

ANALISIS APLIKASI MCDONALD'S MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Lucky Abdullah Saputra¹, Kemal Ade Sekarwati²

¹Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, luckykhan.lk164@gmail.com, Universitas Gunadarma

²Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Gunadarma

ABSTRACT

McDonald's application is an application developed and published by McDonald's Apps. This application aims to provide ordering services to consumers through online without having to come to the outlet. This study aims to explain and analyze user acceptance of McDonald's applications. In this study, the acceptance theory used is the modification and development of the Technology Acceptance Model theory which focuses on five factors, namely usability perception factors, ease perception, usage attitude, usage interest and actual use. The method in this study is quantitative with data analysis techniques using descriptive analysis techniques and using multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS Version 25 software. The sample taken amounted to 100 respondents with characteristics who used or who had used the McDonald's application at least once. The sampling technique uses the Non-probability Sampling method with the Purposive Sampling technique. The results obtained from the analysis using IBM SPSS are (1) usability perception positively affects usage attitude, (2) convenience perception positively affects usage attitude, (3) usability perception positively affects usage interest, (4) usage attitude positively affects usage interest, (5) usability perception positively affects actual use and (6) use interest positively affects actual use. In conclusion, all hypotheses that have been formulated are accepted. The residual data of the variable are independent of the normally distributed dependent variable and the regression model satisfies the normality assumption. Independent and dependent variables do not occur heteroscedasticity problems. Independent and dependent variables do not occur multicollinearity. Independent and dependent variables have no autocorrelation.

Keywords: Application Analysis, McDonald's Application, Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use.

ABSTRAK

Aplikasi McDonald's merupakan aplikasi yang dikembangkan dan dipublikasikan oleh *McDonald's Apps*. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan layanan pemesanan kepada konsumen melalui *online* tanpa harus datang ke gerai. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi McDonald's. Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu modifikasi dan pengembangan dari teori *Technology Acceptance Model* yang berfokus pada lima faktor yaitu faktor persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap penggunaan, minat penggunaan dan penggunaan aktual. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dibantu perangkat lunak IBM SPSS Versi 25. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden dengan karakteristik yang menggunakan atau yang pernah minimal sekali menggunakan aplikasi McDonald's. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan metode *Non-probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Hasil yang didapatkan dari analisis menggunakan IBM SPSS adalah (1) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan, (2) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan, (3) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, (4) sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, (5) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual dan (6) minat penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual. Kesimpulannya semua hipotesis yang telah dirumuskan diterima. Data residual variabel independen terhadap variabel dependen berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Variabel independen dan dependen tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Variabel independen dan dependen tidak terjadi multikolinearitas. Variabel independen dan dependen tidak terdapat autokorelasi.

Kata Kunci: Analisis Aplikasi, Aplikasi McDonald's, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang dengan sangat cepat. Salah satu teknologi komunikasi adalah *smartphone* yang digunakan sebagai alat komunikasi. Menurut (Marsal & Hidayati, 2018) *Smartphone* berdasarkan fungsinya dapat diklasifikasikan menjadi lebih dari lima fungsi utama. *Smartphone* membantu banyak kegiatan di berbagai macam bidang pekerjaan, seperti bidang pendidikan, bidang kesehatan, dan bidang bisnis. Masing-masing bidang pekerjaan memanfaatkan *smartphone* dengan membuat aplikasi *mobile* yang berfungsi memudahkan para pekerja dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan.

McDonald's merupakan restoran cepat saji yang memiliki banyak penggemar di seluruh dunia. Salah satu faktor kunci kesuksesan McDonald's adalah pemanfaatan teknologi pada aplikasi pemesanan makanan yang telah memudahkan konsumen dalam berbisnis secara *online*. Terlepas dari teknologi canggih, beberapa konsumen enggan menggunakan aplikasi McDonald's dan lebih suka memesan secara tradisional.

Perlu dilakukan analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi pada aplikasi McDonald's. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai metode analisis. Model ini telah banyak digunakan dalam penelitian terkait penerimaan teknologi di berbagai bidang, termasuk aplikasi *mobile*. TAM merupakan metode yang dapat dimodifikasi dan juga dapat disesuaikan dengan hasil analisis masalah yang diperoleh.

Menurut (Pibriana, 2020) penelitian dengan menggunakan model TAM menemukan bahwa kemudahan penggunaan atau *Perceived Ease of Use* (PEOU) mempunyai pengaruh terhadap penggunaan atau *Perceived Usefulness* (PU), penggunaan atau *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh terhadap niat menggunakan atau *Behavioral Intention to Use* (BIU), keinginan menggunakan atau *Behavioral Intention to Use* (BIU) berpengaruh terhadap penggunaan senyatanya kemudahan penggunaan atau *Perceived Ease of Use* (PEOU) tidak mempunyai pengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan atau *Behavioral Intention to Use* (BIU).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh informasi untuk tujuan dan kegunaan tertentu (Muhyi et al., 2018). Dengan pernyataan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian menjelaskan tentang langkah-langkah yang disusun secara terstruktur agar penelitian mudah dipahami. Langkah-langkah tersebut seperti:

1. Studi Literatur

Pada tahap ini, melakukan studi literatur terkait bahasan atau topik yang mendefinisikan permasalahan pada penelitian ini.

2. Menentukan Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan yaitu aplikasi McDonald's, dari aplikasi McDonald's diambil populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan untuk mendapatkan data yang akan digunakan. Penjelasan dapat dilihat seperti:

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna aplikasi McDonald's yang diambil dari jumlah total unduhan di *Google Playstore* sebesar 100 juta.

b. Sampel

Pengambilan sampel dilakukan pada area kampus Universitas Gunadarma dan juga masyarakat yang berada di kabupaten Tangerang dan kota Tangerang. Sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus menghitung jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{100.000.000}{1 + 100.000.000 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{100.000.000}{1.000.001}$$

$$n = 99,9999$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

1 = Konstantan

e = Batas toleransi kesalahan (10%)

Hasil perhitungan yang didapatkan menggunakan rumus *Slovin* di atas 99,9999 dan dibulatkan menjadi 100.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dan menggunakan cara penarikan sampel jenis *Purposive sampling*. Kriteria pengguna yang dijadikan sampel pada penelitian ini seperti:

1) Pengguna aplikasi McDonald's yang berada pada lingkup populasi.

2) Sudah menggunakan aplikasi McDonald's minimal satu kali.

3. Menentukan Variabel Penelitian

TAM memiliki 5 variabel dasar yang masing-masing variabel mempunyai keterkaitan satu sama lain. Maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. Variabel Independen

Variabel independen biasanya disimbolkan dengan huruf X. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Kegunaan (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu Sikap Pengguna (Y1), Minat Pengguna (Y2) dan Pengguna Aktual (Y3).

4. Perancangan Kuesioner

Instrumen penelitian yang diterapkan dirancang berdasarkan hasil modifikasi dari item-item kuesioner yang telah dipakai pada penelitian-penelitian terdahulu. Terdapat 5 variabel TAM yang digunakan dalam penelitian dan masing-masing variabel memiliki beberapa pernyataan yang totalnya 18 item dan menggunakan skala pengukuran *Likert*. Masing-masing variabel TAM yang digunakan adalah:

- Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) = 5 Item
- Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) = 6 Item
- Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) = 2 Item
- Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) = 3 Item
- Penggunaan Aktual (*Actual Usage*) = 2 Item

5. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan fasilitas *Google Form*.

6. Pengumpulan Data

Data responden yang telah terkumpul akan tersimpan dalam *Google Form* yang kemudian diunduh dalam bentuk data tabel.

7. Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan dua uji yaitu uji validitas dan realibilitas untuk memenuhi persyaratan instrumen penelitian yang efektif seperti yang tercantum di bawah ini:

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah suatu pertanyaan dalam kuesioner benar-benar valid atau tidak. Sebuah item pernyataan dikatakan valid jika, Hasil r hitung $> r$ tabel = valid

2. Uji Realibilitas

Pengujian ini akan dilakukan untuk butir-butir yang valid, butir-butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* untuk uji reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar sama dengan 0,60.

8. Analisis Data

Analisis data memerlukan informasi yang akurat dan terpercaya yang nantinya dapat digunakan dalam penelitian. Beberapa teknik analisis data yang digunakan seperti analisis Deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t, Uji f dan Koefisien determinasi.

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. yang dianggap konstan. Keputusan yang digunakan yaitu perbandingan nilai thitung dari tiap-tiap koefisien regresi dengan ttabel. Menentukan nilai ttabel, nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n - k)$.

b. Uji f (Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan dapat menjelaskan variabel terikat secara simultan. Dalam menentukan Ftabel, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% dengan derajat kebebasan sebagai berikut:

$$df = (n - k)$$

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat, nilai R² terletak diantara 0% sampai 100%. Jika R² yang diperoleh mendekati 100% dapat dikatakan bahwa semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika mendekati 0 maka semakin lemah variasi variabel bebas menerangkan variabel terikat.

10. Hasil dan Kesimpulan

Berisi ringkasan temuan utama, penilaian masalah, rekomendasi perbaikan, dan interpretasi hasil penelitian serta implikasinya untuk pengembangan atau perbaikan aplikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menggunakan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner yang mendapatkan 100 responden, dan data yang terkumpul dilakukan pengujian

3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas menggunakan pengukuran r tabel, pengambilan keputusan yang digunakan yaitu, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka sebuah item pernyataan dikatakan valid. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan jumlah populasi 100. Nilai r tabel yang didapatkan sebesar 0,195. Dan nilai Rhitung dari semua pernyataan dari masing-masing variabel TAM mendapatkan Rhitung > 0,195. Maka semua pernyataan dikatakan valid.

3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan pada pertanyaan kuesioner yang sudah dinyatakan valid dan dilakukan dengan cara menguji coba instrumen menggunakan skala pengukuran Cronbach's Alpha $\geq 0,60$. Hasil dari semua variabel TAM mendapatkan hasil lebih besar dari 0,600. Maka dapat disimpulkan semua variabel TAM reliabel.

3.3 Hasil Analisis Data

Analisis data dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS.

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan menggunakan hasil data kuesioner yang sudah dilakukan tabulasi data pada Excel. Uji statistik deskriptif perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (Mean), nilai tertinggi (Max), nilai terendah (Min), dan Standar Deviasi dari masing-masing variabel yaitu Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Sikap Penggunaan (Y1), Minat Penggunaan (Y2) dan Penggunaan Aktual (Y3).

Hasil keseluruhan uji statistik deskriptif dari semua pernyataan variabel, menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,43 pada variabel Penggunaan Aktual. Nilai rata-rata terkecil yaitu 3,76 pada variabel Sikap Penggunaan.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dan mengambil nilai *Asymp* untuk pengambilan keputusannya. Pengambilan keputusan pada uji normalitas pada penelitian adalah jika nilai sig (*2-tailed*) lebih besar dari 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal. Hasil yang didapatkan dari variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi normalitas dengan hasil nilai *Asymp* lebih dari 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian menggunakan pengambilan keputusan seperti, jika nilai signifikansi (sig) antara variabel independen dengan nilai absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil yang didapatkan dari variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi heteroskedastisitas dengan hasil nilai *Sig* lebih dari 0,05.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji multikolinearitas menggunakan pengambilan keputusan seperti Jika nilai VIF < 10,00 atau nilai *Tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil yang didapatkan dari variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi multikolinearitas dengan hasil nilai VIF < 10,00 dan nilai *Tolerance* > 0,01.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menggunakan dasar pengambilan keputusan yaitu jika $dU < d < 4-dU$ maka tidak terdapat autokorelasi. Nilai *dU* didapatkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 5% dan variabel independen berjumlah 2, jadi nilai *dU* sebesar 1,715 lalu nilai $4-dU$ sebesar 2,285. Hasil yang didapatkan dari variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi autokorelasi dengan nilai $dU < d < 4-dU$.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda bertujuan untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Lebih mudahnya yaitu untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara dua variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y).

Hasil yang didapatkan dari variabel independen terhadap variabel dependen bernilai konstanta positif menyatakan bahwa variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh yang positif.

3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian akan melakukan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Penjelasan yang lebih lengkap dan hasil uji t dan uji f dapat dilihat di bawah ini:

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan guna pembuktian pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pengambilan keputusan yang digunakan untuk uji t yaitu, apabila nilai t hitung > t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Nilai t tabel didapatkan dari rumus di bawah ini dengan nilai sig. $\alpha = 0,05$.

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = t (0,05/2; 100-2-1)$$

$$t \text{ tabel} = t (0,025; 97) = 1,988$$

Keterangan:

α = merupakan nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%)

n = merupakan jumlah sampel yang digunakan

k = merupakan variabel independen yang digunakan

1 = adalah nilai dari rumus

Hasil yang didapatkan pada uji t adalah semua variabel independen terhadap variabel dependen mendapatkan nilai lebih besar dari nilai ttabel. Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji f (Simultan)

Uji t dilakukan guna mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen (Y). Pengambilan keputusan untuk uji f adalah, apabila nilai Fhitung > Ftabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan.

Nilai F tabel didapatkan melalui proses hitung menggunakan rumus di bawah ini dengan nilai signifikansi 0,05:

$$F_{\text{tabel}} = F (k; n-k)$$

$$F_{\text{tabel}} = F (2; 100-2)$$

$$F_{\text{tabel}} = F (2; 98) = 3,09$$

Keterangan:

k = merupakan variabel independen yang digunakan

n = merupakan jumlah sampel yang digunakan

Hasil yang didapatkan pada uji f adalah semua variabel independen terhadap variabel dependen mendapatkan nilai lebih besar dari nilai ftabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa parameter model yang dibuat sudah tepat dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan

Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan

Model Summary		
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,433	,919
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan		

Artinya besar pengaruh variabel independen yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap variabel dependen yaitu sikap penggunaan sebesar 0,433 (43,3%).

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Sikap Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan

Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Sikap Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan

Model Summary		
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.509	1,38617
a. Predictors: (Constant), Sikap Penggunaan, Persepsi Kegunaan		

Artinya besar pengaruh variabel persepsi kegunaan dan sikap penggunaan terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan sebesar 0,509 (50,9%).

- c. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Minat Penggunaan Terhadap Penggunaan Aktual

Tabel 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kegunaan Dan Minat Penggunaan Terhadap Penggunaan Aktual

Model Summary		
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.150	1.12126
a. Predictors: (Constant), Minat Penggunaan, Persepsi Kegunaan		

Artinya besar pengaruh variabel persepsi kegunaan dan minat penggunaan terhadap variabel dependen yaitu penggunaan aktual sebesar 0,150 (15%).

3.5 Hasil dan Pembahasan

1. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas yang dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen, menghasilkan nilai *Asymp Sig(2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data residual variabel independen dan dependen berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Uji Heteroskedastisitas yang dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen, menghasilkan nilai signifikansi (*Sig*) lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- Uji Multikolinearitas yang dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen, menghasilkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih besar dari 10,00 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,01. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen tidak terjadi multikolinearitas.
- Uji Autokorelasi yang dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen, menghasilkan nilai lebih kecil dari nilai *dU* (1,715) dan lebih besar dari nilai *4-dU* (2,285). Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen tidak terdapat autokorelasi.

2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linear Berganda yang dilakukan pada variabel independe terhadap variabel dependen menghasilkan nilai konstan dan nilai koefisien regresi positif, yang artinya variabel independen mempunyai dampak (manfaat) terhadap variabel dependen.

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan menggunakan Uji t (parsial), Uji f (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi, hasil dari ketiga uji sebagai berikut:

- Pengaruh variabel Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan (H1)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan sebesar 5,669. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa keyakinan atas kegunaan (manfaat) yang dirasakan oleh pengguna aplikasi McDonald's secara otomatis akan membawa dampak positif terhadap sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi itu sendiri, sehingga pengguna memilih menggunakan aplikasi dalam membantu aktifitasnya.

b. Pengaruh variabel Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan (H_2)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan sebesar 8,834. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa keyakinan atas kemudahan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi McDonald's dalam mengoperasikan aplikasi secara otomatis akan membawa sikap penerimaan terhadap penggunaan aplikasi, yang mana penerimaan tersebut nantinya akan mempengaruhi intensitas dalam menggunakan aplikasi.

c. Pengaruh variabel Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan (H_3)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan sebesar 8,066. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa kegunaan (manfaat) yang dirasakan pengguna aplikasi McDonald's mempengaruhi intensitas pengguna itu sendiri, apabila seorang pengguna merasakan kegunaan atas dirinya ketika menggunakan aplikasi maka pengguna tersebut akan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

d. Pengaruh variabel Sikap Penggunaan terhadap Minat Penggunaan (H_4)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung sikap penggunaan terhadap minat penggunaan sebesar 7,713. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi McDonald's yang baik, akan mempengaruhi minat pengguna aplikasi McDonald's terhadap intensitas yang dilakukan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.

e. Pengaruh variabel Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Aktual (H_5)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung persepsi kegunaan terhadap penggunaan aktual sebesar 3,336. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kelima diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa kegunaan (manfaat) yang dirasakan pengguna aplikasi McDonald's mempengaruhi frekuensi penggunaan atas aplikasi, apabila seorang pengguna merasakan kegunaan atas dirinya ketika menggunakan aplikasi tersebut, maka pengguna tersebut biasanya akan sering menggunakan aplikasi dalam mobilitas kehidupannya.

f. Pengaruh variabel Minat Penggunaan terhadap Penggunaan Aktual (H_6)

Berdasarkan dari hasil perhitungan regresi, diketahui nilai t hitung minat penggunaan terhadap penggunaan aktual sebesar 4,308. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,988) maka t hitung $>$ t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel minat penggunaan

berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keenam diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa minat pengguna atas aplikasi mempengaruhi kepuasan sehingga berujung seringnya pengguna mengakses aplikasi tersebut. Apabila seorang pengguna merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi biasanya akan memunculkan minat yang nantinya akan membuat pengguna lebih sering menggunakan aplikasi tersebut.

Setelah mendapatkan hasil analisis data, rekomendasi yang akan diberikan kepada pengembang aplikasi McDonald's yaitu:

- 1) Mengubah tata letak menu ke halaman depan aplikasi, agar mempermudah pengguna dalam mengakses menu-menu yang terdapat pada aplikasi McDonald's. Dengan mengubah tata letak menu ke halaman depan, pengguna merasa lebih dipermudah untuk mengakses menu yang akan dikunjungi.
- 2) Meningkatkan performa aplikasi McDonald's. Dengan meningkatkan performa aplikasi, pengguna akan merasa saat mengakses aplikasi McDonald's akan menghemat waktu pengguna.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dari semua analisis yang dilakukan variabel independen dan variabel dependen tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Variabel independen dan dependen tidak terjadi multikolinearitas. Variabel independen dan dependen tidak terdapat autokorelasi. Dan pada pengujian hipotesis variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Rekomendasi yang akan diberikan kepada pengembang aplikasi McDonald's yaitu. Mengubah tata letak menu ke halaman depan aplikasi, agar mempermudah pengguna dalam mengakses menu-menu yang terdapat pada aplikasi McDonald's. Meningkatkan performa aplikasi McDonald's. Dengan meningkatkan performa aplikasi, pengguna akan merasa saat mengakses aplikasi McDonald's akan menghemat waktu pengguna.

4.2 Saran

Rekomendasi untuk penelitian mendatang adalah dengan memperluas cakupan kawasan dan memperbanyak jumlah responden. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel external dari TAM dan menggunakan teori penunjang selain menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Marsal, A., & Hidayati, F. (2018). Pengaruh smartphone dengan interaksi sosial. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 78–84. <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v3i1.3529>
- [2]. Muhyi, M., Hartono, Budiyono, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, A. Q., Astutik, E. P., & Fitriatien, S. R. (2020). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press, 1–83. www.unipasby.ac.id
- [3]. Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 580–592. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382>
- [4]. Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The technology acceptance model: its past and its future in health care. *Journal of biomedical informatics*, 43(1), 159-172.
- [5]. Masrom, M. (2007). Technology acceptance model and e-learning. *Technology*, 21(24), 81.
- [6]. Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & management*, 40(3), 191-204.
- [7]. Granić, A., & Marangunić, N. (2019). Technology acceptance model in educational context: A systematic literature review. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2572-2593.