

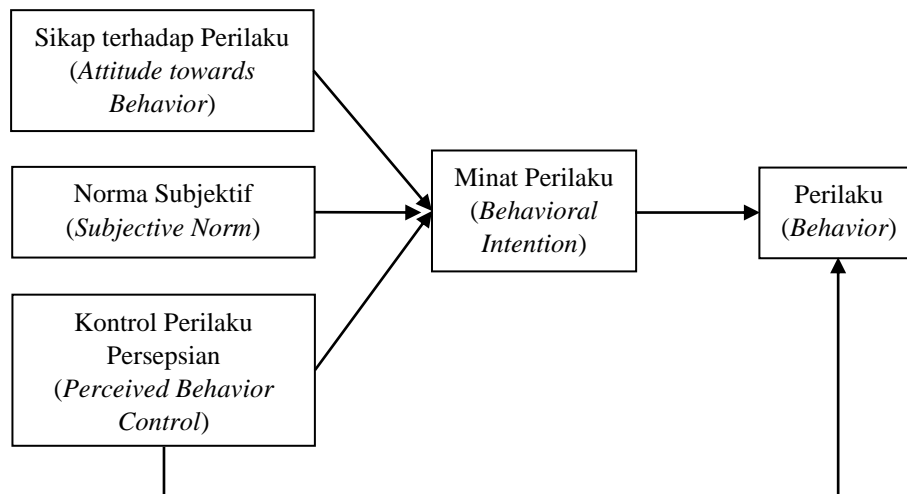
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model*

Technology acceptance model (TAM) merupakan model penerimaan teknologi yang dapat digunakan untuk mengukur sikap manusia sebagai pengguna sistem teknologi informasi baru. TAM dikembangkan oleh Davis (1989) dengan diadaptasi berdasarkan teori terdahulunya yaitu *theory of planned behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1988).

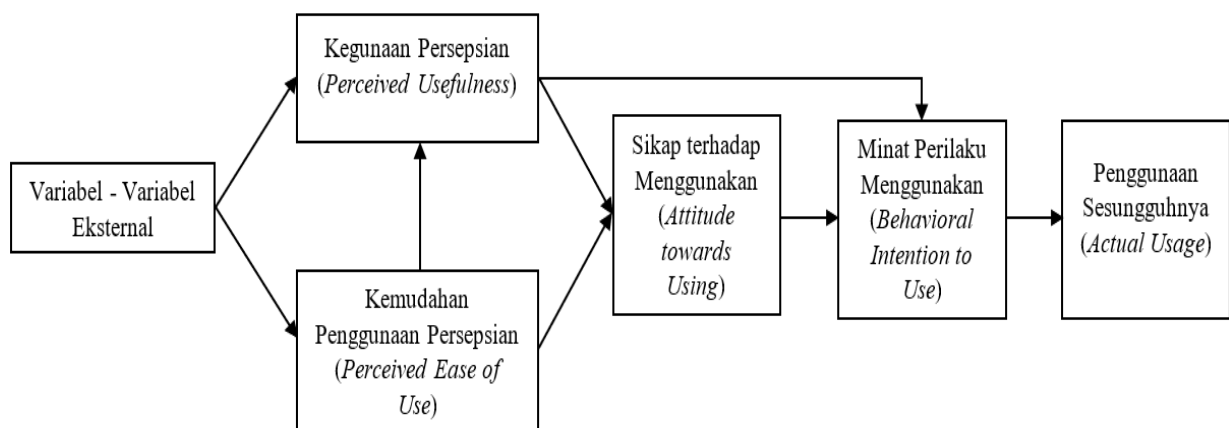
Teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* (TPB) tersebut merupakan pengembangan dari *theory reason action* (TRA). Pengembangannya adalah dengan menambahkan konstruk yang tidak ada di TRA, yaitu *perceived behavior control*. TPB mempunyai asumsi yang menjelaskan bahwa banyak perilaku yang tidak semuanya berada di bawah kendali penuh individu, sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavior control*). Konstruk *theory of planned behavior* (TPB) terlihat seperti pada Gambar 2.1 di bawah ini.



Sumber: Jogiyanto (2007) dalam Assyfa (2020)

Gambar 2.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Technology acceptance model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh penggunanya. Davis (1989) dalam Permana (2018) menjelaskan bahwa konsep teori TAM mempelajari tentang motivasi seseorang untuk menerima, mengadopsi, atau menggunakan suatu sistem teknologi. Dalam teori TAM terdapat dua konstruk utama yang mempengaruhi penggunaan sistem teknologi informasi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi yang dipersepsikan oleh individu, keyakinan bahwa pengguna akan lebih mudah memahami penggunaan sistem teknologi informasi tanpa usaha yang berlebih dan bebas dari kesulitan. Kemudian *perceived usefulness* didefinisikan sebagai kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi dapat berguna dan meningkatkan kinerjanya.



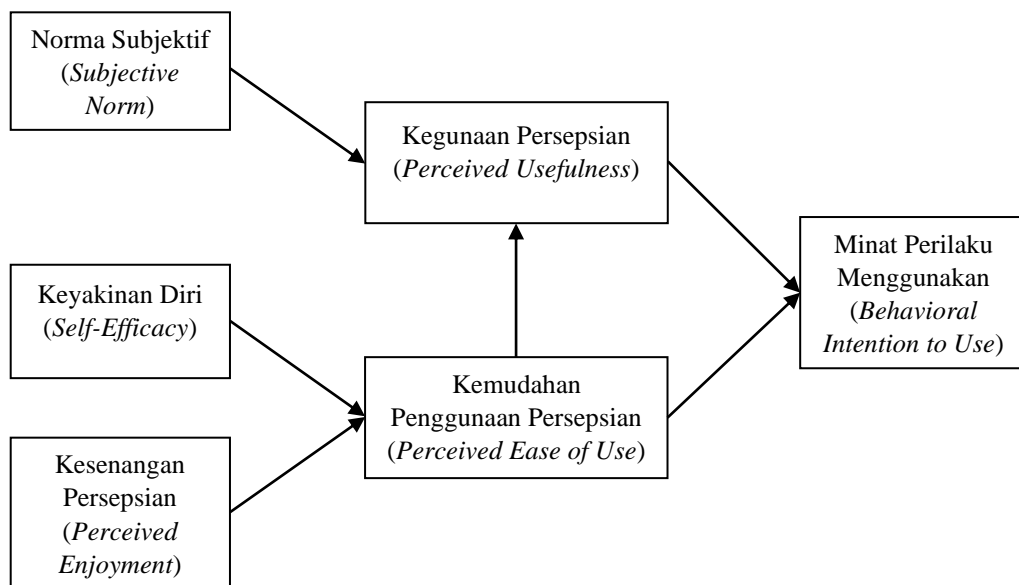
Sumber: Davis (1989) dalam Winarno, dkk (2021)

Gambar 2.2 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Gambar 2.2 tersebut merupakan konsep *technology acceptance model* (TAM) yang dikembangkan, di mana terdapat konstruk variabel eksternal. Terdapat banyak variabel eksternal yang ditemukan sebagai hasil dari banyak penelitian yang dilakukan. Variabel eksternal yang menjadi penentu *perceived usefulness* adalah *subjective norm*, *image*, *job relevance*, *output quality*, dan *result demonstrability*. Kemudian, variabel eksternal yang menjadi penentu persepsi kemudahan penggunaan adalah *computer self-efficacy*, *system anxiety*, *computer playfulness*,

perception of external control, perceived enjoyment, dan juga objective usability (Lee dkk, 2003; Venkatesh & Bala, 2008; Montargot dan Lahouel, 2018).

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan konstruk asli dari *technology acceptance model* seperti yang terdapat pada Gambar 2.2 di atas, dengan variabel eksternal yang diadopsi dari penelitian Winarno, dkk (2021), yaitu *subjective norm, self-efficacy, dan perceived enjoyment* seperti pada Gambar 2.3 di bawah ini.



Sumber: Winarno, dkk (2021)

Gambar 2.3 Referensi Konstruk TAM Penelitian

2.1.1. *Perceived Ease of Use*

Persepsi kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa yakin bahwa menggunakan teknologi akan membantu mereka untuk bebas dari upaya yang berlebih (Davis dalam Permana, 2018). Jadi, jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Di sisi lain, jika individu berpikir bahwa teknologi tidak mudah digunakan, maka tentunya ia tidak akan menggunakannya.

2.1.2. *Perceived Usefulness*

Kegunaan yang dipersepsikan adalah sejauh mana individu yakin dan percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu meningkatkan kinerja mereka (Davis dalam Permana, 2018). Apabila seorang individu menganggap bahwa suatu teknologi berguna baginya maka ia akan menggunakannya, namun sebaliknya jika seorang individu menganggap bahwa teknologi tidak berguna atau kurang berguna baginya maka ia tidak akan menggunakannya.

2.1.3. *Subjective Norm*

Subjective norm adalah pemikiran individu terkait apakah mereka harus melakukan suatu perilaku atau tidak (Davis dalam Winarno, dkk, 2021). Kemudian menurut Jogiyanto (2007) dalam Winarno, dkk (2021) norma subjektif adalah hubungan yang berkaitan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan atau pengaruh sosial yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang sedang dipertimbangkan.

2.1.4. *Self-Efficacy*

Self-efficacy adalah tingkat kepercayaan diri individu mengenai kemampuannya untuk mengatur dan melakukan serangkaian kegiatan yang diperlukan untuk mendapatkan kinerja yang direncanakan. Dalam hal penggunaan teknologi, *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu aktivitas yang melibatkan penggunaan suatu sistem teknologi (Venkatesh & Bala dalam Winarno, dkk, 2021).

Jogiyanto (2007) dalam Buditama (2021) menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi yang dapat ditinjau dalam mendefinisikan makna dari *self-efficacy*. Dimensi-dimensi tersebut yaitu sebagai berikut.

➤ **Besaran (*Magnitude*)**

Besaran (*magnitude*) dari *self-efficacy* berhubungan dengan tingkat kemampuan seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Seorang individu yang mempunyai *self-efficacy* dengan suatu besaran (*magnitude*) yang tinggi, maka ia akan menilai bahwa dirinya mampu untuk mengerjakan suatu perilaku tersebut. Namun sebaliknya, jika seorang individu mempunyai *self-efficacy* dengan suatu besaran (*magnitude*) yang rendah, maka ia akan menilai bahwa dirinya kurang mampu atau hanya mampu mengerjakan suatu perilaku yang sederhana saja.

➤ **Kekuatan (*Strength*)**

Kekuatan (*strength*) dari *self-efficacy* berhubungan dengan tingkat keyakinan seorang individu terkait suatu perilaku yang sedang dipertimbangkan. Seorang individu yang mempunyai tingkat keyakinan yang kuat, maka ia akan mempersepsikan dirinya dapat menyelesaikan suatu kegiatan yang sulit dengan baik. Dengan demikian, dimensi ini menunjukkan kuat lemahnya keyakinan seorang individu dalam mengerjakan suatu perilaku.

➤ **Generalisabilitas (*Generalizability*)**

Generalisabilitas (*generalizability*) dari *self-efficacy* merefleksikan tingkat seberapa jauh persepsi dari keyakinan diri terkait keahliannya terbatas pada situasi tertentu. Seorang individu yang percaya bahwa dirinya dapat melakukan beberapa perilaku tetapi hanya pada situasi tertentu saja, maka individu tersebut dikatakan mempunyai tingkat keahlian yang rendah. Sebaliknya, seorang individu yang merasa percaya bahwa dirinya dapat melakukan berbagai macam perilaku dalam kondisi dan situasi apapun dinilai sebagai individu yang mempunyai tingkat keahlian yang tinggi.

2.1.5. *Perceived Enjoyment*

Perceived enjoyment didefinisikan sebagai seberapa besar individu percaya bahwa aktivitas dalam menggunakan suatu sistem akan memberikan kenyamanan dan dianggap menyenangkan (Venkatesh & Davis dalam Winarno, dkk, 2021). Sebagai gambarannya *perceived enjoyment* dapat diindikasikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen saat melakukan pembelian secara online pada website tertentu, sehingga semakin menyenangkan proses belanja online di suatu website, maka semakin besar kemungkinan calon pembeli akan membeli di website tersebut (Khansa, 2020).

2.1.6. *Behavioral Intention to Use*

Davis (1989) dalam Permana (2018) menjelaskan bahwa *behavioral intention to use* adalah suatu keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang, di mana keinginan tersebut telah direncanakan sebelumnya. Seorang individu akan melakukan suatu perilaku apabila ia mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.

Perilaku yang dimaksud dalam hal ini adalah menggunakan suatu sistem teknologi. Minat perilaku penggunaan dapat dilihat dari perhatian pengguna dalam penggunaan teknologi dan sistem informasi, apakah seorang pengguna berulang atau pengguna baru. Penilaian minat pengguna juga akan memotivasi pengguna lain untuk terus menggunakan teknologi dan sistem informasi.

2.1.7. *Attitude towards Using*

Attitude towards using atau sikap terhadap penggunaan didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu untuk melakukan perilaku tertentu (Davis dalam Permana, 2018). Sikap terhadap penggunaan juga dapat didefinisikan sebagai evaluasi pengguna mengenai ketertarikan/penerimaan atau penolakan individu dalam menggunakan suatu sistem teknologi.

2.1.8. *Actual Usage*

Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, penggunaan sesungguhnya adalah sebuah kondisi nyata dari penggunaan sistem teknologi tersebut (Davis dalam Permana, 2018). *Actual usage* dapat dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut, yang mana jika frekuensi waktu penggunaan meningkat maka dapat dijadikan sebagai tolok ukur bahwa pengguna merasa puas dengan penggunaan sistem teknologi tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

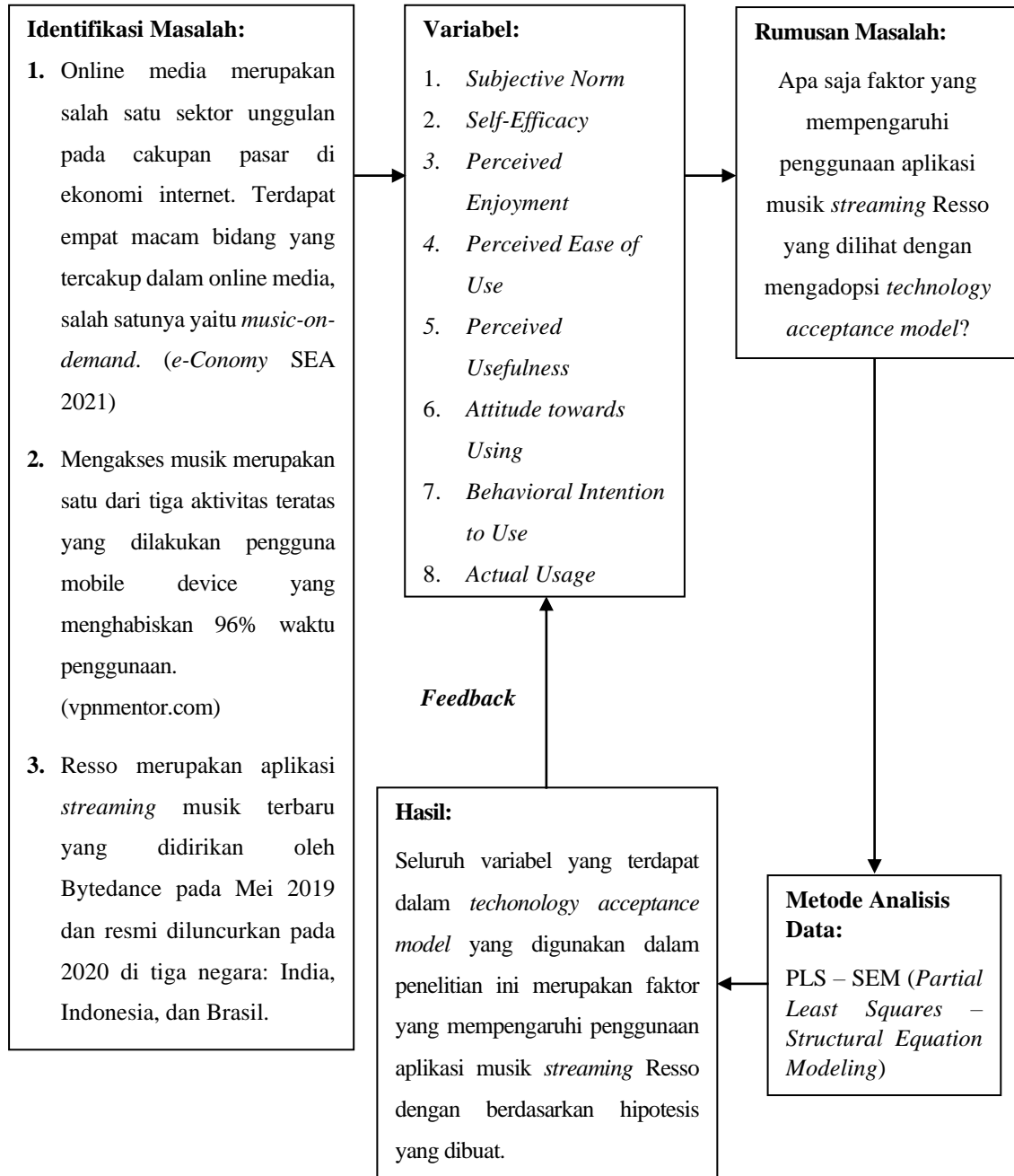
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1.	- Debajyoti Pal - Tuul Triyason (2017)	<i>User Intention towards a Music Streaming Service: A Thailand Case Study</i>	- <i>Perceived Satisfaction</i> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Perceived Enjoyment</i> - <i>Behavioral Intention to Use</i>	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan dua faktor yang paling kuat untuk memprediksi <i>behavioral intention to use music streaming service</i> adalah <i>perceived enjoyment</i> dan juga <i>perceived satisfaction</i> .
2.	- Wahyu Agus Winarno	<i>Perceived Enjoyment, Application Self-efficacy,</i>	- <i>Subjective Norm</i> - <i>Self-Efficacy</i>	SEM	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel <i>subjective norm</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - Imam Mas'u - Trias Widya Palupi (2021) 	<i>and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Enjoyment</i> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Behavioral Intention</i> 		<p>mempengaruhi <i>perceived usefulness</i>. Lalu <i>perceived enjoyment</i> mempengaruhi <i>perceived ease of use</i> pada aplikasi e-wallet OVO.</p>
3.	<ul style="list-style-type: none"> - Ufuk Cebeci - Oguzhan Ince - Hulya Turkcan (2019) 	<i>Understanding the Intention to Use Netflix: An Extended Technology Acceptance Model Approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Knowledge</i> - <i>Self-efficacy</i> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Technology Anxiety</i> - <i>Attitude</i> - <i>Intention to Use</i> 	SEM	<p><i>Self-efficacy</i> serta <i>knowledge</i> berpengaruh terhadap <i>perceived ease of use</i>. Lalu <i>knowledge</i> dan juga <i>perceived ease of use</i> mempunyai hubungan yang positif dengan <i>perceived usefulness</i>. Lalu <i>perceived usefulness</i> terbukti dapat memprediksi <i>attitude</i>, dan <i>attitude</i> dapat memprediksi <i>intention to use</i> aplikasi Netflix.</p>

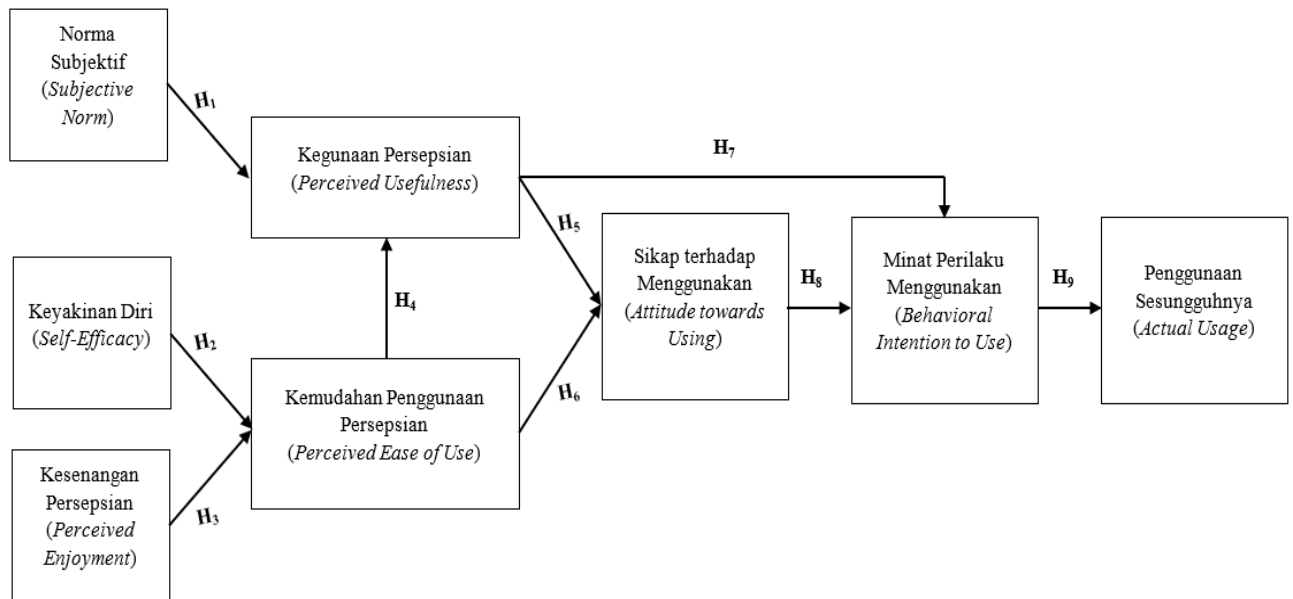
4.	Christine Clara Caroline (2020)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan <i>M-Banking</i> Berdasarkan Teori TAM	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Subjective Norm</i> - <i>Attitude</i> - <i>Intention to Use</i> 	SEM	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan norma subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan pada penggunaan <i>m-banking</i> Mandiri, sehingga perlu untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan aspek tersebut.
5.	- Adinda Nurichsa ningrum Desnissanty - Devilia Sari (2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Shopeepay dengan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Attitude towards Using</i> - <i>Use Behavior</i> 	SEM-PLS	Ditemukan hasil bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap <i>attitude towards using</i> . <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh negatif terhadap penggunaan Shopeepay.

2.3 Kerangka Pikiran



Gambar 2.4 Kerangka Pikiran

2.4 Model Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Gambar 2.5 Model Penelitian

2.5 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Perceived Usefulness*

Dalam menentukan sistem teknologi atau aplikasi manakah yang tepat untuk digunakan, umumnya seseorang akan mempertimbangkan dari aspek kegunaannya. Dalam proses tersebut, biasanya seseorang akan melihat dan mencontoh orang-orang di lingkungan sekitarnya, atau secara langsung meminta rekomendasi sistem teknologi atau aplikasi yang bagus menurut orang-orang di lingkungan sekitarnya.

Dengan demikian, *subjective norm* adalah pemikiran individu yang mengharuskannya melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu sama sekali (Davis dalam Winarno, dkk, 2021). Kemudian menurut Jogiyanto (2007) dalam Winarno, dkk (2021), *subjective norm* adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi minatnya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. *Subjective norm* secara tidak langsung dapat mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi (Venkatesh & Davis dalam Winarno, dkk, 2021).

Hasil penelitian Winarno, dkk (2021) menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna aplikasi OVO bersedia merekomendasikan dan menjelaskan kegunaan ataupun keunggulan aplikasi tersebut kepada orang-orang di sekitarnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₁: *Subjective norm* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada aplikasi musik *streaming* Resso

2. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Perceived Ease of Use*

Dalam penggunaan teknologi, kepercayaan diri merupakan salah satu penentu karakteristik individu dalam mempersepsikan kemudahan penggunaan aplikasi (Winarno, dkk, 2021). Hal ini berarti semakin seseorang merasa yakin dan mampu bahwa dirinya dapat menggunakan dan mengoperasikan suatu sistem teknologi atau aplikasi dengan baik, maka kemudahan penggunaan yang dirasakannya akan semakin positif. Dengan demikian, *self-efficacy* adalah tingkat kepercayaan individu pada kemampuannya untuk melakukan tugas atau pekerjaan tertentu dengan menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh & Bala dalam Winarno, dkk, 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cebeci, dkk (2019) menunjukkan hasil bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* aplikasi Netflix. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna dengan tingkat *self-efficacy* yang baik dalam menggunakan Netflix akan muncul persepsi pada dirinya bahwa aplikasi tersebut *user-friendly* dan mudah untuk digunakan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₂: *Self-efficacy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada aplikasi musik *streaming* Resso

3. Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Perceived Ease of Use*

Jika seseorang merasa bahwa penggunaan sistem teknologi atau aplikasi memberikan kesenangan pada dirinya, maka ia akan menganggap bahwa sistem teknologi atau aplikasi tersebut mudah untuk digunakan/dioperasikan. Dengan demikian, *perceived enjoyment* adalah sejauh mana aktivitas menggunakan sistem tertentu dianggap menyenangkan, terlepas dari konsekuensi apa pun yang dihasilkan dari penggunaan sistem tersebut (Venkatesh & Davis dalam Winarno, dkk, 2021). Kemudian, kenikmatan yang dirasakan seseorang menggunakan teknologi akan berdampak pada niat dan intensitas penggunaan teknologi (Venkatesh & Bala dalam Winarno, dkk, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Winarno, dkk (2021) menunjukkan bahwa persepsi kenikmatan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi OVO. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₃: *Perceived enjoyment* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada aplikasi musik *streaming* Resso

4. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*

Sebuah sistem teknologi atau aplikasi yang mudah untuk digunakan dan nyaman dioperasikan dapat memberikan kegunaan bagi penggunanya. Artinya bahwa seorang pengguna akan menganggap suatu sistem teknologi atau aplikasi berguna baginya apabila ia merasakan kemudahan dalam penggunaan sistem teknologi atau aplikasi tersebut. Dengan demikian, *perceived ease of use* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem teknologi mudah untuk dipahami, dioperasikan, dan digunakan, serta bebas dari usaha yang berlebih (Davis dalam Winarno, dkk, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Winarno, dkk (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap

persepsi kegunaan aplikasi OVO. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₄: *Perceived ease of use* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada aplikasi musik *streaming* Resso

5. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude towards Using*

Sikap menerima atau menolak penggunaan sistem teknologi atau aplikasi dapat ditentukan berdasarkan dari ada atau tidaknya kegunaan yang dipersepsikan oleh pengguna ketika menggunakan sistem teknologi atau aplikasi tersebut. Dengan demikian, *perceived usefulness* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja dirinya (Davis dalam Winarno, dkk, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cebeci, dkk (2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan aplikasi Netflix. Hasil penelitian tersebut menjelaskan apabila pengguna yakin dan percaya bahwa fitur dan layanan yang diberikan oleh Netflix berguna baginya, maka akan muncul sikap positif yang menerima penggunaan aplikasi Netflix. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₅: *Perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *attitude towards using* pada aplikasi musik *streaming* Resso

6. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude towards Using*

Seorang pengguna suatu sistem teknologi atau aplikasi dapat menentukan untuk menerima atau menolak penggunaan sistem teknologi atau aplikasi dengan mempertimbangkan kemudahan penggunaannya. Apabila sistem teknologi atau aplikasi mudah untuk dipelajari, dipahami, dan digunakan, serta dioperasikan, maka tentunya akan memunculkan sikap positif atau menerima penggunaan sistem teknologi atau aplikasi tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Desnissanty & Sari (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan ShopeePay. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna ShopeePay yang memahami fitur serta dapat mengoperasikan sistem dengan baik, maka akan muncul sikap terhadap penggunaan yang positif atau menerima penggunaan sistem tersebut dengan baik. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₆: *Perceived ease of use* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *attitude towards using* pada aplikasi musik *streaming* Resso

7. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Kegunaan yang dipersepsikan atau adanya kegunaan yang dirasakan ketika menggunakan sistem teknologi atau aplikasi dapat memunculkan keinginan pada pengguna untuk menggunakan sistem teknologi atau aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

Dalam penelitiannya, Winarno, dkk (2021) menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan aplikasi OVO. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadri, dkk (2018) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan sistem informasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₇: *Perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention to use* pada aplikasi musik *streaming* Resso

8. Pengaruh *Attitude towards Using* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Dalam menggunakan sistem teknologi atau aplikasi, seorang pengguna secara sadar maupun tidak sadar melakukan evaluasi penggunaan yang berupa sikap positif atau negatif yang ia rasakan ketika menggunakan sistem

teknologi atau aplikasi tersebut. Sikap tersebut menjadi dasar pertimbangan pengguna apakah ia akan melanjutkan penggunaannya atau tidak. Dengan demikian, *attitude towards using* didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu terkait melakukan perilaku tertentu (Davis dalam Permana, 2018). Sikap terhadap penggunaan juga dapat didefinisikan sebagai evaluasi pengguna mengenai keinginannya dalam menggunakan suatu sistem.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cebeci, dkk (2019) menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi Netflix. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna mengevaluasi Netflix sebagai *platform* yang positif baginya dan ia menerima penggunaan Netflix dengan baik, sehingga hal tersebut mengarahkan pengguna terhadap keinginan untuk menggunakan Netflix. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₈: *Attitude towards using* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention to use* pada aplikasi musik *streaming* Resso

9. Pengaruh *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual Usage*

Adanya keinginan untuk menggunakan suatu sistem teknologi atau aplikasi dapat mengarahkan seseorang terhadap penggunaan yang sebenarnya dari sistem teknologi atau aplikasi tersebut. Dengan demikian, *behavioral intention to use* adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika ia memiliki keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Menurut Davis (1989) dalam Permana (2018), niat perilaku penggunaan merupakan keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang yang mana telah ditentukan sebelumnya. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan yang sebenarnya dari suatu sistem teknologi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Vilistiani (2021) menunjukkan bahwa *behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi M-tix yang sebenarnya. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa keinginan seseorang dalam menggunakan aplikasi M-tix dapat mempengaruhinya ke penggunaan sebenarnya yaitu untuk membeli tiket bioskop melalui aplikasi tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian dapat ditulis sebagai berikut.

H₉: *Behavioral intention to use* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *actual usage* pada aplikasi musik *streaming* Resso