

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
COMPUTER SELF EFFACY TERHADAP PENGGUNAAN
RUANGGURU.COM OLEH SISWA KELAS XII DI KOTA MALANG**

Diana Septin Hariyanti¹, Erica Ferry Sukma Sitepu²

**Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Moch. Sroedji, Dosen Fakultas Ekonomi
Universitas Moch. Sroedji, Jember**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) terhadap penggunaan Ruangguru.com oleh siswa kelas XII di Kota Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dengan sampel 100 orang. Metode pengolahan data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menyimpulkan bahwa Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) berpengaruh terhadap penggunaan Ruangguru.com oleh siswa kelas XII di Kota Malang baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci:

Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan self effeacy.

Abstract

this study aims to determine the effect of Perceived Benefits (X1), Perceived Ease (X2) and Computer Self Efficacy (X3) on the use of Ruangguru.com by grade XII students in Malang City. The data used in this study are primary data with a sample of 100 people. The data processing method uses multiple linear regression analysis. The results of the multiple linear regression analysis conclude that Perceived Benefits (X1), Perceived Ease (X2) and Computer Self Efficacy (X3) influence the use of Ruangguru.com by grade XII students in Malang City both simultaneously and partially..

Keywords:

Perceived benefits, perceived ease of use and self-efficacy.

Alamat Korespondensi
Fakultas Ekonomi, Universitas Moch. Sroedji, Jember
E-mail: (dianaseptin@gmail.com, erica@umsj.ac.id)

Pendahuluan

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989: 320). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan Persepsi Kebermanfaatan sebagai konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa

Persepsi Kebermanfaatan sistem berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut

Perkembangan dari sistem teknologi informasi (STI) menyebabkan juga perubahan-perubahan peran dari sistem teknologi informasi (STI) itu sendiri, mulai dari perannya membantu operasi organisasi menjadi lebih efisien sampai ke perannya sebagai alat memenangkan kompetisi. Perkembangan

sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh pada berbagai bidang, termasuk bidang pendidikan

Dalam dunia pendidikan perkembangan sistem teknologi informasi (STI) dimanfaatkan untuk memberikan kemudahan dalam pelaksanaan pembelajaran dan termasuk sebagai bagian dari merdeka belajar. Pada saat ini seluruh siswa menginginkan pembelajaran yang mudah, murah dan dapat dilakukan dari mana saja kapan saja, berdasarkan kebutuhan siswa tersebut maka sekolah menawarkan produk yang memberikan manfaat serupa yaitu Ruangguru.com .

Ruangguru merupakan penyedia layanan pendidikan berbasis teknologi yang didirikan pada April 2014 oleh Muhammad Iman Usman dan Adamas Belva Devera. Ruangguru.com merupakan sebuah wadah yang menghubungkan pelajar dengan pengajar. Dimana pelajar dapat mencari dan menemukan pengajar berdasarkan kebutuhannya. Kegiatan belajar-mengajar yang difasilitasi oleh Ruangguru.com menyediakan sistem tata kelola pembelajaran learning management system yang dapat digunakan murid dan guru dalam mengelola kegiatan belajar dikelas secara virtual. Dilengkapi dengan ribuan bank soal yang kontennya disesuaikan dengan kurikulum yang berlaku di Indonesia serta peralatan analisis hasil tes dimana pengguna dapat memanfaatkannya

Secara garis besar dengan menggunakan Ruangguru.com banyak keuntungan yang dapat diperoleh oleh penggunanya terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena Ruangguru.com oleh siswa kelas XII di Kota Malang jelas dapat dilakukan di mana saja sepanjang penggunanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan Ruangguru.com tersebut, seperti handphone, atau pun jaringan internet. Dengan berbagai kegunaan yang diciptakan Ruangguru.com , namun fasilitas ini belum sepenuhnya digunakan oleh siswa kelas XII di Kota Malang dalam pembelajaran.

Perbedaan kemampuan siswa kelas XII di Kota Malang untuk berinteraksi dengan berbagai jenis interface (tampilan) serta prosedur pembelajaran yang juga berbeda juga mempengaruhi penggunaan Ruangguru.com itu sendiri. Beberapa penelitian menjelaskan

tentang penggunaan teknologi dalam bidang tertentu misalnya perbankan. investigasi layanan perbankan online atas dasar penerimaan konsumen terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori Technology Acceptance Model (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Selain persepsi nasabah mengenai Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Agarwal et al. 2000 dalam Rustiana (2004: 29) memandang konsep Computer Self Efficacy sebagai salah satu variabel yang penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi informasi. Berdasarkan beberapa penelitian, antara lain penelitian Compeau dan Higgins (1995) dalam Rustiana (2004), penelitian Adamson dan Shine (2003) juga penelitian Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) Computer Self Efficacy menggambarkan penilaian individu tentang kemampuannya menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan juga menjadi faktor signifikan yang berpengaruh terhadap penggunaan sebuah sistem. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, Computer Self Efficacy dan kepercayaan masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk e-money card (Setyo Ferry Wibowo dan Dede Rosmauli, 2015).

Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian penjelasan (explanatory research) atau penelitian konfirmatori (confirmatory research) atau disebut juga penelitian pengujian hipotesis. Artinya pemelalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 1995:3-4).

Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian Ferdinand, (2006:142). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah

siswa kelas XII di Kota Malang terhadap penggunaan Ruangguru.com sejumlah 1105 siswa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2007:166). Sampel diambil karena tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi.

Menurut Nazir (2002:98) sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Z : score pada tingkat signifikansi tertentu (drajat keyakinan ditentukan 95%) maka :

Z : 1,96

Moe : Margin of error tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2} \\ &= \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} \\ &= \frac{3,8416}{0,04} \\ &= 96,04 \approx 97 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden. Berdasarkan perhitungan tersebut maka

jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2007:172). Pertimbangan yang diambil dalam menentukan sampel adalah siswa kelas XII di Kota Malang yang menggunakan Ruangguru.com dalam 2 bulan terakhir dan siswa telah berusia 17 tahun keatas

Metode Analisis Data

1 Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Oleh sebab itu, uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan atau variable (Ghozali, 2009:45)

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, karena setiap alat pengukur harus memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. (Umar, 2011:86).

2 Uji Ekonometrik (Asumsi Klasik)

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali : 2007).

2, Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah suatu model terdapat hubungan yang sempurna di antara beberapa variabel atau semua, yang menjelaskan dalam semua model regresi. Adanya kemungkinan terdapat multikolinearitas apabila nilai VIF

adalah signifikan, sebagian atau seluruh koefisien regresi tidak signifikan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya kesalahan pengganggu mempunyai varian yang sama. Dalam pengujian ini digunakan uji korelasi rank dari Spearman (Supranto, 2011:59).

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah dijumpai adanya autokorelasi digunakan Durbin-Watson test.

3 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

4. Uji Statistik

1) Uji F

Menurut Sugiyono (2007:235) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2) Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3). Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengukur besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan koefisien determinasi berganda dengan rumus (Ghozali, 2009).

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Instrumen Data

1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha(α). Suatu instrumen dapat dikatakan andal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas lebih besar sama dengan 0,6 (Arikunto, 1993).

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha(α)	Keterangan
1	X1	0,972	Reliabel > 0,60
2	X2	0,754	Reliabel > 0,60
3	X3	0,749	Reliabel > 0,60
4	Y	0,876	Reliabel > 0,60

Berdasarkan tabel 1 diatas, menunjukkan hasil koefisien keandalan reliabilitas untuk variable X1, X2, X3 dan Y dalam analisis berada pada kriteria tinggi dan sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dalam arti bahwa apabila pertanyaan tersebut diajukan lagi akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban pertama. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variable adalah reliable karena nilai koefisien reliable lebih besar dari 0,6.

2 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (kuesioner) mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian secara tepat. Menurut Arikunto (2006:169) mengemukakan bahwa sebuah kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Arikunto (2006:169) mengemukakan bahwa sebuah kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Arikunto (2006:169) mengemukakan bahwa sebuah kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	r hitung	Keterangan
1	X1	X1.1	0,942	Valid $r > 0,165$
		X1.2	0,989	
		X1.3	0,989	
2	X2	X2.1	0,877	Valid $r > 0,165$
		X2.2	0,815	
		X2.3	0,416	
3	X3	X3.1	0,466	Valid $r > 0,165$
		X3.2	0,463	
		X3.3	0,636	
		X3.4	0,636	
4	Y	Y1	0,415	Valid $r > 0,165$
		Y2	0,836	
		Y3	0,740	
		Y4	0,285	

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai nilai-nilai r hitung yang lebih besar dari 0,266. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Asumsi kenormalan nilai residual pada model perlu diuji untuk membuktikan apakah nilai residual berada disekitar nilai nol. Hasil uji dengan kolmogrov-Smirnov membuktikan bahwa nilai residual pada model mengikuti sebaran normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil $Asymp.(2-tailed) > 0,05$ Nilai residual yang diperoleh adalah 0,801 karena nilai residual untuk 2 tailed $> 0,05$ sehingga data dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas karena nilainya $> 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1 variabel Persepsi manfaat (X1) memiliki VIF sebesar 1,688 artinya model regresi dengan variabel Persepsi manfaat tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5

2 variabel Persepsi Kemudahan (X2) memiliki VIF sebesar 1,215 artinya model regresi dengan variabel Persepsi Kemudahan

tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5

3 variabel Computer Self Efficacy (X3) memiliki VIF sebesar 1,495 artinya model regresi dengan variabel Computer Self Efficacy tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5.

3. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi X1 (0,565), X2 (0,876) dan X3 (0,664) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi variabel Y.

4. Uji Autokorelasi

hasil perhitungan diketahui bahwa nilai d (DW) adalah sebesar 1,821 sedangkan untuk $n = 100$ dan $k = 3$. Diketahui nilai dl dan du pada tingkat signifikan 5% (pada tabel) adalah $dL = 1,61$ dan $dU = 1,74$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, $P = 0$, berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan karena nilai $du < DW < 4 - du$ yaitu $1,74 < 1,821 < 2,26$

3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) terhadap penggunaan Ruangguru.com

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3 Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	15.444	1.861	
X1	.251	.093	.345
X2	.089	.114	.085
X3	.144	.117	.148

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,444 + 0,251 X1 + 0,089 X2 + 0,144 X3$$

Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut:

1. nilai konstanta (a) dari nilai regresi tersebut sebesar 15,444, nilai ini menunjukkan bahwa penggunaan Ruangguru.com akan selalu meningkat sebesar 15,444 meskipun tidak ada variabel Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3)
2. Koefisien regresi persepsi manfaat (X1) sebesar 0,251 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan persepsi manfaat (X1) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,251 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
3. Koefisien regresi persepsi kemudahan (X2) sebesar 0,089 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan persepsi kemudahan (X2) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,089 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
4. Koefisien regresi Computer Self Efficacy (X3) sebesar 0,144 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan Computer Self Efficacy (X3) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,144 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan

Nilai koefisien beta yang ditunjukkan oleh persepsi manfaat sebesar 0,345, menunjukkan bahwa persepsi manfaat adalah faktor yang dominan terhadap penggunaan Ruangguru.com

4. Uji Hipotesis

1) Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F)

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.954	3	5.985	2.861	.003 ^a
Residual	233.486	96	2.432		
Total	251.440	99			

a. Predictors:
(Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4 diatas, hasil uji F menunjukkan 2,861. Hasil pengujian untuk melihat apakah koefisien dari variabel bebas yaitu Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) secara bersama-sama terhadap penggunaan Ruangguru.com digunakan F tabel pada a = 5%, df1= 3 dan df2 = 96 sebesar 2,70 hal ini berarti F hitung > F tabel (2,861 > 2,70) dengan tingkat signifikan 0,003. Karena F hitung > F tabel atau probabilitas (0,000) jauh kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi penggunaan Ruangguru.com atau dapat dikatakan Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) secara bersama-sama terhadap penggunaan Ruangguru.com.

2) Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Tabel 5 Hasil Uji t

Model	T	Sig.
1 (Constant)	8.301	.000
X1	2.699	.008
X2	1.781	.006
X3	1.834	.005

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 5 diatas, diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

1. variabel persepsi manfaat memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,699 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 1,66, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas persepsi manfaat terhadap pengguna Ruangguru.com

2. variabel persepsi kemudahan memiliki nilai probabilitas t sebesar 1,781 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 1,66, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas persepsi kemudahan terhadap pengguna Ruangguru.com

3. variabel Computer Self Efficacy memiliki nilai probabilitas t sebesar 1,834 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 1,66, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Computer Self Efficacy terhadap pengguna Ruangguru.com.

3) Koefisien Determinasi Berganda

Tabel 6 Hasil koefisien determinasi berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.871	.842	1.55953	1.821

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.871	.842	1.55953	1.821

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,867 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) terhadap penggunaan Ruangguru.com . Sebesar 86,7 % penggunaan Ruangguru.com dapat dijelaskan dengan Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3).

Standar deviasi Y sebesar 1,594 lebih besar dari Standar Error of the Estimate sebesar 1.559, hal ini menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam bertindak sebagai prediktor variabel daripada variabel Y sendiri

Untuk mengetahui besarnya proporsi sumbangan variabel bebas Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) terhadap penggunaan Ruangguru.com digunakan analisis koefisien determinasi berganda (R²). Berdasarkan dari hasil perhitungan data yang diolah diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,871. Nilai ini menunjukkan bahwa naik atau turunnya penggunaan Ruangguru.com dapat dijelaskan dengan Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) sebesar 87,1 %, sedangkan sisanya 12,9 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) secara bersama-sama terhadap penggunaan Ruangguru.com digunakan alat analisis yaitu uji F (F-test). Hasil uji F menunjukkan 2,861. Hasil pengujian untuk melihat apakah koefisien dari variabel bebas yaitu Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) secara bersama-sama terhadap penggunaan Ruangguru.com digunakan F tabel pada $\alpha = 5\%$, $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$ sebesar 2,70 hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($2,861 > 2,70$) dengan tingkat signifikan 0,003. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas (0,000) jauh kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi penggunaan Ruangguru.com atau dapat dikatakan Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) secara bersama-sama terhadap penggunaan Ruangguru.com .

2. Hasil uji t sebagai berikut: variabel persepsi manfaat memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,699 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 1,66, maka H_0 diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas persepsi manfaat terhadap pengguna Ruangguru.com. variabel persepsi kemudahan memiliki nilai probabilitas t sebesar 1,781 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 1,66, maka H_0 diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas persepsi kemudahan terhadap pengguna Ruangguru.com . variabel Computer Self Efficacy memiliki nilai probabilitas t sebesar 1,834 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 1,66, maka H_0 diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara

variabel bebas Computer Self Efficacy terhadap pengguna Ruangguru.com

3. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) terhadap penggunaan Ruangguru.com

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,444 + 0,251 X_1 + 0,089 X_2 + 0,144 X_3$$

Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut: nilai konstanta (a) dari nilai regresi tersebut sebesar 15,444, nilai ini menunjukkan bahwa penggunaan Ruangguru.com akan selalu meningkat sebesar 15,444 meskipun tidak ada variabel Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Computer Self Efficacy (X3) Koefisien regresi persepsi manfaat (X1) sebesar 0,251 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan persepsi manfaat (X1) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,251 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Koefisien regresi persepsi kemudahan (X2) sebesar 0,089 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan persepsi kemudahan (X2) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,089 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Koefisien regresi Computer Self Efficacy (X3) sebesar 0,144 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan Computer Self Efficacy (X3) akan meningkatkan penggunaan Ruangguru.com sebesar 0,144 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Nilai koefisien beta yang ditunjukkan oleh persepsi manfaat sebesar 0,345, menunjukkan bahwa persepsi manfaat adalah faktor yang dominan terhadap penggunaan Ruangguru.com

Daftar Referensi

Arief Wibowo. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp->

content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf,
pada tanggal 28 Januari 2018.

Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Berlian Widiastuti. (2010). "Studi Tentang Intensitas Penggunaan Electronic Banking Oleh Nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) Kantor Cabang Utama Semarang". Diambil dari: <http://eprints.undip.ac.id/view/divisions/mag=5Fmanagement/2010.html>,

Devvy Pisheila Pratiwi, (2012), Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaa dan Pengalaman terhadap Penggunaan MobilRuangguru.com dengan Dimediasi Niat Penggunaan MobilRuangguru.com Nasabah Bank BCA di Surabaya. Diambil dari: http://katalog.library.perbanas.ac.id/download_6433_ARTIKEL%20ILMIAH

Dunne Lusch, Griffith. 2002. *Retaling (4th ed)*. New York : south-western, a division of thomsom learning.

Gujarati, Damodar, 2004. *Ekonometrika Dasar, Terjemahan Sumarno Zaon*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Irmadhani. (2012). "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Ruangguru.com pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Skripsi Tidak diterbitkan. UNY

Kazmier, Leonard J. 2005. *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari *Principles of Marketing 9e*). Jakarta : Penerbit PT Prenhalindo.

_____ 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran-Principles of marketing*, edisi VII, Jakarta.

_____ dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta : Penerbit Erlangga.

_____ dan G, Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi 14 Pearson Prentice Hall. New Jersey.

Latif Fullah dan Sevenpri Candra. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta)*. Diambil dari: thesis.binus.ac.id

Priyatno, 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Penerbit Andi.

Setyo Ferry Wibowo dan Dede Rosmalia, 2015, *Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kemudahan , fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta)*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 1995. *Ekonometrika Buku I*. LPFE-UI. Jakarta.

Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.

Utami, Widya Cristina. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Vankatesh, V. Morris et al. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. MIS Quartely. Vol. 27 No. 3: Hal 425-478.