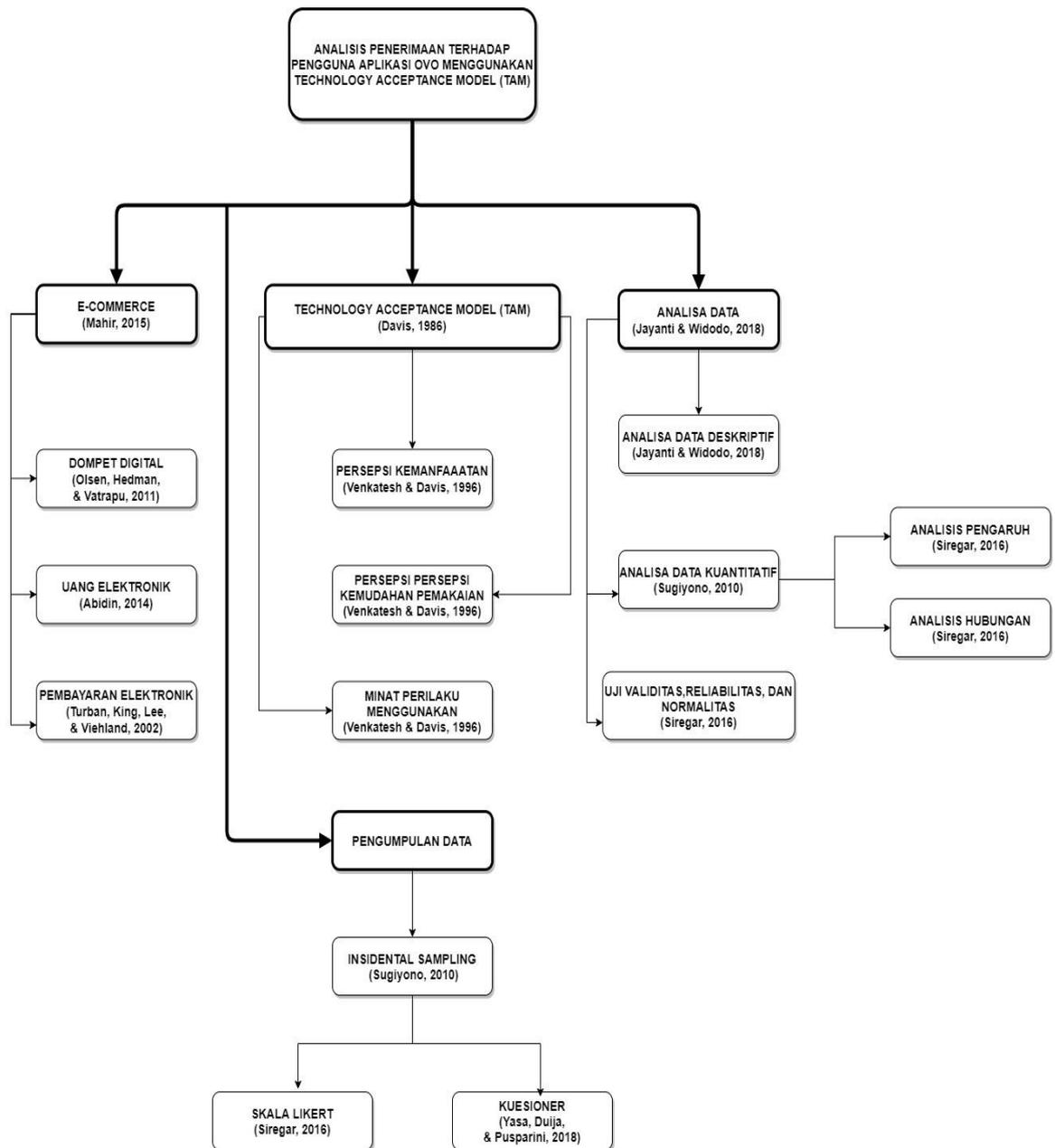


BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Mind Map

Berikut ini adalah gambar diagram *mind map* penelitian:



Gambar 2.1 Diagram *mind mapping* penelitian.

2.2. Uang Elektronik

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Diterbitkan atas dasar nilai yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Abidin, 2014).

Berdasarkan penjelasan dalam peraturan diatas, uang elektronik merupakan alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Uang elektronik digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan transfer dana.

Nilai uang ini bukanlah merupakan simpanan sebagai dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan, sehingga tidak diberikan bunga dan tidak dijamin oleh lembaga penjamin simpanan (LPS). Uang elektronik lebih merupakan pengalihan bentuk dari uang tunai.

E-money yang dimaksud disini juga berbeda dengan alat pembayaran elektronik berbasis kartu lainnya seperti kartu kredit dan kartu debit. Kartu kredit dan karu debit bukan merupakan "*prepaid product*" melaikan "*access product*".

2.3. Dompet digital (*e-wallet*)

E-Wallet merupakan *mobile payment* yang tergolong kategori *electronic wallet*, yang termasuk transaksi non-tunai, tidak menggunakan media seperti kartu, dan melakukan transaksi melalui kanal elektronik. Transaksi menggunakan *e-wallet* tidak secara langsung melalui pihak ketiga atau intermediari (Amoroso & Watanabe, 2011). Pengguna memiliki akun dimana di dalamnya terdapat data jumlah uang yang mereka miliki pada akun tersebut dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi.

E-Wallet semakin berkembang karena adanya *mobile device* yang dimiliki hampir semua orang dan ini memicu penggunaan *mobile device* sebagai perantara untuk *e-Wallet*. *E-Wallet* hadir bukan sebagai pengganti transaksi tunai, tetapi sebagai komplemen terhadap uang tunai. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan *e-Wallet* merupakan suatu layanan pembayaran elektronik yang berkembang dikarenakan perkembangan digitalisasi yang begitu pesat sehingga dibutuhkan layanan pembayaran yang mampu menjawab perubahan tersebut (Olsen, Hedman, & Vatrapu, 2011).

2.4. Pembayaran Elektronik (*e-payment*)

E-payment adalah mekanisme pembayaran yang dilakukan melalui internet untuk transaksi pembayaran barang atau jasa oleh konsumen, atau dengan kata lain *e-payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan fasilitas internet sebagai sarana perantara dalam kegiatan pembayaran tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-payment* adalah revolusi pada bidang pembayaran yang memanfaatkan internet sebagai media, muncul karena perkembangan dunia teknologi serta peningkatan jumlah pembeli secara online (Turban, King, Lee, & Viehland, 2002). Dalam pelaksanaannya, *e-payment* melibatkan beberapa pihak yaitu:

a. *Issuer*

Bank atau institusi nonbank yang menerbitkan instrumen *e-payment* yang akan digunakan dalam proses jual beli *online*.

b. *Customer/Payer/Buyer*

Pihak yang melakukan pembayaran secara *online* atas barang atau jasa yang dibelinya.

c. *Merchant/Payee/Seller*

Pihak yang menerima pembayaran secara *online* atas barang atau jasa yang dijualnya.

d. Regulator

Pihak yang membuat aturan mengenai pengaturan dan regulasi proses *e-payment*.

2.5. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Model penerimaan teknologi (TAM) merupakan suatu model penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis, 1986).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model yang diciptakan oleh (Davis, F.D. 1986) untuk menjelaskan dan memprediksi persepsi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi (Putra, R.A., Salisah, F.N., & Pemanan, I. 2016).

TAM dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), kedua teori ini adalah cikal bakal teori TAM. TRA pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam (Jogiyanto, 2007). Teori ini menghubungkan antara keyakinan, sikap,

kehendak dan perilaku. Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian, yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak ditentukan oleh sikap dan norma. Sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang berkembang pada tahun 1967. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas (*behave in a sensible manner*) (Lisa & Ajzen, 1991).

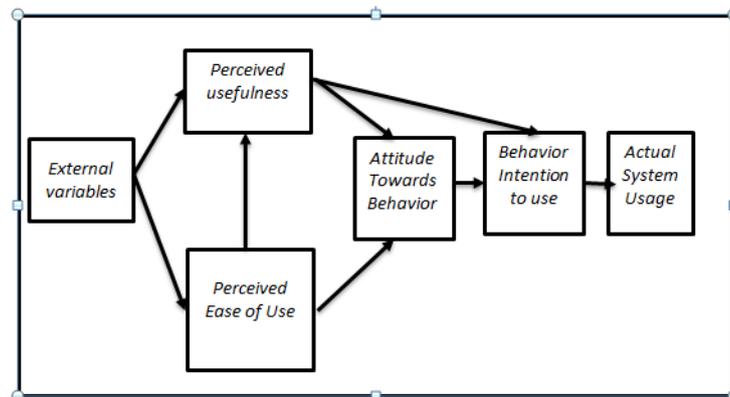
Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. TAM menambahkan dua konstruk utama pada model TRA. Dua konstruk ini adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi di tentukan oleh dua konstruk tersebut (Hamrul, H., Soedijono, B & Amborowati, A 2013).

Variabel utama dalam TAM adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sementara itu persepsi kemudahan penggunaan menjelaskan persepsi pengguna tentang jumlah usaha yang diperlukan untuk memanfaatkan sistem, atau sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan tertentu teknologi akan menjadi mudah (Davis, 1986).

TAM menyatakan bahwa *behavioral intension to use* ditentukan oleh dua keyakinan yaitu: pertama, *perceived usefulness* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kedua, *perceived ease of use* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem adalah

mudah Konsep TAM menyatakan bahwa perceived usefulness dipengaruhi oleh perceived ease of used. TAM merupakan sebuah konsep yang dianggap paling baik dalam menjelaskan perilaku user terhadap sistem teknologi informasi baru. TAM merupakan model yang dianggap paling tepat dalam menjelaskan bagaimana user menerima sebuah sistem (Venkatesh & Davis, 1996).

Konstruk-konstruk *technology acceptance model* TAM yang belum di modifikasi terdiri dari lima konstruk yaitu persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), sikap penggunaan (*Attitude Towards Behavior*), niat perilaku penggunaan (*Behavioral Intention To Use*), dan penggunaan sistem sesungguhnya (*Actual System Usage*) sebagaimana dijelaskan pada gambar 2.2 dibawah ini.



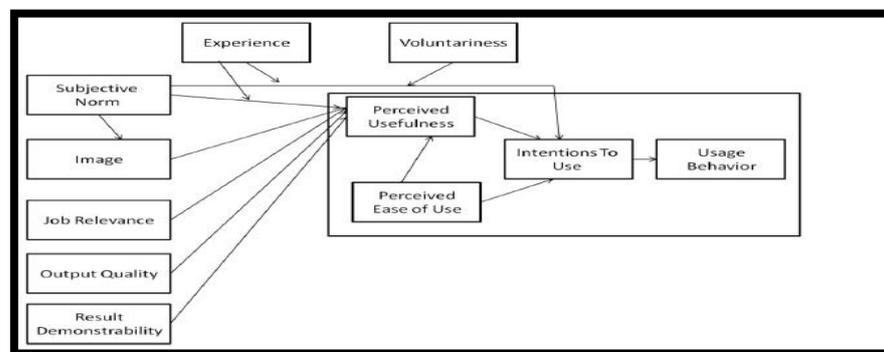
Sumber: (Jogiyanto, 2007)

Gambar 2.2 Model Theory Acceptance Model

Pada teori TAM 2, mengintegrasikan dua proses yang menurutnya penting dalam proses penerimaan teknologi, yaitu proses pengaruh sosial yang terdiri atas konstruk norma subyektif, kesukarelaan, pengalaman dan gambar serta proses instrumental kognitif yang terdiri atas konstruk relevansi pekerjaan, kualitas keluaran, demonstrabilitas hasil dan kegunaan yang dipahami (Venkatesh & Davis, 1996). Hasil penelitian oleh Venkatesh & Davis menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, dan norma subyektif semua secara tidak langsung

mempengaruhi penggunaan sistem aktual melalui niat perilaku. Venkatesh menyebutkan tiga faktor sosial itu antara lain norma subjektif (*subjective norm*), sukarela (*voluntariness*), dan *image*

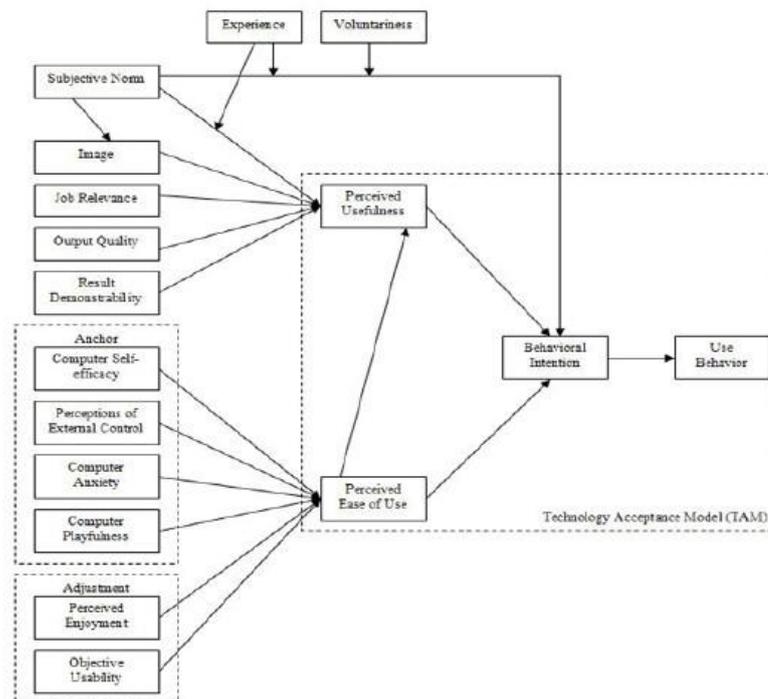
Venkatesh juga menyebutkan empat instrumen kognitif yang dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi yaitu relevansi terhadap pekerjaan (*job relevance*), kualitas keluaran (*output quality*), penunjukan hasil (*result demonstrability*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut.



Sumber: (Davis, 1986)

Gambar 2.3 Model Technology Acceptance Model 2.

Venkatesh & Bala (2008:7) menggabungkan TAM2 dan model dari penentu persepsi kemudahan penggunaan untuk mengembangkan model *Technology Acceptance Model* (TAM 3). TAM 3 mengemukakan tiga hubungan yang tidak diuji secara empiris pada teori *Technology Acceptance Model* sebelumnya. Venkatesh dan Bala membentuk TAM 3 dengan menambahkan variabel yang termasuk golongan *adjustment* dan *anchor* yang berhubungan dengan variabel persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*). Untuk mengetahui perbedaan teori TAM sebelumnya dengan TAM 3 dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut:



Sumber: (Venkatesh & Davis, 1996)

Gambar 2.4 Model Technology Acceptance Model 3

Berikut adalah penjelasan masing-masing konstruk yang ada pada TAM 3 sesuai dengan gambar 2.4:

1. *Subjective Norm* adalah persepsi manusia ketika berpikir bahwa dia harus melakukan sebuah perilaku (*behaviour*) atau tidak.
2. *Experience* merupakan variabel yang menjadi tolak ukur penentuan ketika *subjective norm* akan menentukan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sebuah sistem informasi atau teknologi yang secara langsung juga akan menentukan *behavioural intention*.
3. *Voluntariness*, selain pengalaman (*experience*), tingkat sukarela (*voluntariness*) juga mempengaruhi *subjective norm* dalam menentukan *behavioural intention*.
4. *Image* adalah tingkatan dimana penggunaan sebuah teknologi informasi dipersepsikan untuk meningkatkan status seseorang di mata masyarakat. *Image* dapat secara langsung mempengaruhi

persepsi kegunaan sebuah sistem informasi atau sebuah teknologi dan tingkatannya dapat dipengaruhi oleh *subjective norm*.

5. *Perceived of Usefulness*, komponen ini menunjukkan tingkat dimana seorang manusia percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan membantuk dirinya untuk meningkatkan performa pekerjaan.
6. *Job Relevance*, komponen ini berkaitan dengan persepsi manusia tentang seberapa pentingnya sebuah informasi atau teknologi dalam membantu atau mempengaruhi pekerjaan mereka
7. *Output quality*, komponen ini berkaitan dengan tingkatan kepercayaan individu manusia bahwa sebuah sistem informasi atau teknologi yang mereka gunakan akan memberikan hasil yang baik untuk pekerjaan mereka
8. *Result of demonstrability*, komponen ini berkaitan dengan hasil penggunaan teknologi informasi yang dapat diukur.
9. *Computer Self-efficacy*, komponen ini menjelaskan tingkatan kepercayaan manusia bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk melakukan tugas tertentu dengan menggunakan komputer
10. *Perception of external control*, komponen ini menjelaskan tingkatan kepercayaan atau persepsi individu manusia bahwa adanya infrastruktur atau hal lain yang ada untuk mendukung penggunaan sebuah sistem informasi.
11. *Computer anxiety*, berkaitan dengan psikologis manusia yang takut atau enggan ketika berpikir bahwa dia kemungkinan akan menggunakan komputer.
12. *Computer playfulness*, komponen ini berkaitan dengan spontanitas manusia untuk berinteraksi dengan komputer
13. *Perceived enjoyment*, persepsi manusia dimana kegiatan menggunakan sebuah sistem informasi dipersepsikan akan menyenangkan, terlepas dari kinerja yang dihasilkan dari penggunaan sistem informasi

14. *Objective usability*, komponen ini mengungkapkan tentang perbandingan tentang usaha yang dibutuhkan sebuah sistem informasi untuk menyelesaikan sebuah tugas tertentu. Komponen ini bukan merupakan sebuah persepsi manusia karena bersifat objektif.
15. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai persepsi manusia bahwa sebuah sistem informasi yang dia lihat mudah digunakan.
16. *Behavioural intention* berkaitan dengan tingkatan dimana seorang manusia sudah memformulasikan rencana untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku di masa depan.
17. Komponen terakhir adalah komponen yang dipengaruhi oleh komponen-komponen di atas, yaitu komponen *use behaviour*. *Use behaviour* adalah perilaku manusia sebenarnya ketika menggunakan sebuah sistem informasi. Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori TAM karena teori TAM merupakan model parsimoni (*Principle of Parsimony*) merupakan suatu prinsip yang menyatakan bahwa semakin sederhana sebuah model statistik dengan jumlah variabel dependen (yang dipengaruhi) cukup informatif untuk menjelaskan model, semakin baik pula model statistik tersebut, selain itu, TAM juga telah diuji dengan banyak penelitian yang hasilnya TAM merupakan model yang baik.

2.6. SPSS

SPSS merupakan kependekan dari *Statistical Product and Service Solution*, yaitu suatu program komputer yang digunakan untuk melakukan pengolahan data statistik (Irawati, A., Sudarsono, B., & Lestari, L 2017). SPSS merupakan program untuk olah data statistik yang paling populer dan banyak pemakainya di seluruh dunia dan banyak digunakan oleh para peneliti untuk berbagai keperluan seperti riset pasar, untuk menyelesaikan tugas penelitian seperti skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya

SPSS digunakan oleh berbagai universitas, institusi, dan perusahaan untuk melakukan analisis data. Berikut beberapa contoh penggunaan SPSS:

1. Melakukan riset pemasaran (*market research*)
2. Analisis data *survey* atau kuesioner.
3. Populer digunakan untuk penelitian akademik mahasiswa
4. Populer digunakan oleh keperluan pemerintahan seperti lembaga BPS
5. Data Mining
6. Membantu untuk pengambilan keputusan suatu perusahaan.
7. Penelitian kesehatan masyarakat.
8. Mendokumentasikan data.
9. Representasi data statistik.

Terdapat beberapa fitur dasar perangkat lunak SPSS

1. Statistika deskriptif

Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dalam hal pengumpulan data dan penyajian data sehingga dapat diperoleh suatu informasi dari data tersebut. Beberapa contoh statistika deskriptif yang sering digunakan seperti rata-rata hitung (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*modus*), standar deviasi, ragam, dan lain-lain.

2. Statistika bivariat

Statistika bivariat adalah analisis yang dilakukan secara simultan untuk melakukan pengujian antar 2 variabel. Beberapa contoh statistika bivariat adalah uji t, ANOVA, uji non parametrik, teorema bayes, dan lain-lain.

3. Regresi linear

Regresi linear adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan suatu linear variabel independen dengan variabel independen.

4. Identifikasi kelompok

Beberapa metode untuk mengidentifikasi kelompok: analisis faktor, analisis kluster (*two-step*, *K-means*, *hierarchical*), dan discriminan.

5. Analisis spasial

Analisis spasial adalah metode-metode yang digunakan dalam pengolahan data *Geographic Information System* (GIS).

6. R Extension

R Extension SPSS adalah aplikasi berupa plugin yang dapat dipasang (*install*) untuk melakukan implementasi algoritma yang dimasukkan pengguna dengan bahasa pemrograman R.

2.7. E-Commerce

Pengertian *e-commerce* adalah sebuah proses segala bentuk transaksi pembelian, penjualan, dan bertukar produk, jasa, atau informasi melalui internet dengan mengadaptasi proses bisnis tradisional yang memanfaatkan jejaring media internet bertujuan agar proses bisnis lebih efisien, mudah, lebih cepat, dan mengintegrasikan transaksi data atau informasi yang berjalan selama proses dilakukan antar pengguna. Menurut Hoffman dan Fodor (2010) ada empat prinsip yang harus dipenuhi untuk mewujudkan *e-commerce* baik, empat prinsip ini disebut dengan prinsip 4C yaitu *connection* (koneksi), *creation* (penciptaan), *consumption* (konsumsi), dan *control* (pengendalian). Jika empat prinsip tersebut sudah terpenuhi maka konsumen atau pengguna berpotensi menuju ke tingkatan selanjutnya yaitu *return of investmen* (ROI) perusahaan yang diukur keaktifan konsumen dalam berpartisipasi

mengembangkan perusahaan dengan memberikan *feedback* atau *review* konsumen, dan *share* atau merokemndasikan kepada pengguna lain.

Beberapa keuntungan yang luar biasa dalam pemanfaatan media internet untuk mengembangkan jangkauan pasar yang lebih luas, maka munculah istilah proses bisnis baru yaitu dengan cara *online*. Salah satu keuntungan terbesar dari proses bisnis secara *online* tersebut ada pada aspek hubungan dengan pelanggan terjalin lebih baik yang merupakan pengaruh dari pengiriman data dan informasi yang lebih cepat antara semua pihak yang terlibat (Mahir, 2015).

2.8. OVO

OVO dibawah naungan LippoX sebagai perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo, sebuah *smart financial apps* diluncurkan bernama OVO. Aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin *reward*, yang disebut dengan OVO Point, untuk menjaga dan meningkatkan traksi pengguna.

Layanan ini terbagi ke dalam dua kategori pengguna, OVO Club (pengguna biasa) dan OVO Premier. Pembedanya adalah pada OVO Point yang didapat untuk setiap perolehan transaksi, maksimal saldo OVO *Cash* dan juga beberapa fitur lainnya. Di versi premium, pengguna diberikan akses untuk fitur pengelolaan pengeluaran. Selain itu ada kemudahan transfer nominal uang yang ditawarkan dalam aplikasi.

Pada aplikasi OVO, terdapat OVO *Cash* yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai transaksi keuangan. OVO *Cash* saat ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di *merchant* Lippo, melakukan isi ulang dan pengecekan saldo, dan melakukan transfer antar rekening OVO. Selain itu pada aplikasi OVO terdapat opsi *Siloam Account*.

Siloam Account memungkinkan pengguna OVO menyimpan dana untuk berbagai keperluan pengobatan dan berbagai transaksi lain di cabang rumah sakit Siloam. Secara garis besar, OVO ingin menjangkau layanannya sebagai sebuah *simple payment system* dan *smart financial services*. Di bawah naungan PT Visionet Internasional, aplikasi OVO akan mencoba memberikan solusi keuangan *mobile* terpadu, memfokuskan pada jaringan bisnis yang dimiliki grup perusahaan Lippo

2.9. Sampling Insidental

Menurut Sugiyono (2010:67) istilah insidental atau tidak disengaja. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok maka digunakan sebagai sumber data.

Accidental sampel merupakan teknik dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan dia mengenal orang tersebut. Oleh karena itu ada beberapa penulis menggunakan istilah *accidental sampling* (tidak disengaja). Jenis sampel ini sangat baik jika dimanfaatkan untuk penelitian penjajagan, yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara acak (*random*).

2.10. Literature Review

Ulasan penelitian terkait, dilakukan dengan maksud untuk menganalisis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki pembahasan hampir sama dengan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Literature Review

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	State Of The Art
1.	Supriyati W & Muhammad Cholil (Solo.2017)	APLIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN RUMAH SAKIT	<i>Random sampling</i> , kuantitatif	<i>Computer selt efficacy</i> berpengaruh terhadap persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi pada sistem informasi

Lanjutan Tabel 2.1 Literature Review

2.	Nanang Hunaifi (Bandung.2018)	PENERAPAN METODE TAM TERHADAP PENERIMAAN INFORMASI PRODUKSI GARMEN	Quesioner, kuantitatif	Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Variabel Perceived Usefulness</i> mempengaruhi <i>Varialbel Attitude Toward Using</i>
3.	Nurfiah, Nissa Almira Mayangky, Sri Hadianti, Dwiza Riana (Jakarta, 2019)	ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA APLIKASI PLATFORM PERDAGANGAN ELEKTRONIK DI KALANGAN MAHASISWA	Kuantitatif, Quesioner, TAM	Faktor <i>Perceived usefulness, Perceived ease of use, Attituden</i> dan <i>Intention to use</i> semua berpengaruh signifikan pada penerimaan penggunaan aplikasi.

Lanjutan Tabel 2.1 Literature Review

4.	Marini & Sarwimdah (Pangkalpinang,2017)	ANALISIS MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (<i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i>) APLIKASI BPJS ONLINE	Random Sampling, Snow Ball Sampling, metode SEM	Model akhir yang memenuhi kriteria Fit-model penelitian adalah dapat memberikan implikasi mendasar pada persamaan antar variabel eksogen dengan endogen.
5.	Echy Trisnawati, Setiawan Assegaff, Eni Rohaini (Jambi,2019)	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVE USEFULNESS, SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION	Accidental Sampling, kuesioner, kuantitatif	<i>Perceived of use, perceived usefulness, service quality dan Perceived Value</i> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pengguna Grab di Jambi.

		PADA PENGGUNA GRAB		
--	--	-----------------------	--	--

2.11. Matrik Penelitian

Penyusunan matrik diantaranya meliputi judul, permasalahan, variabel, indikator, data yang hendak dicari tau maupun teknik untuk pengumpulan data yang dilakukan. Penelitian ini dibuat kedalam bentuk Matrik Penelitian yang dapat dilihat pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Matrik Penelitian

No	Peneliti	Judul	Lingkup Penelitian				
			Observasi	Responden	Wawancara	Sumber Data	Metode Penelitian
1.	Supriyati W & Muhammad Cholil (Solo.2017)	APLIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN RUMAH SAKIT	✓	✓	✓	✓	✓

2.	Nanang Hunaifi (Bandung,2018)	PENERAPAN METODE TAM TERHADAP PENERIMAAN INFORMASI PRODUKSI GARMEN	✓	✓	✓	✓	✓
3.	Nurfiyah, Nissa Almira Mayangky, Sri Hadianti, Dwiza Riana (Jakarta, 2019)	ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA APLIKASI PLATFORM PERDAGANGAN ELEKTRONIK DI KALANGAN MAHASISWA	✓	✓	✓	✓	✓
4.	Marini & Sarwimdah (Pangkalpinang,2017)	ANALISIS MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (<i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i>) APLIKASI BPJS ONLINE	✓	✓	✓	✓	✓
5.	Echy Trisnawati, Setiawan Assegaff, Eni Rohaini (Jambi,2019)	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVE USEFULNESS, SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA GRAB	✓	✓	✓	✓	✓

Daftar penelitian terdahulu pada tabel 2.1 *literature review* di atas adalah sebagai acuan penelitian dan adapun pembaharuan yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Sampling yang digunakan berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental yang termasuk pada kategori *nonprobability sampling* dengan kata lain pengambilan sampel dilakukan dengan memberi angket kuesioner terhadap responden yang memenuhi kriteria saja.
2. Pembaharuan lainnya terletak pada penggunaan konstruksi TAM yang sudah dimodifikasi disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, seperti yang tertera pada batasan masalah penelitian bahwa konstruksi TAM yang digunakan adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), dan minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*).
3. Perhitungan uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan metode manual dan menggunakan SPSS dengan tujuan sebagai perbandingan perhitungan.