

## **TUGAS AKHIR**

# **ANALISIS PENGARUH VARIABEL *DESIGN PORTAL, E-RESOURCES ORGANIZATIONAL*, DAN *USER ABILITIES AND SKILLS* TERHADAP *ACTUAL USAGE* MELALUI VARIABEL-VARIABEL *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* FIRST MEDIA DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

**NAMA : GLADYS DEADORA**

**NPM : 01120120040**



**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
2015**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Gladys Deadora  
Nomor Pokok Mahasiswa : 01120120040  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul “**ANALISIS PENGARUH VARIABEL *DESIGN PORTAL, E-RESOURCES ORGANIZATIONAL, DAN USER ABILITIES AND SKILLS* TERHADAP *ACTUAL USAGE* MELALUI VARIABEL-VARIABEL *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) FIRST MEDIA* DI SURABAYA**” adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 19 November 2015

Yang membuat pernyataan



(Gladys Deadora)





**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL *DESIGN PORTAL, E-RESOURCES ORGANIZATIONAL* DAN *USER ABILITIES AND SKILLS* TERHADAP *ACTUAL USAGE* MELALUI VARIABEL-VARIABEL *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* FIRST MEDIA DI SURABAYA**

Oleh :

**Nama : Gladys Deadora**  
**NPM : 01120120040**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

**Surabaya, 19 November 2015**

**Menyetujui:**

**Pembimbing Utama**

Amelia, S.E, RFP-I, MM

**Co-Pembimbing/Supervisor**

Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M

**Ketua Jurusan Manajemen**  
  
Amelia, S.E, RFP-I, MM

**Dekan Fakultas Ekonomi**  
  
Dr Ronald S., S.T., M.M




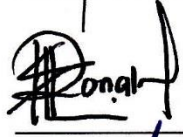

**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada 2015 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

**Nama** : Gladys Deadora  
**NPM** : 01120120040  
**Jurusan** : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH VARIABEL *DESIGN PORTAL, E-RESOURCES ORGANIZATIONAL* DAN *USER ABILITIES AND SKILLS* TERHADAP *ACTUAL USAGE* MELALUI VARIABEL-VARIABEL *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) FIRST MEDIA* DI SURABAYA” oleh tim penguji yang terdiri dari :

<b>Dewan Penguji :</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Amelia, S.E, RFP-I, MM	,sebagai Ketua/ Pembimbing	
Dr Ronald S., S.T., M.M	,sebagai Penguji Pertama/ Anggota	
Dr. Yolanda Soediby., S.T., M.M	,sebagai Penguji Kedua/ Sekertaris	

## ABSTRAK

Peran penting teknologi informasi dapat dilihat dari berbagai manfaat yang diberikan oleh produk teknologi informasi. Produk teknologi sangat membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas disebabkan produk teknologi informasi menawarkan kemudahan, kepraktisan, dan kecepatan dalam melakukan aktivitas. Tidak mengherankan jika dari tahun ke tahun pengguna teknologi informasi terus meningkat disebabkan adanya keterikatan minat masyarakat terhadap teknologi informasi. Penggunaan teknologi informasi yang semakin banyak dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan serta meluncurkan produk-produk teknologi informasi baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Maka dari itu, untuk meningkatkan penggunaan nyata dari konsumen perlu memperhatikan kemudahan dan kegunaan dari teknologi informasi. Dalam hal ini, First Media yang merupakan salah satu perusahaan teknologi informasi di Indonesia juga perlu memperhatikan hal ini meskipun telah banyak masyarakat yang menggunakannya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh dari *actual usage* melalui variabel *behavioral intention* dan *Attitude Toward Using* dari pelanggan First Media di Surabaya. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan di bidang manajemen, dalam hal ini yang berhubungan dengan variabel *design portal*, *e-resources organizational*, *user abilities and skills*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioural intention*, dan *actual usage* yang pada akhirnya akan membentuk kesuksesan dari perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.0. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang telah dijelaskan. Kuesioner akan disebar sebanyak 200 responden dengan karakteristik yang merupakan pelanggan First Media yang berusia 18-60 tahun dan menggunakan First Media selama tiga bulan berturut-turut dalam satu tahun terakhir serta berdomisili di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *design portal* dengan koefisien regresi sebesar 0.284, *e-resources organizational* dengan koefisien regresi sebesar 0.128, dan *perceived ease of use* dengan koefisien regresi sebesar 0.384 secara positif dan signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*. Sedangkan variabel *user abilities and skills* dengan koefisien regresi sebesar 0.046 secara positif dan tidak signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*. Variabel *design portal* dengan koefisien regresi sebesar 0.358, *e-resources organizational* dengan koefisien regresi sebesar 0.186, dan *user abilities and skills* dengan koefisien regresi sebesar 0.367 secara positif dan signifikan mempengaruhi *perceived ease of use*. Variabel *perceived usefulness* dengan koefisien regresi sebesar 0.424 dan *perceived ease of use* dengan koefisien regresi sebesar 0.451 secara positif dan signifikan mempengaruhi *attitude toward using*. Variabel *perceived usefulness* dengan koefisien regresi sebesar 0.155 dan *attitude toward using* dengan koefisien regresi sebesar 0.614 secara positif dan signifikan mempengaruhi *behavioural intention*. Serta variabel *behavioural intention* dengan koefisien regresi sebesar 0.623 secara positif dan signifikan mempengaruhi *actual usage*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa variabel-variabel *behavioural intention* mempengaruhi *actual usage*. Sedangkan variabel *user abilities and skills* merupakan pengaruh tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*.

**Kata Kunci:** *Design Portal, E-resources Organizational, User abilities and skills, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioural Intention, Actual Usage, First Media*

## ABSTRACT

The important role information technology can be seen from the benefits provided by information technology products. Technology products help people in their daily activities due to information technology products offering convenience, practicality and speed in doing activities. Not surprisingly, over the years users of information technology continues to increase due to the attachment of public interest in information technology. The use of information technology is increasing and development of information technology is growing rapidly provide opportunities for companies to develop and launch products of new information technology in accordance with the needs of consumers. Therefore, to increase the real usage, consumer needs to pay attention to the ease and usability of information technology. In this case, First Media, which is one information technology company in Indonesia also needs to pay attention to this even though it has a lot of people using it.

The purpose of this study was to evaluate and analyze the influence of actual usage through behavioural intention variables and Attitude Toward Using customer First Media in Surabaya. Based on the purpose of the research, the expected benefits of the research is to increase knowledge in the field of management, in this case relating to the variable design portal, e-resources organizational, user abilities and skills, perceived usefulness and perceived ease of use, attitude toward using, behavioural intention and actual usage, which will shape the success of the company in the long term.

This research is causal. The method used is quantitative method with data processing using SPSS version 22.0. Collecting data in this study conducted by distributing questionnaires to the respondents in accordance with the characteristics of the samples that have been described. Questionnaires will be distributed as many as 200 respondents with a characteristic which is a customer of First Media aged 18-60 years and using First Media for three consecutive months in the past year and is domiciled in Surabaya.

The results showed that the design portal with a regression coefficient of 0.284, e-organizational resources with a regression coefficient of 0.128, and the perceived ease of use with a regression coefficient of 0.384 positively and significantly affect the perceived usefulness. While the user variable abilities and skills with a regression coefficient of 0.046 in a positive and not significantly affect the perceived usefulness. Portal design variables with a regression coefficient of 0.358, e-organizational resources with a regression coefficient of 0.186, and user abilities and skills with a regression coefficient of 0.367 positively and significantly affect the perceived ease of use. Variable perceived usefulness with a regression coefficient of 0.424 and perceived ease of use with a regression coefficient of 0.451 positively and significantly affect the attitude toward using. Variable perceived usefulness with a regression coefficient of 0.155 and attitude toward using the regression coefficient of 0.614 positively and significantly affects the behavioural intention. As well as behavioural intention variables with a regression coefficient of 0.623 positively and significantly affect actual usage. These findings indicate that the behavioural intention variables affect actual usage. While the user variable abilities and skills is not a significant influence on the perceived usefulness.

**Keywords: Design Portal, E-Organizational resources, user abilities and skills, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioural Intention, Actual Usage, First Media**



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Pak Dr. Ronald S.T., M.M selaku Wakil Rektor I, Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
2. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPHS, serta selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Pak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bu Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M, selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Kedua orang tua saya, papi David dan mami Nellyana, saudara- saudara ce Elysia, ce Maggie, dan Arden yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. David Nafarin yang sudah banyak membantu saya dalam memberikan masukan, mendukung dan membantu kelancaran dalam penelitian ini.
7. Andhyka Tumimomor yang banyak membantu saya dalam mendukung kelancaran penelitian ini
8. Novita dan Kartika teman yang sudah banyak membantu memberi banyak masukan dalam penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan lainnya Risa Shanjaya, Andriany, Priska, Andrean, Om jeffry, Ervinson dan Grace yang telah memberikan support dan semangat kepada saya.
10. Teman-teman lain yang membantu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 19 November 2015

Gladys Deadora



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Manfaat Penelitian .....	17
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	17
1.5.2 Manfaat Praktis .....	17
1.6 Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>20</b>
2.1 Landasan Teori .....	20
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	20
2.1.2 <i>Actual Usage</i> .....	22
2.1.3 <i>Behavioural Intention</i> .....	23
2.1.4 <i>Attitude Toward Using</i> .....	24
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i> .....	25
2.1.6 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	26
2.1.7 <i>Design Portal</i> .....	27
2.1.8 <i>E-resources Organizational</i> .....	29

2.1.9 <i>User Abilities and Skills</i> .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.3.1 Pengaruh <i>Design Portal</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	36
2.3.2 Pengaruh <i>Design Portal</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	36
2.3.3 Pengaruh <i>E-resources Organizational</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	38
2.3.4 Pengaruh <i>E-resources Organizational</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	38
2.3.5 Pengaruh <i>User Abilities and Skills</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> ...	39
2.3.6 Pengaruh <i>User Abilities and Skills</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> ..	40
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	41
2.3.8 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i> ...	42
2.3.9 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i> .....	43
2.3.10 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	44
2.3.11 Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i> ...	45
2.3.12 Pengaruh <i>Behavioural Intention</i> terhadap <i>Actual Usage</i> .....	46
2.4 Model Penelitian .....	47
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>49</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.1.1 Jenis Data .....	49
3.1.2 Sumber Data .....	50
3.2 Populasi dan Sampel .....	50
3.2.1 Populasi .....	50
3.2.2 Sampel .....	50
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	55
3.5 Metode Analisis Data .....	58
3.5.1 Pengolahan Data .....	58
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	58
3.5.2.1 Uji Validitas .....	59

3.5.2.2 Uji Realibilitas .....	59
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana ( <i>Simple Regression</i> ) .....	62
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	63
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R) .....	65
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	65
3.5.2.8 Uji F .....	66
3.5.2.9 Uji t .....	66
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum First Media .....	67
4.2 Analisis Data .....	68
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	68
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	68
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	80
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Design Portal</i> .....	80
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>E-resources Organizational</i> .....	81
4.2.2.3 Pejelasan Responden terhadap <i>User Abilities and Skills</i> .....	82
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	84
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	85
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Attitude Toward Using</i> .....	86
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioural Intention</i> .....	88
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Actual Usage</i> .....	90
4.3 Analisis Data .....	91
4.3.1 Uji Validitas .....	91
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	93
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	94
4.3.3.1 Normalitas .....	94
4.3.3.2 Heterokedastisitas .....	99
4.3.3.3 Multikolinearitas .....	105

4.3.3.4 Linearitas .....	108
4.4 Metode Analisis Statistik .....	109
4.4.1 Analisis Regresi .....	109
4.4.1.1 Analisis Regresi Sederhana .....	109
4.4.1.2 Analisis Regresi Berganda .....	110
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	114
4.4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana .....	114
4.4.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk Hubungan DP,EO,UAS,PEU*PU .....	115
4.4.2.3 Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk Hubungan DP,EO,UAS*PEU .....	115
4.4.2.4 Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk Hubungan PU,PEU*ATU .....	115
4.4.2.5 Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk Hubungan PU,ATU*BI .....	115
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	116
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	118
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) Regresi Sederhana .....	118
4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) Regresi Berganda .....	118
4.4.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) Regresi Sederhana .....	121
4.4.4 Uji Sginifikansi Parsial (Uji-t) Regresi Berganda .....	121
4.5 Pembahasan .....	124
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>160</b>
5.1 Kesimpulan .....	160
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	163
5.1.1.1 Pengaruh <i>Design Portal</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	163
5.1.1.2 Pengaruh <i>Design Portal</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	164
5.1.1.3 Pengaruh <i>E-resources Organizational</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	164
5.1.1.4 Pengaruh <i>E-resources Organizational</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	165
5.1.1.5 Pengaruh <i>User Abilities and Skills</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .	165



5.1.1.6 Pengaruh <i>User Abilities and Skills</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	166
5.1.1.7 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> ...	166
5.1.1.8 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i> .	167
5.1.1.9 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i> ...	168
5.1.1.10 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i> ..	169
5.1.1.11 Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	169
5.1.1.12 Pengaruh <i>Behavioural Intention</i> terhadap <i>Actual Usage</i> .....	170
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	171
5.2 Implikasi .....	173
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	173
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	175
5.3 Rekomendasi .....	184
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>186</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Layanan Internet .....	2
Gambar 1.2 Daftar <i>Channel TV</i> Kabel First Media .....	3
Gambar 1.3 Halaman Awal <i>Web</i> First Media .....	13
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	47
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
Gambar 4.3: <i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	97
Gambar 4.4 <i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Perceived Ease of Use</i> .....	97
Gambar 4.5 <i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Attitude Toward Using</i> .....	98
Gambar 4.6 <i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Behavioural Intention</i> .....	98
Gambar 4.7 <i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Actual Usage</i> .....	99
Gambar 4.8 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	100
Gambar 4.9 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Ease of Use</i> .....	101
Gambar 4.10 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Attitude Toward Using</i> .....	103
Gambar 4.11 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Behavioural Intention</i> .....	104
Gambar 4.12 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Actual Usage</i> .....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Teknologi Informasi yang Menjadi Pesaing First Media .....	4
Tabel 3.1 Desain Inti Kusioner .....	52
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	55
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi .....	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia .....	69
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	71
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Design Portal</i> .....	71
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>E-resources Organizational</i> ....	72
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>User Abilities and Skills</i> .....	73
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	75
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Attitude Toward Using</i> .....	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioural Intention</i> .....	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Actual Usage</i> .....	79
Tabel 4.12 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Design Portal</i> .....	80
Tabel 4.13 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-resources Organizational</i> .....	82
Tabel 4.14 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>User Abilities and Skills</i> .....	83
Tabel 4.15 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	84
Tabel 4.16 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	85
Tabel 4.17 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Attitude Toward Using</i> .....	87
Tabel 4.18 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Behavioural Intention</i> .....	89

Tabel 4.19 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Actual Usage</i> .....	90
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Design Portal</i> .....	91
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-resources Organizational</i> .....	91
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>User Abilities and Skills</i> .....	91
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	91
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i> .....	92
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas <i>Attitude Toward Using</i> .....	92
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas <i>Behavioural Intention</i> .....	92
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Actual Usage</i> .....	92
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas <i>Design Portal</i> .....	93
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas <i>E-resources Organizational</i> .....	93
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas <i>User Abilities and Skills</i> .....	93
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	93
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Ease of Use</i> .....	93
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas <i>Attitude Toward Using</i> .....	93
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas <i>Behavioural Intention</i> .....	94
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas <i>Actual Usage</i> .....	94
Tabel 4.36 Kolmogorov Smirnov 1 .....	95
Tabel 4.37 Kolmogorov Smirnov 2 .....	95
Tabel 4.38 Kolmogorov Smirnov 3 .....	95
Tabel 4.39 Kolmogorov Smirnov 4 .....	96
Tabel 4.40 Kolmogorov Smirnov 5 .....	96
Tabel 4.41 Hasil Uji Spearman's 1 .....	100
Tabel 4.42 Hasil Uji Spearman's 2 .....	102
Tabel 4.43 Hasil Uji Spearman's 3 .....	103
Tabel 4.44 Hasil Uji Spearman's 4 .....	104
Tabel 4.45 Hasil Uji Spearman's 5 .....	105
Tabel 4.46 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF Persamaan 1 .....	106
Tabel 4.47 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF Persamaan 2 .....	106
Tabel 4.48 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF Persamaan 3 .....	107
Tabel 4.49 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF Persamaan 4 .....	107



Tabel 4.50 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF Persamaan 5 .....	107
Tabel 4.51 Hasil Uji Linearitas .....	108
Tabel 4.52 Hasil Regresi Sederhana .....	109
Tabel 4.53 Hasil Uji Regresi Berganda 1 .....	110
Tabel 4.54 Hasil Uji Regresi Berganda 2 .....	111
Tabel 4.55 Hasil Uji Regresi Berganda 3 .....	112
Tabel 4.56 Hasil Uji Regresi Berganda 4 .....	113
Tabel 4.57 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	116
Tabel 4.58 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ) .....	116
Tabel 4.59 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 ( $R^2$ ) .....	117
Tabel 4.60 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 4 ( $R^2$ ) .....	117
Tabel 4.61 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 5 ( $R^2$ ) .....	117
Tabel 4.62 Hasil Uji F Regresi Sederhana .....	118
Tabel 4.63 Hasil Uji F Regresi Berganda .....	120
Tabel 4.64 Hasil Uji t Regresi Sederhana .....	121
Tabel 4.65 Hasil Uji t Regresi Berganda .....	122
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	173
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	182

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A</b> .....	A-1
<b>LAMPIRAN B</b> .....	B-1
<b>LAMPIRAN C</b> .....	C-1
<b>LAMPIRAN D</b> .....	D-1
<b>LAMPIRAN E</b> .....	E-1
<b>LAMPIRAN F</b> .....	F-1