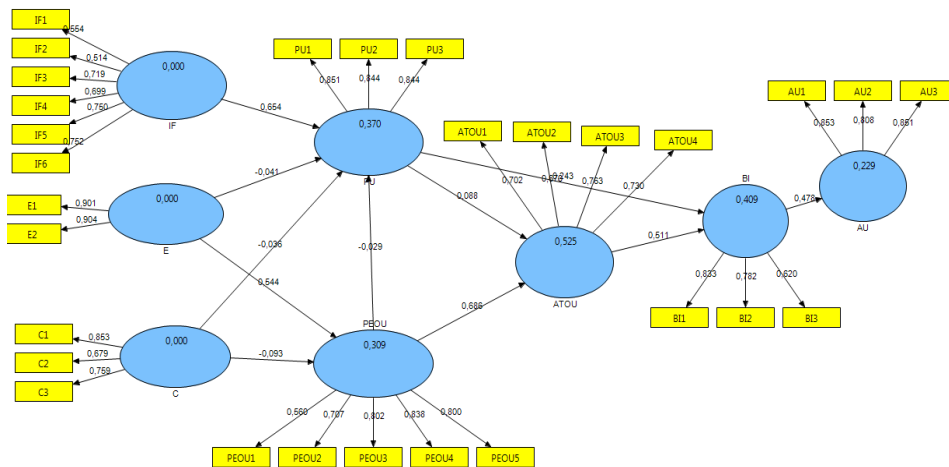
penggunaan suatu pengukur sesuai dengan teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Validitas konstruk diukur menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan kriteria factor loadings yang seharusnya signifikan dan nilainya lebih dari 0,70 dan *Average Variance Extracted (AVE)* untuk masing-masing konstruk seharusnya melebihi varian yang diakibatkan

oleh kesalahan pengukuran konstruk tersebut yaitu nilainya seharusnya melebihi 0,50, sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk di konstruk yang dimaksud lebih besar yaitu di atas 50 persen (Jogiyanto dan Willy, 2009).

Dalam penelitian ini terdapat 8 konstruk dengan jumlah indikator 2 sampai 6 indikator dan menggunakan skala numerik 1 sampai 5. Berdasarkan hasil pengujian model pada :

Gambar 2 tampilan output model pengukuran hasil dari pengolahan dengan smart PLS



- Konstruk Pengalaman (*Experience/E*) diukur dengan menggunakan indikator E1-E2. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.
- Konstruk Kerumitan (*Complexity/C*) diukur dengan menggunakan indikator C1-C3. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.
- Konstruk Kesesuaian tugas (*Job Fit/IF*) diukur dengan menggunakan indikator IF1-IF6. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.
- Konstruk Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness/PU*) diukur dengan menggunakan indikator PU1-PU3. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,8, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.

indikator PU1-PU3. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.

- Konstruk Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use/PEOU*) diukur dengan menggunakan indikator PEOU1-PEOU5. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.
- Konstruk sikap pengguna (*Attitude Towards of Use/ATOU*) diukur dengan menggunakan indikator ATOU1-ATOU4. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.
- Konstruk niat perilaku (*Behavioral Intention/BI*) diukur dengan menggunakan

indikator BI1-BI3. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.

- Konstruk penggunaan senyatanya (*Actual Use/AU*) diukur dengan menggunakan indikator AU1-AU3. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, AVE > 0,5 dan communality > 0,5.

Validitas diskriminan memiliki prinsip bahwa pengukur-pengukur di konstruk yang berbeda seharusnya tidak memiliki kolerasi yang tinggi. Parameter yang diukur adalah dengan membandingkan akar dari AVE suatu konstruk seharusnya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten tersebut atau dengan melihat *cross loading* (Jogiyanto dan Willy, 2009).

Tabel 1 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Akar AVE
Pengalaman (E)	0,813803	0,902110
Kerumitan (C)	0,588484	0,767127
Kesesuain Tugas (IF)	0,550596	0,742021
Kegunaan Persepsian (PU)	0,715912	0,846115
Kemudahan Penggunaan Persepsian (PEOU)	0,559801	0,748198
Sikap Pengguna (ATOU)	0,513843	0,716828
Niat Perilaku (BI)	0,563500	0,750666
Penggunaan Sesungguhnya (AU)	0,701692	0,837670

Sumber : **Output SmartPLS**
Berdasarkan perbandingan nilai akar AVE pada tabel 1

diatas, dapat disimpulkan bahwa pengukur (indikator)

yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

c. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu pengukur stabil dan konsisten dalam mengukur suatu konsep. Reliabilitas konstruk diukur dengan dua

pengukur konsistensi internal yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Hasil uji reliabilitas dapat dinilai dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Dikatakan suatu konstruk reliabel maka nilai *Cronbach's Alpha* harus > 0,6 dan *Composite Reliability* harus > 0,7 (Jogiyanto dan Willy, 2009).

Tabel 2 Nilai Cronbachs Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
<i>Pengalaman (E)</i>	0,897344	0,771213
<i>Kerumitan (C)</i>	0,809647	0,759953
<i>Kesesuain Tugas (IF)</i>	0,828247	0,756529
<i>Kegunaan Persepsian (PU)</i>	0,883177	0,802159
<i>Kemudahan Penggunaan Persepsian (PEOU)</i>	0,861943	0,796906
<i>Sikap Pengguna (ATOU)</i>	0,808359	0,784868
<i>Niat Perilaku (BI)</i>	0,792371	0,701391
<i>Penggunaan Sesungguhnya (AU)</i>	0,875813	0,802159

Sumber : *Output SmartPLS*

Tabel 2 menunjukkan nilai *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* dari masing-masing konstruk diatas 0,7 sehingga dapat dinyatakan bahwa pengukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah *reliable*.

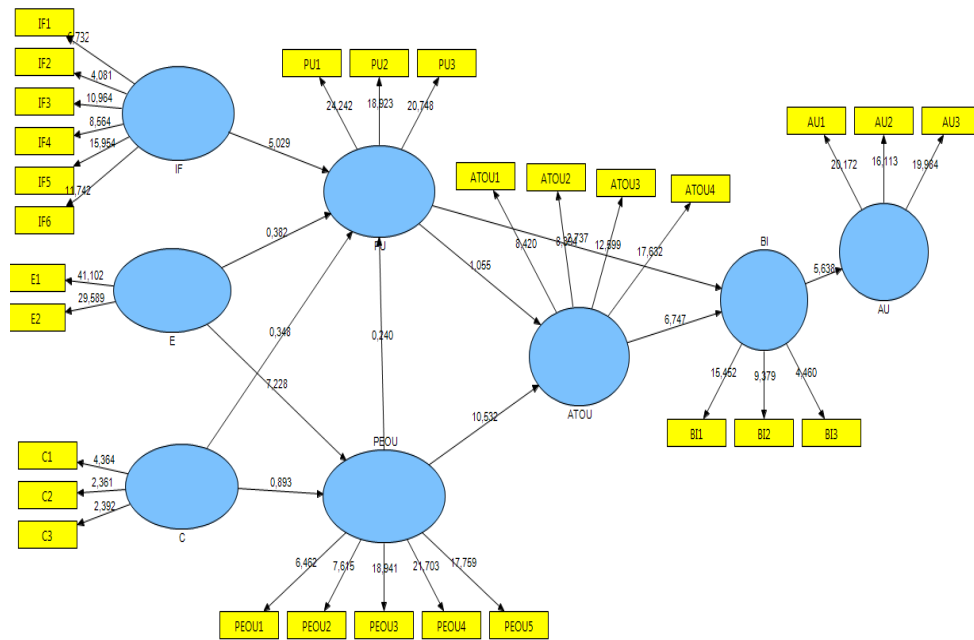
d. Pengujian Hipotesis

Hipotesis diuji dengan menggunakan t-statistik hasil dari output *SmartPLS2.0*. T-statistik dibandingkan dengan t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95% sebesar 1,64 dan t-tabel dengan tingkat signifikansi 99% sebesar 1,96. Apabila nilai t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel maka

pengaruh antara konstruk dengan konstruk yang lain adalah signifikan dan sebaliknya apabila nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel maka pengaruh antara konstruk dengan konstruk yang lainnya adalah tidak signifikan.

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R2 untuk variabel dependen dan nilai koefisien pada path (β) untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikasinya berdasarkan nilai *T-statistic* setiap path. Adapun model struktural penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3 Tampilan Output Model Struktural (sumber: Output SmartPLS)



Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai *T-statistic* antara variabel

independen ke variabel dependen dalam tabel *Path Coefficient* pada Output Smart PLS di bawah ini:

Tabel 3 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
ATOU -> BI	0,511440	0,523787	0,074890	0,074890
BI -> AU	0,478261	0,486034	0,064677	0,064677
C -> PEOU	-0,093390	-0,118323	0,090984	0,090984
C -> PU	-0,035506	-0,057043	0,109808	0,109808
E -> PEOU	0,543995	0,532114	0,080940	0,080940
E -> PU	-0,040869	-0,063163	0,097024	0,097024
IF -> PU	0,653507	0,668128	0,120577	0,120577
PEOU -> ATOU	0,686178	0,686475	0,063012	0,063012
PEOU -> PU	-0,029452	-0,025894	0,111916	0,111916
PU -> ATOU	0,087621	0,085957	0,071363	0,071363
PU -> BI	0,243137	0,244689	0,072198	0,072198

	T Statistics (O/STERR)
ATOU -> BI	6,829194
BI -> AU	7,394594
C -> PEOU	1,026441
C -> PU	0,323344
E -> PEOU	6,720970
E -> PU	0,421226
IF -> PU	5,419848
PEOU -> ATOU	10,889719
PEOU -> PU	0,263158
PU -> ATOU	1,227811
PU -> BI	3,367648

(Sumber: *Output SmartPLS*)

Menurut Hartono (2008a), ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-table dan T-*statistic*. Jika nilai T-*statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai T-table, berarti hipotesis terdukung. Untuk tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 5 persen) maka nilai T-table untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) adalah $\geq 1,96$ dan untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) adalah $\geq 1,64$.

Berdasarkan nilai Beta Koefisien dan nilai T-statistic diatas, maka hasil uji masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 menyatakan bahwa Pengalaman menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS* 2.0 menunjukkan *path* antara pengalaman dengan kegunaan persepsian memiliki koefisien

beta -0,040869 dan *t-value* 0,421226. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian. Artinya **hipotesis 1 tidak terdukung**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suseno (2009) melakukan penelitian evaluasi perilaku penerimaan karyawan terhadap penggunaan sistem *e-tiket* di PT KAI menemukan hasil yang tidak berpengaruh signifikan terhadap konstruk persepsi kegunaan (*usefulness*).

Hipotesis 2 menyatakan bahwa Pengalaman menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS* 2.0 menunjukkan *path* antara pengalaman dengan kemudahan penggunaan persepsian memiliki koefisien beta 0,543995 dan *t-value* 6,720970.

Hal ini menunjukkan bahwa Pengalaman berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan persepsian. Artinya **Hipotesis 2 terdukung**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suseno (2009) melakukan penelitian evaluasi perilaku penerimaan karyawan terhadap penggunaan sistem *e-tiket* di PT KAI menemukan hasil yang berpengaruh signifikan terhadap konstruk kemudahan penggunaan persepsian.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa Kerumitan menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan persepsian dalam penggunaan Media Sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara kerumitan dengan kemudahan penggunaan persepsian memiliki koefisien beta $-0,093390$ dan *t-value* $1,026441$. Artinya **Hipotesis 3 tidak terdukung**. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amoroso dan Gardner (2004) pada internet menunjukkan pentingnya pengalaman dan kesukarelaan menggunakan internet sebagai variabel yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan internet, kerumitan dan pengalaman menggunakan internet mempunyai pengaruh terhadap persepsi kegunaan.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa Kerumitan menggunakan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian dalam

penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara kerumitan dengan Kegunaan Persepsian memiliki koefisien beta $-0,035506$ dan *t-value* $0,323344$. Artinya **Hipotesis 4 tidak terdukung**. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amoroso dan Gardner (2004) pada internet menunjukkan pentingnya pengalaman dan kesukarelaan menggunakan internet sebagai variabel yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan internet, kerumitan dan pengalaman menggunakan internet mempunyai pengaruh terhadap persepsi kegunaan.

Hipotesis 5 menyatakan bahwa Kesesuaian Tugas berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara kesesuaian tugas dengan Kegunaan Persepsian memiliki koefisien beta $0,653507$ dan *t-value* $5,419848$. Artinya **Hipotesis 5 terdukung**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tjhai (2003) menggunakan variabel kesesuaian tugas (*job fit*) sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi oleh akuntan publik. Tjhai juga menggunakan variabel kompleksitas.

Hipotesis 6 menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan Persepsian berpengaruh positif terhadap Kegunaan Persepsian dalam

penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara Kemudahan Penggunaan Persepsian dengan Kegunaan Persepsian memiliki koefisien beta-0,029452 dan *t-value* 0,263158 Artinya **Hipotesis 6 tidak terdukung.** Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suseno (2009) melakukan penelitian evaluasi perilaku penerimaan karyawan terhadap penggunaan sistem *e-tiket* di PT KAI menemukan hasil yang berpengaruh signifikan terhadap konstruk kemudahan penggunaan persepsian.

Hipotesis 7 menyatakan bahwa Kegunaan Persepsian berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara Kegunaan Persepsian dengan sikap pengguna memiliki koefisien beta 0,087621 dan *t-value* 1,227811. Artinya **Hipotesis 7 tidak terdukung.** Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Amoroso dan Gardner (2004) pada internet menunjukkan pentingnya pengalaman dan kesukarelaan menggunakan internet sebagai variabel yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan internet, kerumitan dan pengalaman menggunakan internet mempunyai pengaruh terhadap persepsi kegunaan.

Hipotesis 8 menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan Persepsian

berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara kemudahan penggunaan persepsian dengan sikap pengguna memiliki koefisien beta 0,686178 dan *t-value* 10,889719. Artinya **Hipotesis 8 terdukung.** Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Amoroso dan Gardner (2004).

Hipotesis 9 menyatakan bahwa Kegunaan Persepsian berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara kegunaan persepsian dengan niat perilaku memiliki koefisien beta 0,243137 dan *t-value* 3,367648. Artinya **Hipotesis 9 terdukung.** Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wiyono (2008) melakukan penelitian terhadap penggunaan *E-filling* sebagai sarana pelaporan pajak.

Hipotesis 10 menyatakan bahwa sikap pengguna berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara sikap pengguna dengan niat perilaku memiliki koefisien beta 0,511440 dan *t-value* 6,829194. Artinya **Hipotesis 10 terdukung.** Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian Amoroso dan Gardner (2004), Wiyono (2008).

Hipotesis 11 menyatakan bahwa niat perilaku

berpengaruh positif terhadap penggunaan senyatanya dalam penggunaan media sosial. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software SmartPLS 2.0* menunjukkan *path* antara niat perilaku dengan penggunaan senyatanya memiliki koefisien beta 0,478261 dan *t-value* 7,394594. Artinya **Hipotesis 11 terdukung.** Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Davis (1989).

7. SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pengalaman tidak terbukti berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengalaman pelaku industri batik menggunakan media sosial tidak membuat pengguna mempersepsikan media sosial mempunyai manfaat dan mampu meningkatkan strategi pemasaran industri batik.
- b. Pengalaman terbukti berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan persepsian. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku industri batik yang mempunyai pengalaman lebih dalam menggunakan media sosial akan mempersepsikan bahwa media sosial mudah digunakan dan diaplikasikan.
- c. Kerumitan tidak terbukti berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan persepsian. Hal ini menunjukkan bahwa kerumitan bukanlah konstruk yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan media sosial. Artinya, walaupun media sosial rumit tetapi pelaku industri batik mempunyai persepsi media

sosial mudah untuk dipelajari dan digunakan.

- d. Kerumitan tidak terbukti berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian. Hal ini menunjukkan bahwa kerumitan bukanlah konstruk yang dapat mempengaruhi persepsi penggunaan dari media sosial. Meskipun rumit pengguna tetap menggunakan, hal ini dikarenakan media sosial dianggap sebagai sarana untuk berinteraksi yang bagus kepada pelanggan industri batik, sehingga pelaku industri batik tetap menggunakannya sebagai sarana komunikasi.
- e. Kesesuaian tugas terbukti berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan oleh pelaku industri batik, sehingga pelaku industri batik mempersepsikan media sosial mempunyai kegunaan.
- f. Kemudahan penggunaan persepsian tidak terbukti positif berpengaruh terhadap kegunaan persepsian. Persepsi akan kemudahan dan kegunaan media sosial tidak akan mempengaruhi sikap pelaku industri batik dalam menggunakan media sosial.
- g. Kegunaan persepsian tidak terbukti positif berpengaruh terhadap sikap pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa ketidaknyamanan menggunakan media sosial menyebabkan keinginan pelaku industri batik tidak menggunakan media sosial.
- h. Kemudahan penggunaan persepsian terbukti berpengaruh positif terhadap sikap pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku industri batik yang mempersepsikan media sosial mudah digunakan akan merasa nyaman dalam menggunakan media sosial.

- i. Kegunaan persepsian terbukti berpengaruh positif terhadap niat perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku industri batik merasa bahwa dalam menggunakan media sosial memiliki manfaat dan kegunaan sehingga mereka mempunyai keinginan untuk menggunakan media sosial untuk strategi pemasaran.
- j. Sikap pengguna terbukti berpengaruh positif terhadap niat perilaku, sehingga menunjukkan bahwa kenyamanan menggunakan media sosial menyebabkan keinginan pelaku industri batik untuk terus menggunakan media sosial.
- k. Niat perilaku terbukti berpengaruh positif terhadap penggunaan senyatanya, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku industri batik yang telah menggunakan media sosial dan telah merasakan manfaat dari media sosial dan selalu berkeinginan untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam strategi pemasaran.

8. DAFTAR PUSTAKA

- Aakers, David A and Myers, Jhon G. 1997. *Advertising Management. 3 th edition. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall Inc.*
- Adams, D.A., Nelson, R.R and Todd, P.A. 1992. " *Perceived of Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication.*" *Management Information System Quarterly*, Vol.21 (3).
- Agarwal, R. and Prasad, J. 1999. " *Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies?*" *Decision Sciences*, Vol. 30, No.2, pp.361-91.
- Amoroso, D.L. and Gardner, C. 2004. " *Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers.*" *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences.*
- Arief Rahmana. 2008. *Definisi dan Kriteria UKM menurut Lembaga dan Negara Asing (Online).* (<http://infoukm.wordpress.com/2008/08/11/definisi-dankriteria-ukm-menurut-lembaga-dan-negara-asing/> diakses 19 Oktober 2010).
- Arief Rahmana. 2009. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah.* Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009. Yogyakarta.
- Bodnar George H dan William S. Hopwood. 2005. " *Sistem Informasi Akuntansi*", Buku Keenam, Edisi Indonesia, [Terjemahan], Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Chau, P.Y.K " *An Empirical Assesment of a Modified Technology Acceptance Model*", *Journal Management of Information System* (13:2), 1996, pp. 185-204.
- Chin W Wynne, Todd Peter. 1991. " *On The use Usefullness, ease of use of structural equation Modeling in MIS Research : A note of Caution* ". *Management Information System Quarterly*, 21(3)

- Davis, F.D. (1986) *“Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information System Theory and Result”*, Unpublished Doctoral Dissertation, MIT., 1986.
- Davis, F. *“Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”*, *MIS Quartely* (13:3), 1989, pp.319-340.
- Dedi R. Rahadi. 2007. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Pelayanan di Sektor Publik*. Seminar Nasional Teknologi 2007. Yogyakarta.
- De Lone. 1981. *“ Small size and Characteristic computer use”* *Management Information System Quarterly*, 5, p.p.65-77
- Doney D Lyoid. 1989. *“A Study of Customer Involvement in Monitoring Computerized Statement ”*. *The Journal of Information system*, Volume Four , number one, Fall, American Accounting Association.
- Downing Douglas. 1993. *Computer and bussines Tasks*, Business volume, Baron, terjemahan PT.Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ferguson, Collin 1997. *“The Effect of Computer Micro on the works of profesional accountant”*, *Accounting Journal*, Number. 37, USA.
- Fishbein, M. Dan Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley Publishing Company, Reading, MA, 1975.
- Igbaria, M., Zinatelly, N., Cragg, P., and Cavaye, A.L.M. *“Personal Computing Acceptance Factor in Small Firm: A. Structural Equition Model”*, *MIS Quartely* (21:3), 1997, pp.279-305.
- Kaplan, Andreas; Haenlein, Michael (September–October 2014), *“Collaborative projects (social media application): About Wikipedia, the free encyclopedia”*, *Business Horizons* 57 (5): 617–626, doi:10.1016/j.bushor.2014.05.004
- K. Lui and R. Jamieson. 2003. *“Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model,”* *European Conference on Information Systems (ECIS 2003)*, Naples.
- Malhotra, Yogesh and D. F. Galletta. 1999. *“Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation”*. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Media Sosial: Pengertian, Karakteristik, dan Jenis, <http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-sosial-pengertian-karakteristik.html>. Diakses 27 April 2015.

- Nelvia, Desi dan Rudi M. Harahap. 2009. "Studi atas Prilaku Pengguna Layanan Wide Area Network (WAN) BPKP." *Internet Working Indonesia Journal*, Vol.1/No.1, h.25-28.
- Nur Indriantoro.1996. "Sistem informasi Strategik: Dampak Teknologi Informasi terhadap organisasi dan keunggulan kompetitif ". *Jurnal KOMPAK*, No 9 Pebruari, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Yogyakarta (YO), Yogyakarta.
- Nur Indriantoro. 2000. "Pengaruh Computer Anxiety terhadap keahlian dosen dalam penggunaan komputer ". *Jurnal Akuntansi dan Auditing (JAAI)*, Volume 4 no.2 Desember, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (UII),Yogyakarta.
- Nur Indriantoro dan Setianingsih.1998. "Pengaruh dukungan Manajemen puncak dan komunikasi pemakai,pengembang : terhadap hubungan partisipasi dan kepuasan kerja pemakai dalam pengembangan sistem informasi ". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia (JRAI)*, Volume Juli, Yogyakarta.
- Jantan,T.Ramayah, Chin Weng Wah. 2001. " *Personal Computer Acceptance by Small and Medium sized Companies Evidences from Malaysia* ". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No 1 vol 3, Program Magister Manajemen Universitas Syiah Kuala (UNSYIAH), Banda Aceh.
- Juniarti.2001, " *Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior(TPB)*, aplikasinya dalam penggunaan *software* audit oleh Auditor", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Vol.4. No.3 September 332-354. Yogyakarta.
- Jogiyanto HM. 2005, *Metodelogi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE UGM Yogyakarta.
- Jogiyanto HM. 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif: Memenangkan Persaingan dengan Sistem Teknologi Informasi*. Andi Yogyakarta.
- Jogiyanto HM. 2005, *Sistem Teknologi Informasi*. Andi Yogyakarta.
- Jogiyanto HM. 2007, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Andi Yogyakarta.
- Jogiyanto HM, Willy Abdillah. 2009, *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*, BPFE UGM Yogyakarta.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pelayanan di Sektor Publik,". *Seminar Nasional Teknologi*, November 2007.Yogyakarta.<http://p3m.mikom.ac.id/p3m/64%20%20PERANAN%20TEKNOLOGI%20INFORMASI%20DALAM%20PENINGKATAN%20PELAYANAN%20DI%20SEKTOR%20PUBLIK.pdf>. Diakses 5 Januari 2010.

- Sagung Rai Darmi, Anak Agung dan I Nyoman Wijana Asmasar Putra. 2009. "Pemanfaatan Teknologi pada Bank Perkreditan Rakyat Di Kabupaten Tabanan." Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. Denpasar.
- Syam Fazli BZ.1999. " Dampak Kompleksitas Teknologi informasi bagi strategi dan kelangsungan usaha", Jurnal Akuntansi dan Auditing (JAAI) Vol.3 no.1, FE.UII Yogyakarta
- Sjazna, B. 1996. "Empirical Evaluation of The Revised Technology Acceptance Model." *Management Science*, Vol.42, No.2, pp.85-92.
- Sun, H., & Zhang, P. "A New Perspective to Analyze User Technology Acceptance", *Working Paper, Syracuse University*, 2003.
- Suseno, Bontos Himawan (2009) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Oleh Karyawan PT.KAI (persero) Terhadap Sistem E-ticket di Semarang : Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Supriyati. 2006. Peranan Teknologi Informasi Dalam Audit Sistem Informasi Komputerisasi Akuntansi. *Majalah Ilmiah Unikom*, vol 6, hlm 35-50.
- Tangke, Natalie. 2004. "Analisa Penerimaan Penerapan Teknik Audit Berbantu Komputer (TABK) dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI." Jurusan Akuntansi, Universitas Kristen Petra.
- Tjhai, Fung Jin. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Akuntan Publik. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol 5, No 1 April 2003, 1-26.
- Taylor, S. And Todd, P.A. "*Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models*," *Information Systems Research*, 6, 1995, pp. 144-176.
- Trisnawati Rina.1998. " Pertimbangan perilaku dan faktor penentu keberhasilan pengembang sistem informasi " *Jurnal kajian bisnis* , edisi September ,Yogyakarta.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., Howell, J.M "*Personal Computing Toward a Conceptual Model of utilization*", *MIS Quartely* (15:1), 1991, pp.125-143.
- Trimagarwati, N. E. (2008). Penerapan Hukum Hak Cipta Seni Batik Pekalongan Sebagai Komoditas Internasional. *Thesis*, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Venkatesh, V., and Davis, F.D., 2000, "A *Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*," *Management Science*, Vol.46, No.2, Pebruari, pp.186-204.

- Venkatesh, V., and Moris, M.G., 2002, "Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior," *MIS Quarterly*, Vol.24, No.1, March, pp 115-139.
- Venkatesh, V., Moris, M.G., Davis, G.B., and Davis F.D., 2003, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, September, pp.425-475.
- Wibowo, Arief. 2006. "Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*." <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/02/arif-wibowo.pdf>. Diakses 15 Januari 2010.
- Wijayanti, Ratih. 2009. " Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris terhadap Nasabah Bank di Depok)," *Jurnal Akuntansi, Universitas Gunadarma*.(http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_20205981.pdf). Diakses tanggal 5 Januari 2010.
- Winarno, W. Wahyu., "Sistem Informasi Akuntansi", Edisi Dua, Penerbit BPSTIE YKPN, Yogyakarta, 2006.
- Wiyono, Adrianto Sugiarto. 2008. "Evaluasi Perilaku Penerimaan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak Secara *Online* dan *Realtime*." *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 11 (2) Hal. 117 – 132.