

**PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR DOMINAN PENERIMAAN  
APLIKASI BRAYAMART MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) 2  
PADA CUSTOMER PT ULU MAS JAYA (UMJ)**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
di Program Studi Sistem Informasi S1



Oleh

**Luh Siadnyani  
NIM 09031181621004**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI S1  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
APRIL 2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR DOMINAN PENERIMAAN  
APLIKASI BRAYAMART MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) 2  
PADA CUSTOMER PT ULU MAS JAYA (UMJ)**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh

**Luh Siadnyani**  
NIM 09031181621004

Disetujui,

Indralaya, 7 Mei 2021

Pembimbing,



**Ari Wedhasmara, S.Kom., M.TI.**  
NIP 197812112010121002

Mengetahui  
Ketua Jurusan,



**Endang Lestari Ruskan, M.T**  
NIP 197811172006042001

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luh Siadnyani  
NIM : 09031181621004  
Jurusan : Sistem Informasi  
Program Studi : Sistem Informasi Reguler  
Judul Skripsi : Penentuan Faktor-Faktor Dominan Penerimaan Aplikasi  
Brayamart Menggunakan *Unified Theory of Acceptance  
and Use of Technology* (UTAUT) 2 pada *Customer* PT Ulu  
Mas Jaya (UMJ)

Hasil Pengecekan *Software iThenticate / Turnitin* sebesar 10%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, 4 Februari 2021

Luh Siadnyani  
NIM 09031181621004

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 25 Maret 2021

Tim Penguji :

- |                 |                             |  |
|-----------------|-----------------------------|--|
| 1. Pembimbing I | : Ari Wedhasmara, M.TI.     |   |
| 2. Ketua        | : Endang Lestari R, M.T     |   |
| 3. Penguji I    | : Ken Ditha Tania, M.Kom    |   |
| 4. Penguji II   | : Putri Eka Sevtiyuni, M.T. |  |

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,

  
Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP 197811172006042001

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*”Kita punya kemudi sendiri untuk mengatur kemana ritme mood kita. Jika fokusnya ke arah sedihnya, ya pasti akan selalu merasa sedih. Kita bisa saja menerima gelombang besar secara tiba-tiba atau mungkin bisa saja dikecewakan secara tiba-tiba. Tapi ingat, yang bisa mengendalikan kapal setelah diterjang gelombang besar ya kita sendiri, bukan orang lain”.*

*Sebuah persembahan yang ditujukan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) atas segala nikmat dan kemudahan yang diberikan. Kepada orangtuaku, saudara-saudaraku, sahabatku serta semua yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih atas segala semangat, dukungan dan doa yang selalu kalian panjatkan untuku. Semoga Tuhan senantiasa membalas kebaikan kalian dengan keberkahan dan limpahan pahala yang tiada hentinya.*

*Astungkare.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir (skripsi) yang berjudul “Penentuan Faktor-Faktor Dominan Penerimaan Aplikasi Brayamart Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 pada Customer PT Ulu Mas Jaya (UMJ)” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sistem Informasi, Program Studi Sistem Informasi pada Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua saya tercinta yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
2. Saudara-saudara saya yang telah mendoakan yang terbaik untuk saya dan selalu mendukung dalam keadaan apapun selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Jaidan Jauhari, M.T., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya yang selalu berusaha memberikan fasilitas terbaik untuk seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya.

4. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T., selaku Ketua jurusan Sistem Informasi yang selalu mengingatkan dan memberikan dukungan kepada seluruh mahasiswa tingkat akhir terkait Tugas Akhir.
5. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia membantu memberikan bimbingan serta pengarahan kepada saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Rizka Dhini Kurnia, M.SC, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia memberikan pengarahan serta motivasi kepada saya selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Dosen Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan ilmu, motivasi dan semangat kepada saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, atas segala bantuan dalam proses pengurusan berkas Tugas Akhir ini.
9. Bapak Ida Bagus Putu Suniatmadja, selaku Direktur Utama PT Ulu Mas Jaya (UMJ) yang telah memberikan kepercayaan dan izinnya sehingga saya bisa melakukan penelitian sebagai bahan pembuatan Tugas Akhir ini.
10. Kak Gede Wirnaya, S.SI., selaku staf IT di PT Ulu Mas Jaya (UMJ) yang telah membantu saya selama proses pengambilan data dan penyebaran kuisisioner untuk keperluan Tugas Akhir ini.
11. Pasangan saya yang mendoakan yang terbaik untuk saya, selalu sabar

mengingatkan dan mendukung saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

12. Serta seluruh sahabat dan rekan-rekan seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas segala doa, dukungan dan motivasi yang kalian berikan. Semoga kedepannya kita semua bisa sukses.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan kedepannya.

Indralaya, 21 April 2021

Penulis



**PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR DOMINAN PENERIMAAN  
APLIKASI BRAYAMART MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) 2  
PADA CUSTOMER PT ULU MAS JAYA (UMJ)**

Oleh

**Luh Siadnyani  
09031181621004**

**ABSTRAK**

Internet saat ini telah mengubah pola berbelanja masyarakat terutama masyarakat Indonesia ke arah yang lebih praktis yaitu belanja *online*. Salah satu perusahaan yang sudah menerapkan sistem penjualan *online* dalam memasarkan produknya adalah PT Ulu Mas Jaya (UMJ). Sistem penjualan *online* yang diadopsi PT Ulu Mas Jaya (UMJ) saat ini berbasis *website* dan *mobile* dengan *brand* “Brayamart”. Karena belum adanya pengukuran mengenai faktor dominan penerimaan aplikasi Brayamart, maka hal ini yang menjadi bahan pertimbangan peneliti untuk memprediksi faktor-faktor tersebut dengan menggunakan model UTAUT 2 atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*, agar dapat memaksimalkan strategi penjualan elektronik PT Ulu Mas Jaya (UMJ). UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang digunakan untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks *customer*. Pengelolaan data dilakukan dengan metode analisis regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi minat perilaku penerimaan aplikasi Brayamart (*behavior intention*) adalah *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit*. Sedangkan faktor dominan yang mempengaruhi perilaku penggunaan penerimaan aplikasi Brayamart (*use behavior*) adalah *facilitating condition*, *habit* dan *behavior intention*.

**Kata kunci :** Belanja *Online*, UTAUT 2, Analisis Regresi Linear Berganda, SPSS

**DETERMINATION OF DOMINANT ACCEPTANCE  
OF THE BRAYAMART APPLICATION USING UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) 2  
ON CUSTOMER PT ULU MAS JAYA (UMJ)**

By

**Luh Siadnyani  
09031181621004**

**ABSTRACT**

*The internet today has changed people's shopping patterns, especially indonesians, in a more paktis direction, namely online shopping. One company that has implemented an online sales system in marketing its products is PT Ulu Mas Jaya (UMJ). The online sales system adopted by PT Ulu Mas Jaya (UMJ) is currently website-based and mobile under the brand "Brayamart". Due to the lack of measurement on the dominant factor of brayamart application acceptance, this is the consideration of researchers to predict these factors by using the UTAUT 2 or Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 model, in order to maximize the electronic sales strategy of PT Ulu Mas Jaya (UMJ). UTAUT 2 is a development of the UTAUT model used to study the acceptance and use of technology in a consumer context. Data management is done by multiple linear regression analysis method using SPSS software version 25. The results showed that the dominant factors that influence the interest in brayamart application acceptance behavior (behavior intention) are effort expectancy, social influence, hedonic motivation, and habit. While the dominant factor that influences the behavior of brayamart application acceptance (use behavior) is facilitating condition, habit and behavior intention.*

**Keywords :** *Online Shopping, UTAUT 2, Multiple Linear Regression Analysis, SPSS*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Tujuan dan Manfaat.....	4
1.2.1    Tujuan .....	4
1.2.2    Manfaat .....	4
1.3    Batasan Masalah .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1    Profil PT Ulu Mas Jaya (UMJ).....	6
2.1.1    Sejarah Singkat PT Ulu Mas Jaya (UMJ) .....	6
2.1.2    Visi dan Misi .....	6
2.1.3    Struktur Organisasi PT Ulu Mas Jaya (UMJ) .....	7
2.2    Aplikasi Brayamart.....	9
2.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT) 2 ....	11
2.4    Model Konseptual Penelitian .....	15
2.5    Hipotesis .....	16
2.6    Statistika .....	17
2.7    Aplikasi SPSS.....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	19
3.1    Jenis Penelitian .....	19
3.2    Kerangka Penelitian.....	19
3.3    Variabel Penelitian .....	21

3.4	Instrumen Penelitian .....	21
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
3.5.1	Populasi .....	23
3.5.2	Sampel.....	23
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6.1	Sumber Data.....	25
3.6.2	Pengumpulan data .....	25
3.7	Metode Analisis Data .....	27
3.7.1	Uji Validitas .....	27
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	27
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7.4	Regresi Linear Berganda.....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1	Pelaksanaan Penelitian .....	32
4.2	Data Demografi Responden.....	32
4.3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	35
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	36
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	49
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.5	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis .....	57
4.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>64</b>
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hipotesis Penelitian .....	16
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	22
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i> Penilaian Kuisisioner .....	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i> .....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i> .....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habit</i> .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i> .....	45
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian .....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Penelitian .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Pernyataan pada Kuesioner Penelitian.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 1.....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 2.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji t Model 1.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji t Model 2.....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji F Model 1 .....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji F Model 2 .....	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1.....	62
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2.....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Ulu Mas Jaya (UMJ) .....	7
Gambar 2.2 Tampilan <i>Website</i> Brayamart .....	9
Gambar 2.3 Tampilan <i>Mobile Apps</i> Brayamart .....	10
Gambar 2.2 Model UTAUT 2, Venkatesh et al. (dalam Kazemi et al., 2015).....	12
Gambar 2.3 Model Konseptual Penelitian (Kamal & Azis, 2015) .....	15
Gambar 3.1 Kerangka Peneliti .....	20
Gambar 3.2 Tabel ISAAC dan Michael (Sugiyono, 2010 : 128).....	24
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	32
Gambar 4.2 Usia Responden .....	33
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden .....	34
Gambar 4.4 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Brayamart .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A.1 Kuisisioner Penelitian.....	A-1
Lampiran A.2 QR Code Kuisisioner.....	A-5
Lampiran A.3 Nilai r Tabel.....	A-6
Lampiran B.1 Surat Pengajuan Topik Skripsi .....	B-1
Lampiran B.2 Surat Kesediaan Membimbing .....	B-2
Lampiran B.3 Halaman Persetujuan Judul Proposal Skripsi/Skripsi.....	B-3
Lampiran B.4 Halaman Persetujuan Proposal Skripsi/Skripsi.....	B-4
Lampiran B.5 Surat Keterangan Pengecekan Similarity.....	B-5
Lampiran B.6 Form Perbaikan Ujian Komprehensif .....	B-6

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi dari tahun ke tahun semakin pesat. Menurut (Kamal & Azis, 2015) salah satu hasil produk dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi adalah internet. Internet telah mendorong perubahan gaya hidup manusia menjadi modernisasi dan serba praktis. Oleh karena itu, tidak salah apabila internet saat ini juga telah mengubah pola berbelanja masyarakat terutama masyarakat Indonesia ke arah yang lebih praktis yaitu dengan berbelanja *online*. Apabila sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli dengan datang langsung ke pasar atau toko, namun saat ini masyarakat hanya perlu melakukan kegiatan jual beli dengan mengakses internet dari mana saja dan kapan saja.

Di Negara Indonesia sendiri, sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan internet untuk mengembangkan sistem penjualannya yaitu dengan membuat situs penjualan yang berbasis *online* atau *digital marketing*. Salah satu perusahaan yang sudah menerapkan sistem penjualan *online* dalam memasarkan produknya adalah PT Ulu Mas Jaya (UMJ) yang berlokasi di Palembang, Sumatera Selatan. Sistem penjualan *online* yang diadopsi PT Ulu Mas Jaya (UMJ) saat ini berbasis *website* dan *mobile* dengan *brand* aplikasi yaitu Brayamart. Perusahaan ini menyediakan berbagai macam produk dan layanan untuk kebutuhan sehari-hari seperti sayur-sayuran, buah-buahan, bumbu dapur, minuman, makanan, ikan, sembako, perlengkapan rumah



dan dapur, alat dan sarana kesehatan, serta kebutuhan menengah seperti bahan bangunan, kemasan, elektronik, agro, *fashion*, *property*, *art*, otomotif hingga layanan *resto* dan *cafe*.

Menurut (Kamal & Azis, 2015) untuk memaksimalkan penjualan elektronik atau *digital marketing*, penjual harus mengetahui secara spesifik *customer* yang akan membeli dan bagaimana *customer* beradaptasi dengan proses penjualan elektronik tersebut. Dengan mengenal kebiasaan *customer* dalam melakukan kegiatan belanja *online*, maka sebuah perusahaan akan mampu merencanakan dan menyiapkan strategi promosi produk yang harus ditampilkan di dalam toko digitalnya serta mampu menciptakan inovasi-inovasi untuk menarik minat calon *customer* baru.

Menurut (Putri & E, 2018) menjelaskan bahwa perilaku *customer* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah faktor sosial seperti kelompok acuan yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku *customer* tersebut. Karena belum pernah adanya pengukuran mengenai faktor dominan penerimaan aplikasi Brayamart, maka hal ini yang menjadi bahan pertimbangan peneliti untuk memprediksi faktor-faktor tersebut dengan menggunakan model UTAUT 2 atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*, agar dapat memaksimalkan strategi penjualan elektronik PT Ulu Mas Jaya (UMJ).

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) merupakan pengembangan teori dari model UTAUT yang dikemukakan oleh Venkatesh dkk. (2012). Tujuan adanya model UTAUT 2 adalah untuk mempelajari teori tentang penerimaan serta penggunaan teknologi dalam konteks *customer*

(Sutanto, Ghozali, & Handayani, 2018). Pada model UTAUT sebelumnya telah terdapat empat variabel prediktor awal yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *social influence* dengan *age*, *gender*, *experience* serta *volunteerism* sebagai variabel moderatornya.

Venkatesh (dalam Kamal & Azis, 2015) menjelaskan dengan berfokus pada adopsi teknologi dari sudut pandang *customer*, maka didalam model UTAUT 2 telah ditambahkan tiga variabel prediktor baru yaitu *price value*, *hedonic motivation* dan *habit* dengan hanya menggunakan *age*, *gender* dan *experience* sebagai variabel moderatornya. Melalui tujuh variabel prediktor yang terdapat pada model UTAUT 2 diantaranya yaitu *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (lingkungan yang mempengaruhi), *facilitating condition* (fasilitas yang mendukung), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga) dan *habit* (kebiasaan), dipercaya akan dapat memberikan gambaran bagaimana *customer* berminat menggunakan (*behavioral intention*) teknologi untuk berbelanja *online* sehingga hal ini akan menimbulkan kebiasaan menggunakan (*use behavior*) teknologi untuk berbelanja secara *online* di kalangan *customer*.

Penelitian ini akan menguji mengenai tentang penentuan faktor-faktor dominan penerimaan aplikasi Brayamart pada *customer* PT Ulu Mas Jaya (UMJ) dalam melakukan kegiatan belanja *online* dengan mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat merupakan rumusan kalimat yang akan memberikan gambaran hasil terkait tentang penelitian ini yang terdiri dari :

### 1.2.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini untuk, sebagai berikut :

1. Menentukan faktor-faktor yang dominan dalam penerimaan aplikasi Brayamart menggunakan UTAUT 2 pada seluruh *customer* yang terdaftar di *database* PT Ulu Mas Jaya (UMJ).
2. Memberikan rekomendasi kepada PT Ulu Mas Jaya (UMJ) sebagai bahan acuan untuk melakukan perbaikan terhadap pengelolaan sistem informasi penjualan pada masa yang akan datang dan membantu perusahaan dalam menentukan strategi penjualan.

### 1.2.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi PT Ulu Mas Jaya (UMJ) untuk menentukan dan meningkatkan strategi penjualan menggunakan aplikasi serta pelayanan bagi *customer*.
2. Memberikan rekomendasi dan saran sesuai dengan hasil penelitian sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan dimasa mendatang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Lingkup penelitian ini dibatasi pada penentuan faktor-faktor dominan dalam penerimaan aplikasi Brayamart menggunakan UTAUT 2 pada *customer* PT Ulu Mas Jaya (UMJ).

## DAFTAR PUSTAKA

- Bruce, 2011. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98.  
<https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305>
- Crosse, J. (1999). Sold on cells. *Automotive Engineer (London)*, 24(5), 34–36.
- Dwita, M., & Informatika, M. (2018). *Pengaruh Penerapan Model Utaut Terhadap Perilaku Pengguna Sistem E-Learning Di Amik Logika*. 9986(September).
- Hakim, A. R., Sulistiawati, S., & Arifin, S. (2018). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dan Motivasi Belajar Dengan Prestasi Belajar Matematika Siswa SMP. *TEOREMA: Teori Dan Riset Matematika*, 3(2), 165.  
<https://doi.org/10.25157/teorema.v3i2.1557>
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Hikmah, A. F., Kusyanti, A., & Perdanakusuma, A. R. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku pengguna Messenger ABC dalam Penerimaan Informasi pada Lembaga XYZ dengan Menggunakan The*

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology ( UTAUT ).* 2(4), 1372–1381.

Kamal, R. M., & Azis, E. (2015). *ADOPSI TEKNOLOGI INTERNET OLEH KONSUMEN UMKM INDONESIA UNTUK BERBELANJA ONLINE ( Studi pada situs Tokopedia . com Tahun 2015 ).* 2(3), 2451–2458.

Kazemi, H., Miller, D., Mohan, A., Griffith, Z., Jin, Y., Kwiatkowski, J., ... Crawford, M. (2015). 350mW G-band medium power amplifier fabricated through a new method of 3D-copper additive manufacturing. *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>

Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). PENGARUH CURRENT RATIO (CR), RETURN ON EQUITY (ROE), DAN SALES GROWTH TERHADAP HARGA SAHAM YANG BERDAMPAK PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2(3), 83. <https://doi.org/10.32493/skt.v2i3.2793>

Mahendra, I. (2016). *Analisa Penerimaan Sistem Enterprize Resurce Planing ( ERP ) Pada PT GBS Megguakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Techologi ( UTAUT ).* XII(2), 190–200.

Mahendra, I., & Septiany, N. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab ( Studi Kasus : Mahasiswa Stmik Nusa Mandiri Jakarta ). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(1), 9–16. Retrieved from

<http://ejournal.nusamandiri.ac.id/ejurnal/index.php/jitk/article/download/842/492>

- Marhaeni, G. A. M. M. (2014). Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of. *Analisis Perilaku Penggunaan Aplikasi Pesan Instan Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Di Kota Bandung.*, 1(3), 42–56.
- Mustaqim, R., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan Dan Resiko Pengguna Dalam Bertransaksi Pada E-Commerce XYZ Menggunakan UTAUT ( Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(7), 2584–2593.
- Nugroho, K. T. (2018). *Daerah Berbasis Web Kabupaten Majalengka Dengan.* 111–120.
- Putra, G., & Ariyanti, M. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Terhadap Niat Prospective Users Untuk Mengadopsi Home Digital Services Pt. Telkom Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(1), 59.  
<https://doi.org/10.25124/jmi.v14i1.352>
- Putri, S. N., & E, M. A. S. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM INDONESIA FACTORS AFFECTING CONSUMER BUYING INTEREST IN BUYING.* 5(2), 1750–1757.
- Setiyorini, S. M. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Pasien Terhadap Standar Pelayanan di Apotek Kimia Farma 278 Versailles dengan Menggunakan Analisis Faktor.* 2(2), 17–27.

- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Zein, S., Yasyifa, L., Ghozi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(1), 1–7.