

Billy Nugraha dkk_Asesmen Augmented Reality.pdf

by nugrahabilly22@gmail.com 1

Submission date: 13-Jul-2024 06:20PM (UTC+0800)

Submission ID: 2416074863

File name: Billy_Nugraha_dkk_Asesmen_Augmented_Reality.pdf (481.31K)

Word count: 4842

Character count: 29459

Asesmen *Augmented Reality* dengan SEM terhadap Furindo Apps melalui TAM guna Pemanfaatan Interkonektivitas Teknologi Pasca-Pandemi

Billy Nugraha^{1*}, Hasbullah², Ipan Pauji³

^{1,2} S2 Teknik Industri, Universitas Mercu Buana
Jl. Meruya Selatan, RT.4/RW.1, Joglo, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 11650, Indonesia

^{1*} billynugraha982@gmail.com

² Alamat email penulis 2

³ S1 Teknik Industri, Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kab. Karawang, Jawa Barat 41361, Indonesia

³ ipanpauji946@gmail.com

Augmented Reality Assessment with SEM on Furindo Apps through TAM for the Utilization of Post-Pandemic Technology Interconnectivity

Dikirimkan: xx (bulan), xxxx (tahun). Diterima: (bulan), xxxx (tahun). Dipublikasikan(bulan), xxxx (tahun). **Diisi oleh pengelola jurnal**

Abstract— Today's technology and information are very significant in its development, one of which is e-commerce which is available in several applications. In addition, there is one e-commerce application that has just emerged and is available to its users, namely Furniture Indonesia Applications (Furindo Apps). Since Furindo Apps is a new application used by users, it is not yet certain about its suitability for users. So the purpose of this study will be to assess several variables that are adjusted to the results of previous research. In this study, one of the methods for assessing augmented reality with the Structural Equation Model (SEM) on Indonesian Furniture Applications through the Technology Acceptance Model (TAM) will be used. Apart from that, in supporting the use of post-pandemic technology interconnectivity. The results in the study focused on several variables used in the hypothesis such as: Quality of Information (X1), Interactive (X2), Perceived Usefulness (X3), Perceived Ease of Use (X4), Enjoyment (X5), Behavioral Intention (X6), Attitude (X7), and Satisfaction (X8). So each variable will be known whether or not there is an influence given by simple statistical testing, namely through a correlation test. The conclusion in this study is that it is necessary to add other variables to support the results of a more optimal TAM method.

Keywords— E-commerce; Correlation Test; SEM; TAM .

Abstrak— Teknologi dan informasi masa kini sangat signifikan dalam perkembangannya, salah satunya adalah e-commerce yang tersedia di beberapa aplikasi. Selain itu terdapat salah satu aplikasi e-commerce yang baru muncul dan tersedia oleh penggunanya, yaitu Furniture Indonesia Applications (Furindo Apps). Berhubung Furindo Apps merupakan aplikasi baru yang digunakan oleh pengguna, maka belum dapat dipastikan perihal kesesuaian dengan penggunanya. Sehingga tujuan dalam penelitian kali ini akan melakukan penilaian terhadap

Copyright © --- THE AUTHOR(S). This article is distributed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license](#). Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri is published by Industrial Engineering of Universitas Suryakencana

Nama penulis

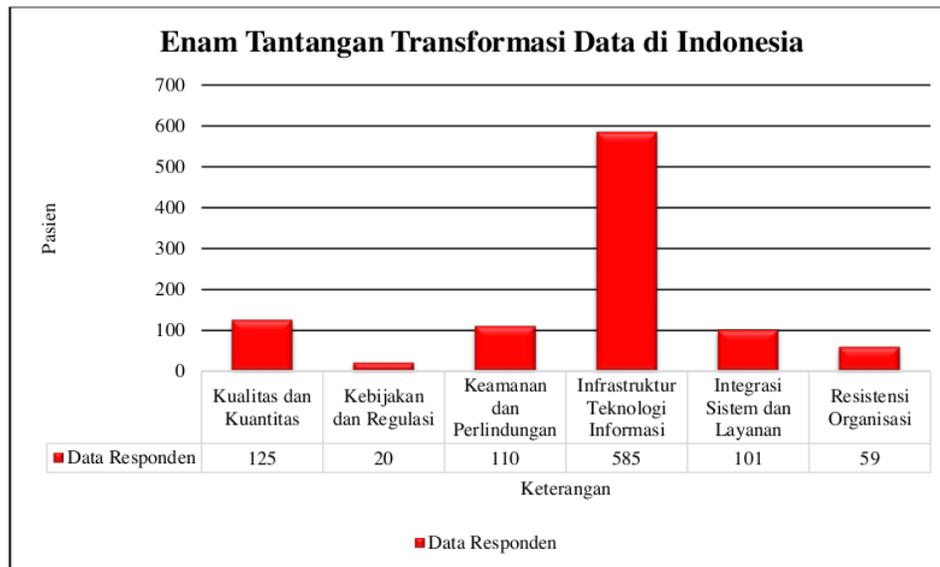
beberapa variabel yang disesuaikan dengan hasil penelitian terdahulu. Pada penelitian kali ini akan menggunakan salah satu metode guna asesmen *augmented reality* dengan *Structural Equation Model* (SEM) terhadap Furnitur Indonesia *Applications* melalui *Technology Acceptance Model* (TAM). Selain dari itu dalam menunjang pemanfaatan interkoneksi teknologi pasca-pandemi. Hasil dalam penelitian berfokus pada beberapa variabel yang dijadikan dalam hipotesis seperti: *Quality of Information* (X1), *Interactive* (X2), *Perceived Usefulness* (X3), *Perceived Ease of Use* (X4), *Enjoyment* (X5), *Behavioral Intention* (X6), *Attitude* (X7), dan *Satisfaction* (X8). Maka masing-masing variabel akan diketahui ada tidaknya pengaruh yang diberikan dengan pengujian statistik sederhana, yaitu melalui uji korelasi. Kesimpulan dalam penelitian ini perlu dilakukan penambahan variabel lainnya guna mendukung hasil dari metode TAM yang lebih optimal.

Kata kunci— E-commerce; SEM; TAM; Uji Korelasi.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, transformasi data yang dilakukan oleh berbagai sektor di kehidupan perlu menyesuaikan diri. Salah satunya adalah sektor industri furnitur, perlu menyesuaikan dengan perubahan yang serba *digital* saat ini [1, 2]. Terutama setelah didorong oleh pandemi Covid-19, yang kemungkinan masih berlangsung hingga saat ini. Selain itu berbagai aturan pemerintah di dunia berupaya untuk melakukan akselerasi transformasi data di berbagai sektor kehidupan [3]. Tidak terkecuali pemerintah Indonesia, ikut turut andil dalam berpartisipasi untuk tantangan

transformasi data yang diatur dalam kebijakan publik saat ini. Namun dalam implementasinya, upaya transformasi data ini mempunyai dampak dan performa yang belum maksimal [4]. Isu infrastruktur menjadi salah satu faktornya, hal ini menjadi penghambat dalam akselerasi transformasi data yang dilakukan. Hasil berbagai penelitian menunjukkan, adanya tantangan dalam pelaksanaan transformasi data di sektor kehidupan, salah satunya industri furnitur. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh 31 lembaga penelitian, terdapat enam tantangan transformasi data saat ini. Terdapat pada Gambar 1. di bawah ini Enam Tantangan Transformasi Data di Indonesia.



Gambar 1. Enam Tantangan Transformasi Data di Indonesia

Sumber : [5]

Selain itu dampak dari covid-19 ini menyebabkan beberapa sektor dalam kehidupan terganggu. Sektor ekonomi, sosial, pendidikan, pariwisata dan yang lainnya termasuk sektor perindustrian [6]. Salah satu sektor industri yang terkena dampaknya adalah industri furnitur.

Padahal menurut Wasista industri furnitur adalah salah satu industri yang menyumbang sebagian besar dalam pajak domestik bruto nasional [7]. Hal tersebut memberikan dampak pada industri furnitur dengan penurunan pembelian dalam hitungan tahunnya. Mengingat adanya aturan yang

dikeluarkan pemerintah dilarang keluar rumah, membuat konsumen enggan berkunjung ke tempat secara langsung. Disamping itu pemanfaatan teknologi pada industri furnitur yang dilakukan para pemilik/pendiri usaha masih kurang memanfaatkannya peran teknologi [8]. Maka diperlukannya penanganan strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan daya beli furnitur, khususnya pada era pasca pandemi. Potensi furnitur Indonesia memiliki kualitas yang tinggi, sehingga hasil dari furnitur diminati oleh sebagian besar masyarakat lokal bahkan mancanegara. Hal ini dapat menjadi peluang yang besar bagi pemerintah dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dari permasalahan di atas perlu ditemukan solusi untuk mempertahankan dan meningkatkan

pembelian dari para pemilik/pendiri usaha di bidang industri furnitur. Sehingga munculnya aplikasi baru saat ini yang masih dalam tahapan proses pengembangan, yaitu Furnitur Indonesia *Applications* (*Furindo Apps*). *Furindo Apps* merupakan salah satu aplikasi e-commerce yang dapat digunakan oleh masyarakat umum. Keunikan atau keterbaharuan dalam *Furindo Apps* yaitu terintegrasi dengan *Augmented Reality* (AR) dalam proses advertensi yang ditawarkan, sehingga memberikan kesan pengalaman baru terhadap penggunaannya. Sedangkan berikut ini merupakan beberapa penulisan dan/atau penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan untuk penelitian saat ini atau selanjutnya, berikut Tabel 1. *State of the Art* (SOTA).

TABEL I
STATE OF THE ART (SOTA)

No.	Judul	Kaitan Penelitian
1.	Analisis Penerimaan Teknologi M-Commerce Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) pada Penjualan Retai di Kabupaten Kuningan	"Hasil menunjukkan bahwa faktor efikasi diri penggunaan selular dan kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap faktor kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi m-commerce. Faktor kemanfaatan dan faktor kemudahan berpengaruh positif terhadap faktor sikap penggunaan teknologi dan niat untuk menggunakan teknologi m-commerce" [9].
2.	Analisis aplikasi <i>Mobile Banking</i> Jenius Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) di Kota Jambi	"Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa nasabah cukup baik menerima aplikasi <i>mobile banking</i> Jenius dan tingkat nasabah untuk terus mengembangkan aplikasi tersebut juga baik. Hasil dari penelitian bisa digunakan menjadi referensi untuk terus mengembangkan aplikasi <i>mobile banking</i> Jenius menjadi lebih baik lagi" [10].
3.	Analisis Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) pada Penggunaan TikTok	"Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan dalam pemanfaatan. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi dalam pemanfaatan sistem" [11].
4.	Penerapan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja	"Pada penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh secara langsung dengan nilai tingkat signifikansi paling tinggi yaitu <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>actual system use</i> sebesar 0,582 > 0,05 dan pengaruh secara tidak langsung yang paling dominan atau dengan nilai total paling tinggi yaitu <i>perceived ease of use</i> pada <i>actual system use</i> melalui <i>behavioral intention to use</i> dengan total 0,39" [12].
5.	Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) pada Aplikasi Greatday	"Hasil penelitian menunjukkan hasil yang signifikan, variabel yang signifikan yaitu <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>attitude towards using</i> , <i>attitude towards using</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention of use</i> dan <i>behavioral intention of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>actual system of use</i> " [13].
6.	Analisis Penerimaan Digital Teknologi pada E-Museum SIMVONI Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i>	"Hasil penelitian menunjukkan terdapat 6 dari 9 hipotesis yang berpengaruh signifikan yaitu <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>intention to use</i> dengan nilai t-statistik 5.003, <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> dengan nilai t-statistik 2.990, <i>social norm</i> terhadap <i>intention to use</i> dengan nilai t-statistik 3.736, <i>perceived enjoyment</i> terhadap <i>intention to use</i> dengan nilai t-statistik 3.934, <i>user experience</i> terhadap <i>perceived ease of use</i> dengan nilai t-statistik 8.708, dan <i>information quality</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> dengan nilai t-statistik 6.036" [14].
7.	E-Commerce <i>Coffepedia</i> with <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Testing	"In this study, the system was designed to facilitate to sale of coffee powder using prototyping methodology and the <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) for testing method. The purchasing system can make it easier and provide convenience for buyers and sellers in Indonesia" [15].
8.	Penerapan Metode TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) dalam Aktualisasi Sistem Informasi Rumah Sakit (SIMRS)	"Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada penggunaan aktual sistem. Sedangkan persepsi perilaku pengguna tidak berpengaruh secara signifikan" [16].

Nama penulis

No.	Judul	Kaitan Penelitian
9.	Efektivitas Penerapan Aplikasi Zoom dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus : SMP Negeri 1 PPU)	"Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Zoom Meeting mampu memberikan dampak positif terhadap penggunaannya yaitu guru dan siswa dari segi manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>), kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>), sikap (<i>Attitude Towards Using</i>), niat (<i>Intention to Use</i>) dan penggunaan yang sebenarnya (<i>Actual Use</i>)" [17]
10.	Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Penggunaan E-Learning dengan Metode TAM dan EUCS	"Subjek penelitian ini adalah siswa SMP kelas VII-IX SMP Kristen 2 Salatiga. Dengan menggunakan analisis SEM, maka hasil yang didapatkan terkait dengan kepuasan pengguna yaitu sebesar 96,7%" [18].

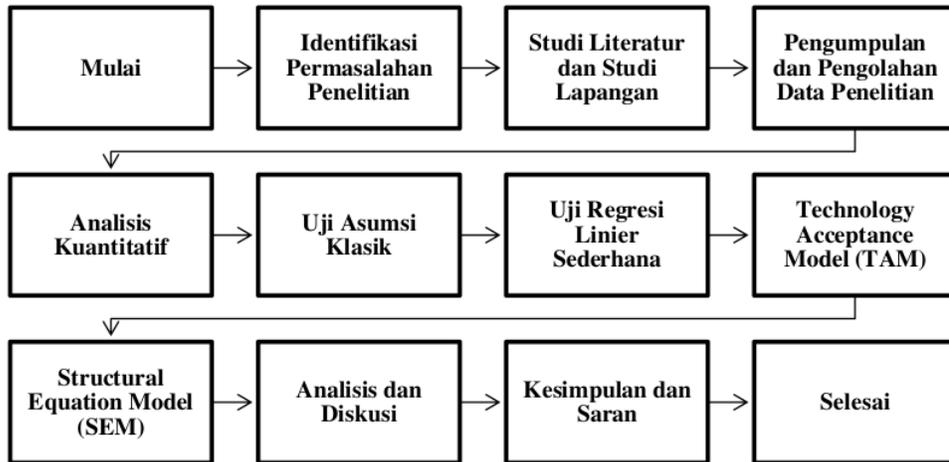
Hasil pada Tabel 1. di atas adalah beberapa penulisan dan/atau penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian saat ini memiliki parameter dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan TAM yang akan dilakukan pengujianya. Sehingga diketahui gap dalam penelitian ini merupakan hasil dari penelitian terdahulu yang tidak berfokus pada hasil SEM tersebut. Selain dari itu variabel yang ditentukan hanya beberapa saja, dirasa pengambilan keputusan dalam mengetahui ada tidaknya pengaruh yang diberikan oleh responden masih kurang. Sedangkan dalam penelitian kali ini, setelah didapatkan hasil TAM dari pengujian statistik yang dilakukan. Maka dilakukan analisis menggunakan SEM yang bertujuan untuk memberikan kesan visual terhadap pembaca dalam memahami hasil dari penelitian saat ini yang sedang dilakukan. Selain itu dengan adanya beberapa variabel yang tidak serupa dengan penulisan dan/atau penelitian terdahulu, hal ini yang dijadikan keterbaruan dari penelitian yang sedang dilakukan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian kali ini ditentukan beberapa variabel yang akan dilakukan pengujian, seperti: *Quality of Information* – QI terhadap *Perceived Usefulness* – PU (H1), *Quality of Information* – QI terhadap *Enjoyment* – E (H2), *Quality of Information* – QI terhadap *Perceived Ease of Use* – PEU (H3), *Interactive* – I terhadap *Perceived Usefulness* – PU (H4), *Interactive* – I terhadap *Enjoyment* – E (H5), *Interactive* – I terhadap *Perceived Ease of Use* – PEU (H6), *Perceived Usefulness* – PU terhadap *Behavioral Intention* – BI (H7), *Perceived Usefulness* – PU terhadap *Attitude* – A (H8), *Perceived Ease of Use* – PEU terhadap *Behavioral Intention* – BI (H9), *Perceived Ease of Use* – PEU terhadap *Attitude* – A (H10), *Enjoyment* – E terhadap *Behavioral Intention* – BI (H11), *Enjoyment* – E terhadap *Satisfaction* – S (H12), *Enjoyment* – E terhadap *Attitude* – A (H13),

Behavioral Intention – BI terhadap *Satisfaction* – S (H14), *Behavioral Intention* – BI terhadap *Attitude* – A (H15), *Attitude* – A terhadap *Satisfaction* – S (H16), dan *Attitude* – A terhadap *Behavioral Intention* – BI (H17).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kali ini termasuk dalam *non-probability sampling technique*. *Non-probability sampling technique* secara sederhana adalah pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama kepada responden yang telah mengisi kuesioner. Maka teknik pengambilan sampel yang tepat dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Secara pengertian sederhana *purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel dengan batasan atau penentuan yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini ditentukan yang memenuhi kriteria responden untuk mengisi hanya terdapat tiga identitas di awal, yaitu status sosial, pernah membeli produk furnitur dan usia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini sama seperti penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa tahapan dalam teknik analisis data yang dilakukan: proses *editing*, proses *coding*, proses *scoring* dan tabulasi. Instrumen skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian kali ini dengan menerapkan pengembangan dari Ransis Likert. Ransis Likert mengemukakan instrumen skala pengukuran data dengan menggunakan skala dari 1 sampai dengan 5. Instrumen data penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah data primer dan sekunder. Metode pencarian dan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah studi pustaka dan lapangan. Pada penelitian kali ini dimulai dari identifikasi masalah yang akan dilanjutkan ke uji statistik, jika permasalahan sudah ditentukan. Maka selanjutnya akan dilakukan fokus penelitian untuk menentukan variabel dependen dan independen dalam penelitian. Sehingga akan ditemukan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan sebelumnya dan pemberian saran untuk fokus penelitian selanjutnya. Berikut ini Gambar 2. Rangkaian Alur Penelitian.

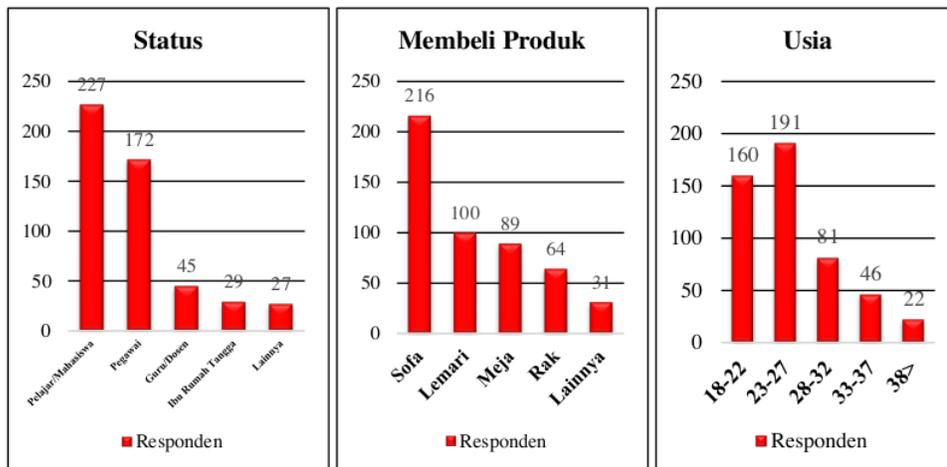


Gambar 2. Rangkaian Alur Penelitian

III. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil teknik pengambilan sampel yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapatkan sebanyak 500 responden yang mengisi kuesioner online yang disebar. Berhubung termasuk ke

dalam *purposive sampling*, sehingga hanya responden yang termasuk dalam kriteria *online* a di bawah ini saja yang dapat mengisi kuesioner *online*. Terlampir pada Gambar 3. Identitas 500 Responden Berdasarkan Kriteria Pengisian.



Gambar 3. Identitas 500 Responden Berdasarkan Kriteria Pengisian

Selanjutnya telah didapatkan 500 responden dalam proses pengumpulan data yang dilakukan, sehingga dilakukan teknik analisis data. Pada teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian kali ini terbagi dalam beberapa proses seperti: proses *editing*, proses *coding*, proses *scoring*, dan tabulasi [19]. Maka berikutnya dilakukan analisis terhadap instrumen skala pengukuran data dengan bantuan skala *likert*. Hal ini dikarenakan memiliki tujuan untuk dilakukan pengujian berikutnya, sebagai tahapan awal pengujian dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas yang termasuk dalam kategori Analisis Kuantitatif. Berikutnya dilakukan Uji Normalitas yang termasuk dalam kategori Uji Asumsi Klasik. Sehingga sebagai penentuan ada tidaknya pengaruh dari beberapa variabel di atas,

dilakukan Uji Korelasi yang termasuk dalam kategori Uji Regresi Linier Sederhana [20]. Hasil dari beberapa pengujian statistik yang dilakukan dalam penelitian ini dengan bantuan *software statistical product and service solutions (SPSS)*.

A. Hasil Uji Validitas dengan Pearson Product Moment

Hasil uji validitas dengan *pearson product moment* akan dilakukan pengujian disetiap indikator (hipotesis) dalam variabel yang telah ditentukan. Maka melalui penelitian kali ini dengan bantuan *software SPSS* agar mendapatkan hasil yang akurat. Terlampir pada Tabel 2. Hasil Uji Validitas dengan *Pearson Product Moment*.

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS DENGAN PEARSON PRODUCT MOMENT

No.	Variabel/Indikator	Nilai Hitung	Nilai Tabel	Keterangan
1.	<i>Quality of Information</i> – QI (X1)			
	H1 : PU-1	0,356		
	H2 : E-1	0,256	0,088	Valid
	H3 : PEU-1	0,426		
2.	<i>Interactive</i> – I (X2)			
	H4 : PU-2	0,584		
	H5 : E-2	0,203	0,088	Valid
	H6 : PEU-2	0,435		
3.	<i>Perceived Usefulness</i> – PU (X3)			
	H7 : BI-1	0,192	0,088	Valid
	H8 : A-1	0,115		
4.	<i>Perceived Ease of Use</i> – PEU (X4)			
	H9 : BI-3	0,109	0,088	Valid
	H10 : A-3	0,171		
5.	<i>Enjoyment</i> – E (X5)			
	H11 : BI-2	0,202		
	H12 : S-2	0,475	0,088	Valid
	H13 : A-2	0,452		
6.	<i>Behavioral Intention</i> – BI (X6)			
	H14 : S-1	0,186	0,088	Valid
	H15 : A-4	0,123		
7.	<i>Attitude</i> – A (X7)			
	H16 : S-3	0,342	0,088	Valid
	H17 : BI-4	0,471		
8.	<i>Satisfaction</i> – S (X8)			

Melalui hasil pengujian di atas didapatkan nilai *pearson product moment* yang telah melebihi dari nilai 0,088 (nilai r tabel). Sehingga dapat ditarik kesimpulannya bahwa setiap indikator (hipotesis) tersebut dapat dinyatakan *valid*. Maka dari itu dinyatakan layak untuk dilakukan ke tahapan pengujian berikutnya, yaitu uji reliabilitas.

B. Hasil Uji Reliabilitas dengan Cronbach Alpha

Hasil uji reliabilitas dengan *cronbach alpha* akan dilakukan pengujian disetiap variabel dalam variabel yang telah ditentukan. Maka melalui penelitian kali ini dengan bantuan *software SPSS* agar mendapatkan hasil yang akurat. Terlampir pada Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*.

TABEL 3
HASIL UJI RELIABILITAS DENGAN *CRONBACH ALPHA*

No.	Variabel	Nilai Hitung	Nilai Tabel	Keterangan
1.	<i>Quality of Information</i> – QI (X1)			
2.	<i>Interactive</i> – I (X2)			
3.	<i>Perceived Usefulness</i> – PU (X3)			
4.	<i>Perceived Ease of Use</i> – PEU (X4)	0,545	0,600	Reliabel
5.	<i>Enjoyment</i> – E (X5)			
6.	<i>Behavioral Intention</i> – BI (X6)			
7.	<i>Attitude</i> – A (X7)			
8.	<i>Satisfaction</i> – S (X8)			

Melalui hasil pengujian di atas didapatkan nilai *cronbach alpha* yang telah melebihi dari nilai 0,600 (nilai tabel). Sehingga dapat ditarik kesimpulannya bahwa setiap variabel tersebut dapat dinyatakan *reliabel*. Maka dari itu dinyatakan layak untuk dilakukan ke tahapan pengujian berikutnya, yaitu uji normalitas.

C. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

Hasil uji normalitas dengan *kolmogorov smirnov* akan dilakukan pengujian disetiap variabel dalam variabel yang telah ditentukan. Maka melalui penelitian kali ini dengan bantuan *software SPSS* agar mendapatkan hasil yang akurat. Terlampir pada Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas dengan *Kolmogorov Smirnov*.

TABEL 4
HASIL UJI NORMALITAS DENGAN *KOLMOGOROV SMIRNOV*

No.	Variabel	Nilai Hitung	Nilai Tabel	Keterangan
1.	<i>Quality of Information</i> – QI (X1)			
2.	<i>Interactive</i> – I (X2)			
3.	<i>Perceived Usefulness</i> – PU (X3)			
4.	<i>Perceived Ease of Use</i> – PEU (X4)	0,185	0,050	Normal
5.	<i>Enjoyment</i> – E (X5)			
6.	<i>Behavioral Intention</i> – BI (X6)			
7.	<i>Attitude</i> – A (X7)			
8.	<i>Satisfaction</i> – S (X8)			

Melalui hasil pengujian di atas didapatkan nilai *kolmogorov smirnov* yang telah melebihi dari nilai 0,050 (nilai tabel). Sehingga dapat ditarik kesimpulannya bahwa setiap variabel tersebut dapat

dinyatakan *normal*. Maka dari itu dinyatakan layak untuk dilakukan ke tahapan pengujian berikutnya, yaitu uji regresi linier sederhana.

Nama penulis

D. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dengan Uji Korelasi

Hasil dari pernyataan indikator (hipotesis) di atas akan ditarik kesimpulannya dari per masing-masing indikator (hipotesis) tersebut. Hal ini

diketahui berdasarkan hasil nilai t dan nilai P yang telah dilakukan melalui uji korelasi dengan bantuan *software SPSS* agar mendapatkan hasil yang akurat. Terlampir pada Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dengan Uji Korelasi.

TABEL 5
HASIL Uji REGRESI LINIER SEDERHANA DENGAN Uji KORELASI

H	Deskripsi Hipotesis	Nilai t (> 1,645)	Nilai P (< 0,050)	Keterangan
H1	Quality of Information (QI) terhadap Perceived Usefulness (PU)	3,843	0,031	Berpengaruh Signifikan
H2	Quality of Information (QI) terhadap Enjoyment (E)	1,345	0,041	Tidak Berpengaruh Signifikan
H3	Quality of Information (QI) terhadap Perceived Ease of Use (PEU)	4,115	0,111	Berpengaruh Signifikan
H4	Interactive (I) terhadap Perceived Usefulness (PU)	0,986	0,004	Tidak Berpengaruh Signifikan
H5	Interactive (I) terhadap Enjoyment (E)	0,456	0,034	Tidak Berpengaruh Signifikan
H6	Interactive (I) terhadap Perceived Ease of Use (PEU)	3,847	0,001	Berpengaruh Signifikan
H7	Perceived Usefulness (PU) terhadap Behavioral Intention (BI)	5,685	0,045	Berpengaruh Signifikan
H8	Perceived Usefulness (PU) terhadap Attitude (A)	2,757	0,067	Berpengaruh Signifikan
H9	Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Behavioral Intention (BI)	5,389	0,098	Berpengaruh Signifikan
H10	Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Attitude (A)	1,620	0,102	Tidak Berpengaruh Signifikan
H11	Enjoyment (E) terhadap Behavioral Intention (BI)	6,280	0,201	Berpengaruh Signifikan
H12	Enjoyment (E) terhadap Satisfaction (S)	4,345	0,134	Berpengaruh Signifikan
H13	Enjoyment (E) terhadap Attitude (A)	3,453	0,051	Berpengaruh Signifikan
H14	Behavioral Intention (BI) terhadap Satisfaction (S)	1,998	0,003	Berpengaruh Signifikan
H15	Behavioral Intention (BI) terhadap Attitude (A)	2,001	0,060	Berpengaruh Signifikan
H16	Attitude (A) terhadap Satisfaction (S)	2,310	0,006	Berpengaruh Signifikan
H17	Attitude (A) terhadap Behavioral Intention (BI)	1,753	0,058	Berpengaruh Signifikan

Kesimpulan yang dapat dijelaskan melalui setiap indikator (hipotesis) di setiap variabel tersebut didasarkan dari penentuan nilai t dan nilai P. Hasil dari nilai t didapatkan per masing-masing setiap indikator (hipotesis), mulai dari QI terhadap PU (H1) = 3,843, QI terhadap E (H2) = 1,345, QI terhadap PEU (H3) = 4,115, I terhadap PU (H4) = 0,986, I terhadap E (H5) = 0,456, I terhadap PEU (H6) = 3,847, PU terhadap BI (H7) = 5,685, PU

terhadap A (H8) = 2,757, PEU terhadap BI (H9) = 5,389, PEU terhadap A (H10) = 1,620, E terhadap BI (H11) = 6,280, E terhadap S (H12) = 4,345, E terhadap A (H13) = 3,453, BI terhadap S (H14) = 1,998, BI terhadap A (H15) = 2,001, A terhadap S (H16) = 2,310, dan A terhadap BI (H17) = 1,753. Hal ini dikarenakan dari hasil pengujian yang telah dilakukan melebihi dari 1,645 (nilai t tabel). Sehingga didapatkan pengaruh yang signifikan

untuk 13 indikator (hipotesis) dan tidak berpengaruh yang signifikan untuk 4 indikator (hipotesis) dalam penelitian ini. Hal tersebut didasarkan dalam pengambilan keputusannya sebagai berikut ini:

- a. H_0 diterima jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan.
- b. H_0 ditolak jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Sementara itu hasil dari nilai P didapatkan per masing-masing setiap indikator (hipotesis), mulai dari QI terhadap PU ($H1$) = 0,031, QI terhadap E ($H2$) = 0,041, QI terhadap PEU ($H3$) = 0,111, I terhadap PU ($H4$) = 0,004, I terhadap E ($H5$) = 0,034, I terhadap PEU ($H6$) = 0,001, PU terhadap BI ($H7$) = 0,045, PU terhadap A ($H8$) = 0,067, PEU terhadap BI ($H9$) = 0,098, PEU terhadap A ($H10$) = 0,102, E terhadap BI ($H11$) = 0,201, E terhadap S ($H12$) = 0,134, E terhadap A ($H13$) = 0,051, BI terhadap S ($H14$) = 0,003, BI terhadap A ($H15$) = 0,060, A terhadap S ($H16$) = 0,006, dan A terhadap BI ($H17$) = 0,058. Hal ini dikarenakan dari hasil pengujian yang telah dilakukan tidak melebihi dari 0,050 (nilai P tabel). Sehingga didapatkan korelasi untuk 9 indikator (hipotesis) dan tidak korelasi untuk 8 indikator (hipotesis) dalam penelitian ini. Hal tersebut didasarkan dalam pengambilan keputusannya sebagai berikut ini:

- a. H_0 diterima jika nilai P hitung $>$ nilai t tabel, maka terdapat korelasi.
- b. H_0 ditolak jika nilai P hitung $<$ nilai t tabel, maka tidak terdapat korelasi.

IV. PEMBAHASAN

Maka sebagai hasil dari penelitian ini diketahui melalui Gambar 4. di atas, hasil tersebut dari *Structural Equation Model* (SEM). Sebelum dilakukan analisis dengan menggunakan SEM, hasil tersebut diperoleh dari pengujian statistik. Pengujian statistik yang dilakukan mulai dari Analisis Kuantitatif (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas), dan Uji Regresi Linier Sederhana (Uji Korelasi). Hasil dari Uji Korelasi adalah hasil untuk TAM, sehingga diketahui ada tidaknya pengaruh yang diberikan dari indikator (hipotesis) yang telah ditentukan. Maka setelah hasil diketahui, selanjutnya dibuatkan dalam bentuk visualisasi dengan SEM. Pada SEM terlihat hasil kesimpulan didapatkan pengaruh yang signifikan untuk 13 indikator (hipotesis) dan tidak berpengaruh yang signifikan untuk 4 indikator (hipotesis) dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang dilakukan adalah pengembangan oleh Billy Nugraha dan Krisna Apriansyah K yang berjudul "Pemanfaatan Advertensi Melalui *Augmented Reality* terhadap Minat Pembelian Furnitur di Era Pasca Pandemi", sebagai dasar dalam penentuan *Furindo Apps* [21].

Selanjutnya dilakukan penelitian lanjutan oleh Billy Nugraha, Soma Satria, dan Aksyal Abi Maulana yang berjudul "Simulasi Perancangan *Furindo Apps* dengan ADDIE guna Menunjang Pemasaran di Era Digital", sebagai lanjutan dari dasar sebelumnya untuk perancangan *Furindo Apps* [22].

V. KESIMPULAN

Maka sebagai bentuk penelitian lanjutan kembali dilakukan penelitian saat ini menggunakan SEM dan TAM untuk mengetahui perkembangan *Furindo Apps* oleh penggunaannya. Sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya melakukan pengembangan atas kekurangan *Furindo Apps*, seperti penambahan fitur atau *menu* yang ada. Hal ini agar beberapa indikator (hipotesis) yang belum memiliki pengaruh dapat memiliki pengaruh. Selain itu pada penulisan dan/atau penelitian selanjutnya dengan menggunakan SEM dan TAM lebih menambahkan kembali indikator (hipotesis) pada variabel tersebut. Hal ini agar lebih menjangkau keseluruhan tanggapan dari responden. Terlihat hasil dalam penelitian ini dari berjumlah 17 indikator (hipotesis), ternyata yang memiliki pengaruh adalah 13 indikator (hipotesis) yang pada pada setiap variabelnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Mercu Buana dan Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah memberikan dukungan untuk melakukan kolaborasi penelitian antar mahasiswa yang dilakukan. Selain itu daripada itu sebagai Perancang dan Pembuat Furnitur Indonesia *Applications* (*Furindo Apps*) dalam memberikan izin penelitian saat ini.

REFERENSI

- [1] R. N. Fahira, M. A. Komara and Y. Muhyidin, "Analisis Minat Pengguna Dompot OVO Menggunakan Metode Technology Acceptance Model," *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (Jinteks)*, vol. IV, no. 3, pp. 225-230, 2022.
- [2] A. Nugraha, I. R. Burhan, D. P. Asyari and F. Hasnah, "Evaluasi Penggunaan SIMRS dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM) di RSUD dr. Adnaan WD Payakumbuh," *JIK (Jurnal Ilmu Kesehatan)*, vol. VI, no. 2, pp. 324-332, 2022.
- [3] M. Purnomo, E. Maulina, A. R. Wicaksono and M. Rizal, "Technology Acceptance Model in SMEs : A Systematic Mapping Study," *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan*

Nama penulis

- Kewirausahaan*, vol. VII, no. 1, pp. 77-83, 2022.
- [4] D. M. Putra, C. M. Hunna and W. Fadhila, "Analisis Pelaksanaan SIMRS pada Unit Kerja Rekam Medis dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Rekam Medis dan Informasi Kesehatan*, vol. V, no. 1, pp. 46-58, 2022.
- [5] A. S. Warangani, "Publikasi Riset: Tantangan Terkini Transformasi Digital Sektor Publik di Indonesia," Jakarta, 2022.
- [6] B. Nugraha, Pengembangan Sumber Daya Manusia: Deskripsi Teoretis tentang Kinerja Pegawai, Penilaian Kinerja Pegawai dan Pemeliharaan SDM, Purwokerto: CV. Pena Persada, 2021.
- [7] I. P. U. Wasista, "Perkembangan Kreativitas Industri Furnitur dalam Revolusi Industri 1.0 Hingga 4.0 (Development of Furniture Industry Creativity In the Industrial Revolution 1.0 to 4.0)," in *Seminar Nasional Sandyakala*, 2019.
- [8] A. Siswoyo and B. S. Irianto, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking," *Owner : Riset dan Jurnal Akuntansi*, vol. VII, no. 2, pp. 1196-1205, 2023.
- [9] N. Mirantika, F. Yusuf and T. S. Syamfithriani, "Analisis Penerimaan Teknologi M-Commerce Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) pada Penjualan Retail di Kabupaten Kuningan," *Jurnal Nuansa Informatika*, vol. XVI, no. 1, pp. 161-171, 2022.
- [10] D. S. C. Hadi and S. Assegaff, "Analisis aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) di Kota Jambi," *Manajemen Sistem Informasi*, vol. VII, no. 4, pp. 666-677, 2022.
- [11] N. Wati, "Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Penggunaan TikTok," *Jurnal Teknologi Informasi Indonesia*, vol. VII, no. 1, pp. 23-31, 2022.
- [12] H. S. P. Pratama and D. P. Rakhmadani, "Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja," *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, vol. IX, no. 2, pp. 176-186, 2022.
- [13] C. J. Toha and M. Mulyati, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada Aplikasi Greatday," *KLIK - Jurnal Ilmu Komputer*, vol. III, no. 2, pp. 82-89, 2022.
- [14] T. L. M. S. Baitun Nadhiroh and E. M. Safitri, "Analisis Penerimaan Digital Teknologi pada E-Museum SIMVONI Menggunakan Technology Acceptance Model," *INTEK (Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi)*, vol. V, no. 1, pp. 90-97, 2022.
- [15] A. Laulio, B. Daniawan, S. Suwitno and A. Wijaya, "E-Commerce Coffepedia with Technology Acceptance Model (TAM) Testing," *bit-Tech*, vol. V, no. 2, pp. 90-102, 2022.
- [16] S. H. Gea, F. Adhikara and R. Hilmy, "Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Aktualisasi Sistem Informasi Rumah Sakit (SIMRS)," *Jurnal Health Sains*, vol. III, no. 3, pp. 495-503, 2022.
- [17] S. Wahyuni, S. Surmiati and A. Hermawansyah, "Efektivitas Penerapan Aplikasi Zoom dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus : SMP Negeri 1 PPU)," *HUMANTECH (Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia)*, vol. II, no. 3, pp. 657-665, 2022.
- [18] A. Lattu, S. Sihabuddin and W. Jatmiko, "Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Penggunaan E-Learning dengan Metode TAM dan EUCS," *JURSISTEKNI (Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi)*, vol. IV, no. 1, pp. 39-50, 2022.
- [19] F. N. Azizah, B. Nugraha and T. I. K. D. & E. A. 2021, Pengantar Statistika Industri: Pengenalan Teori Dasar Probabilitas, Yogyakarta: CV. Jejak Pustaka, 2022.
- [20] B. Nugraha, Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik, Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka, 2022.
- [21] B. Nugraha and K. A. K., "Pemanfaatan Advertensi Melalui Augmented Reality terhadap Minat Pembelian Furnitur di Era Pasca Pandemi," *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. XII, no. 1, pp. 1-17, 2023.
- [22] B. Nugraha, S. Satria and A. A. Maulana, "Simulasi Perancangan Furindo Apps dengan ADDIE guna Menunjang Pemasaran di Era Digital," in *Mercu Buana Conference on Industrial Engineering*, Jakarta Barat, 2024.

Billy Nugraha dkk_Asesmen Augmented Reality.pdf

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.researchgate.net

Internet Source

16%

Exclude quotes On

Exclude matches < 10%

Exclude bibliography On