

**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*,  
dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning*  
dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model***



Ditulis Oleh:

Nama : Nur Saskia Aulia  
Nomor Mahasiswa : 20311219  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Peminatan : Pemasaran

Acc

11/02-24

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*,  
dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning*  
dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model***

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomikas, Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh:

Nama : Nur Saskia Aulia  
Nomor Mahasiswa : 20311219  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Peminatan : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 11 Februari 2024



## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*,  
dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning*  
dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model*

Diajukan Oleh:

Nama : Nur Saskia Aulia  
Nomor Mahasiswa : 20311219  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 11 Februari 2024

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh

Dosen Pembimbing



Dr. R. Endy Gunanto Marsasi, M.M.

## **BERITA ACARA TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PERAN PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN TASK TECHNOLOGY FIT UNTUK MEMAKSIMALKAN PERCEIVED IMPACT ON LEARNING DENGAN BERBASIS TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL**

Disusun oleh : Nur Saskia Aulia

Nomor Mahasiswa : 20311219

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Senin, 04 Maret 2024

Penguji/Pembimbing TA : Endy Gunanto Marsasi, Dr., R., M.M.

Penguji : Alldila Nadhira Ayu Setyaning, S.E., MBA.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Diri penulis sendiri karena telah mampu menyelesaikan.
2. Kedua orang tua dan kakak saya.
3. Seluruh teman-teman yang sayang dan bangga pada saya.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude* pengguna terhadap aplikasi *Video Conference*, serta dampaknya pada *Perceived Impact on Learning*. Peneliti menambahkan *Task-Technology Fit* sebagai unsur kebaruan dan menggunakan *Technology Acceptance Model* sebagai teori utama yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan partisipasi 170 responden yang aktif menggunakan aplikasi *Video Conference* dalam berbagai konteks dan berada di semua umur dengan spesifikasi umur produktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara *Task-Technology Fit* dan *Perceived Usefulness*, serta *Task-Technology Fit* dan *Perceived Ease of Use*. Selain itu, terdeteksi hubungan positif yang signifikan antara *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. Lebih lanjut, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* memberikan dampak positif terhadap *Attitude* pengguna terhadap aplikasi *Video Conference*. Ternyata, *Attitude* pengguna juga memiliki pengaruh positif yang terbukti terhadap *Perceived Impact on Learning*. *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan sebagai teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan *AMOS Graphics 24*. Implikasi praktis dari temuan ini melibatkan rekomendasi untuk pengembang aplikasi *Video Conference* dalam meningkatkan fitur dan desain guna meningkatkan pengalaman pengguna. Harapannya, penemuan ini dapat mendukung pengembangan teknologi berbasis *Video Conference* agar lebih efektif dan memberikan dampak positif pada pembelajaran serta interaksi virtual.

**Kata kunci:** *Task Technology Fit, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Perceived Impact on Learning*

## **ABSTRACT**

This study aims to explore Task-Technology Fit, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on users' Attitudes toward Video Conferencing applications, as well as their impact on Perceived Impact on Learning. Researchers added Task-Technology Fit as an element of novelty and used the Technology Acceptance Model as the main theory used. This research uses a survey method with the participation of 170 respondents who actively use Video Conference applications in various contexts and are of all ages with productive age specifications. The results of the analysis show that there is a significant positive correlation between Task-Technology Fit and Perceived Usefulness, as well as Task-Technology Fit and Perceived Ease of Use. In addition, a significant positive relationship was detected between Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. Furthermore, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have a positive impact on users' Attitudes toward Video Conferencing applications. Apparently, user Attitude also has a proven positive influence on the Perceived Impact on Learning. Structural Equation Modeling (SEM) was used as the analysis technique conducted using AMOS Graphics 24. The practical implications of these findings involve recommendations for Video Conferencing application developers to improve features and design to enhance user experience. Hopefully, these findings can support the development of video conferencing-based technologies to be more effective and have a positive impact on virtual learning and interaction.

**Keywords:** Task Technology Fit, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Perceived Impact on Learning

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, serta kasih sayang-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning* dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model*”. Karya tulis ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan agar mendapat gelar sarjana Strata-1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, secara langsung maupun tidak langsung. Penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
3. Abdur Rafik S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. R. Endy Gunanto Marsasi, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, nasehat serta dorongan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Papa, Mama, dan Kakak penulis yang telah memberikan dukungan secara materil serta selalu mendoakan.
6. Segenap dosen dan Bapak serta Ibu sekretariat program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
7. Elsa, Vivi, Lela selaku sahabat SMA penulis yang selalu memberikan semangat.
8. Sahabat seperantauan penulis yang tergabung dalam grup “Kentang Kita” terdiri dari Sinta, Aviara, Kya, dan Ade.
9. Sahabat penulis dari grup “Pecinta Nasgor Bengkel” yaitu Melfi, Ulin, dan Anin.
10. Teman-teman satu bimbingan penulis yang saling memberikan semangat serta memberikan bantuan kapan saja dan di mana saja.

Rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak atas segala dukungan serta doanya, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 11 Februari 2024



Nur Saskia Aulia

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

<b>SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>BERITA ACARA TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	15
1.4. Tujuan Penelitian .....	16

1.5.	Manfaat Penelitian.....	17
<b>BAB II</b>	.....	19
<b>KAJIAN PUSTAKA</b>	.....	19
2.1.	Penjelasan Model Penelitian .....	19
2.2.	Penjelasan Variabel .....	24
2.2.1	<i>Task-Technology Fit</i> .....	24
2.2.2	<i>Perceived Usefulness</i> .....	26
2.2.3	<i>Perceived Ease of Use</i> .....	28
2.2.4	<i>Attitude</i> .....	30
2.2.5	<i>Perceived Impact on Learning</i> .....	32
2.3.	Pengembangan Hipotesis .....	35
2.3.1	Pengaruh <i>Task-Technology Fit</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	35
2.3.2	Pengaruh <i>Task-Technology Fit</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	38
2.3.3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	40
2.3.4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	42
2.3.5	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	45
2.3.6	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	47
2.4.	Model Penelitian.....	50
<b>BAB III</b>	.....	52
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	52

3.1.	Pendekatan Penelitian.....	52
3.2.	Populasi dan Sampel .....	53
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
	3.3.1 <i>Task-Technology Fit</i> .....	58
	3.3.2 <i>Perceived Usefulness</i> .....	59
	3.3.3 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	61
	3.3.4 <i>Attitude</i> .....	63
	3.3.5 <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	64
3.4.	Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	66
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	68
3.6.	Uji Pilot .....	68
3.7.	Teknik Analisis Data .....	69
	3.7.1 Uji Faktor Analisis.....	69
	3.7.2 Data Penelitian Utama .....	70
	3.7.3 Uji Goodness of Fit.....	70
	3.7.4 Uji Hipotesis .....	72
3.8.	Hasil Uji Validitas .....	73
	3.8.1 <i>Task-Technology Fit</i> .....	74
	3.8.2 <i>Perceived Usefulness</i> .....	75
	3.8.3 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	77

3.8.4 <i>Attitude</i> .....	78
3.8.5 <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	80
3.9. Uji Reliabilitas.....	82
<b>BAB IV</b> .....	<b>83</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>83</b>
4.1. Penelitian Utama .....	83
4.1.1 Data Deskriptif.....	83
4.1.2 Statistik Deskriptif Variabel .....	89
4.1.3 Analisis Kuantitatif .....	99
4.2. Pembahasan Hipotesis .....	126
4.2.1 Pengaruh <i>Task-Technology Fit</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	126
4.2.2 Pengaruh <i>Task-Technology Fit</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	128
4.2.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	129
4.2.4 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	131
4.2.5 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	132
4.2.6 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	133
4.3. Temuan Hipotesis.....	135
<b>BAB V</b> .....	<b>138</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>138</b>
5.1. Kesimpulan.....	138

5.2. Implikasi Penelitian .....	143
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	147
5.4. Saran .....	148
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>163</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Gap Penelitian .....	12
Tabel 2. 1 Penjelasan Variabel.....	34
Tabel 3. 1 Persentase Penyebaran Kuesioner.....	56
Tabel 3. 2 Item Pengukuran <i>Task-Technology Fit</i> .....	59
Tabel 3. 3 Item Pengukuran <i>Perceived Usefulness</i> .....	60
Tabel 3. 4 Item Pengukuran <i>Perceived Ease of Use</i> .....	62
Tabel 3. 5 Item Pengukuran <i>Attitude</i> .....	64
Tabel 3. 6 Item Pengukuran <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	66
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Task-Technology Fit</i> .....	74
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	75
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	77
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attitude</i> .....	78
Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	80
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	84
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	85
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	86
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden .....	86
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden .....	87
Tabel 4. 6 Domisili Responden.....	88
Tabel 4. 7 Penilaian Responden terhadap <i>Task-Technology Fit</i> .....	90
Tabel 4. 8 Penilaian Responden terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	92
Tabel 4. 9 Penilaian Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	94

Tabel 4. 10 Penilaian Responden terhadap <i>Attitude</i> .....	96
Tabel 4. 11 Penilaian Responden terhadap <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	98
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas <i>Task-Technology Fit</i> .....	100
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	101
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i> .....	102
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas <i>Attitude</i> .....	103
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Impact on Learning</i> .....	104
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel.....	105
Tabel 4. 18 Nilai <i>Loading Factor Task-Technology Fit</i> .....	107
Tabel 4. 19 Nilai <i>Loading Factor Perceived Usefulness</i> .....	108
Tabel 4. 20 Nilai <i>Loading Factor Perceived Ease of Use</i> .....	109
Tabel 4. 21 Nilai <i>Loading Factor Attitude</i> .....	111
Tabel 4. 22 Nilai <i>Loading Factor Perceived Impact on Learning</i> .....	112
Tabel 4. 23 Uji Normalitas.....	113
Tabel 4. 24 Uji <i>Outlier</i> .....	114
Tabel 4. 25 Nilai <i>Loading Factor Analysis</i> .....	116
Tabel 4. 26 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	117
Tabel 4. 27 Uji <i>Goodness of Fit Structural Model</i> .....	119
Tabel 4. 28 Uji Hipotesis .....	121
Tabel 4. 29 Uji <i>Goodness of Fit Structural Model (Modification Indices)</i> .....	122
Tabel 4. 30 Rekomendasi <i>Modification Indices</i> .....	124
Tabel 4. 31 Uji Hipotesis ( <i>Modification Indices</i> ).....	125
Tabel 4. 32 Temuan Hipotesis .....	135

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pekerjaan Responden .....	7
Gambar 1. 2 Pengetahuan mengenai Aplikasi <i>Video Conference</i> .....	7
Gambar 1. 3 Peringkat Aplikasi <i>Video Conference</i> .....	8
Gambar 1. 4 Indeks Penggunaan Aplikasi Komunikasi Virtual di Indonesia.....	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	50
Gambar 4. 1 Hasil Olah Data Faktor Analisis <i>Task-Technology Fit</i> .....	106
Gambar 4. 2 Hasil Olah Data Faktor Analisis <i>Perceived Usefulness</i> .....	108
Gambar 4. 3 Hasil Olah Data Faktor Analisis <i>Perceived Ease of Use</i> .....	109
Gambar 4. 4 Hasil Olah Data Faktor Analisis <i>Attitude</i> .....	110
Gambar 4. 5 Hasil Olah Data Faktor Analisis <i>Perceived Impact on Learning</i> ...	112
Gambar 4. 6 Uji <i>Measurement</i> .....	115
Gambar 4. 7 Uji <i>Structural Model</i> .....	118
Gambar 4. 8 Uji <i>Structural Model (Modification Indices)</i> .....	122
Gambar 4. 9 Model Penelitian Akhir .....	126

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Mini Riset .....	163
Lampiran 2: Lembar Kuesioner Penelitian Utama.....	172
Lampiran 3: Data Responden.....	184
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas Utama.....	207
Lampiran 5: Uji Standar Deviasi.....	212
Lampiran 6: Uji <i>Outlier</i> .....	214
Lampiran 7: Uji <i>Structural Model</i> .....	219
Lampiran 8: Uji <i>Structural Model (Modification Indices)</i> .....	220
Lampiran 9: Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	222
Lampiran 10: Indeksasi Jurnal .....	223
Lampiran 11: Surat LoA Jurnal.....	224
Lampiran 12: Naskah Publikasi .....	225

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Industri *video conference* sudah sangat berkembang dengan pesat melalui perkembangan zaman yang terus berjalan. Industri ini merupakan salah satu industri penting karena sebagian dari aktivitas manusia saat ini sudah bergantung pada kemajuan internet dan menggunakan perangkat elektronik dalam setiap proses pekerjaannya. Manusia dituntut untuk dapat menguasai teknologi yang digunakan dalam kehidupan agar dapat mengakses berbagai jenis informasi. Kemajuan terhadap teknologi dapat meningkatkan produktivitas seseorang, dengan kata lain tidak membuat kegiatan menjadi terhambat. Teknologi mampu memberikan kemudahan yang dapat mengakses segala hal, sehingga akan menghemat waktu. Pengalaman individu yang jauh lebih baik daripada sebelumnya, melakukan pemrosesan dengan lebih cepat, serta ada akses yang lebih mudah jika ingin menggunakan suatu produk atau jasa disebabkan oleh kemajuan teknologi digital serta komunikasi elektronik yang di mana telah menghasilkan pergeseran secara signifikan pada bisnis *online* (Xia et al., 2023).

Perusahaan *teleconference* merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri *video conference*. Industri ini dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman karena semakin berkembangnya zaman, maka kemajuannya akan semakin modern. Kemajuan teknologi juga akan memudahkan manusia dalam berkomunikasi dengan yang lainnya walaupun dengan jarak jauh, salah satunya dengan menggunakan *video conference*. Hal tersebut akan memudahkan manusia

dalam menjalankan segala urusan mereka untuk melakukan kegiatan secara *online* agar tetap terhubung, terutama saat terjadinya pandemi Covid-19 lalu. Di zaman dulu, teknologi tidak secanggih saat ini, sehingga komunikasi yang dilakukan antar manusia penuh dengan keterbatasan. Namun, saat ini teknologi jauh lebih baik daripada sebelumnya dan mampu untuk menjangkau seluruh dunia. *Video conference* bukan merupakan teknologi baru, namun akibat dari banyaknya orang yang menggunakan *video conference* sebagai teknologi yang mampu untuk memfasilitasi kegiatan, maka membuat *video conference* berkembang menjadi teknologi baru (Okabe-Miyamoto et al., 2022).

Perkembangan terkini di Indonesia sudah mulai menunjukkan kemajuan secara signifikan. Akibat dari kemajuan teknologi tersebut membuat semua aktivitas manusia tergantikan oleh teknologi, terutama pada pekerjaan yang mengharuskan pertemuan jarak jauh. Manusia dapat mengembangkan kreativitasnya dan juga dapat mempermudah pekerjaan, sehingga mampu memberikan peningkatan pada produktivitas serta pengoptimalan dalam menjalankan pekerjaan. Seseorang akan memegang keyakinan bahwa dengan adanya penggunaan teknologi mampu meningkatkan produktivitas, sehingga akan memberikan kenaikan pada tingkat produktivitas dan efektifitas terhadap pekerjaannya. *Video conference* akan memberikan kemudahan bagi manusia dari kesulitan yang dialami ketika harus menyelesaikan pekerjaan dari jarak jauh. Penggunaan media digital mengalami peningkatan, terutama pada konferensi digital, sistem belajar mengajar secara *online*, mengadakan pertemuan secara virtual yang di mana memberikan cerminan

bahwa saat ini sedang terjadi peralihan ke mode komunikasi secara *online* (Afridi et al., 2023).

Kemajuan teknologi membuat manusia lebih mudah dalam melakukan berbagai pekerjaan walaupun terhalang oleh jarak dan waktu. Namun, *video conference* tidak membuat adanya perbedaan jarak dan waktu tersebut menjadi penghalang. Justru pentatap muka lebih mudah dengan siapapun dan tidak perlu untuk bertemu secara langsung karena dapat menggunakan sarana *video conference*. Hal ini membuat biaya yang lebih hemat dan waktu yang dikeluarkan tidak banyak. Kepuasan memunculkan perasaan pengguna, yang bisa positif atau negatif (Aufa & Marsasi, 2023). Saat melakukan *video conference* harus menggunakan koneksi internet yang stabil agar dapat memperlancar jalannya konferensi virtual dan tidak terganggu dalam mengikutinya. Kestabilan koneksi internet tersebut juga akan berdampak pada kualitas video dan audio, maka ketika seseorang tidak memiliki koneksi yang stabil akan memengaruhi kualitas yang dilihat dan didengar. Hal tersebut dapat mengganggu produktivitas seseorang dan menjadi tidak fokus dalam mengikuti konferensi virtual tersebut. Aplikasi *video conference* sangat berguna dalam membantu manusia agar dapat melakukan komunikasi menggunakan internet walaupun dengan jarak yang jauh dan adanya perbedaan waktu karena memberikan dasar yang signifikan serta konsisten untuk pertemuan virtual tersebut (Alizadeh et al., 2022).

Berdasarkan pada Databoks (2020), aplikasi yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia ketika melakukan komunikasi virtual melalui *video conference* yaitu Zoom sebesar 70,1%. Hal ini yang mendasari subjek penelitian

berfokus pada industri *video conference* karena memiliki potensi yang berkaitan dengan karakteristik mengenai objek dan responden yang dibutuhkan. Perkembangan zaman tersebut yang membuat masyarakat Indonesia melakukan komunikasi secara virtual dengan menggunakan aplikasi melalui video, sehingga dapat mempermudah penyampaian pesan dan tidak terhalang oleh jarak dan waktu karena mampu menampilkannya secara visual.

*Technology Acceptance Model* digunakan agar dapat melakukan prediksi serta menjelaskan terkait dengan bagaimana individu tersebut mau untuk menerima serta menggunakan teknologi yang akan berkaitan dengan pekerjaannya. Kemajuan teknologi tidak serta merta langsung dapat diterima oleh individu, dengan begitu perlu menggunakan pendekatan. Individu dapat menerima penggunaan teknologi saat ini untuk mengakses ke berbagai jenis informasi yang mungkin dibutuhkan, misalnya seperti berita dan ilmu pengetahuan dengan menggunakan internet. Kemudahan akses tersebut pastinya mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap kehidupan serta dapat meningkatkan kinerja dari individu. Suatu sistem teknologi dirasa memberikan manfaat bagi individu, terutama terhadap peningkatan kinerja dan juga efisiensi, maka individu cenderung akan menerima teknologi tersebut dan terdapat sedikit kemungkinan untuk menolak perubahan (German Ruiz-Herrera et al., 2023).

*Perceived usefulness* merupakan bentuk tingkatan dari keyakinan individu dalam memanfaatkan suatu sistem teknologi yang memberikan dampak pada peningkatan kinerja, sehingga terjadinya kenaikan pada produktivitas serta efektifitas individu tersebut. Persepsi ini penting untuk digunakan karena memiliki

pengaruh yang kuat agar dapat mengetahui apakah individu tersebut yakin ketika menggunakan teknologi akan dapat meningkatkan kinerjanya. Individu yang belum menggunakan teknologi dalam pekerjaannya, maka akan membuat tingkat kinerja dan produktivitas yang didapatkan akan rendah karena kegiatan-kegiatan yang dilakukan akan terhambat dan berjalan lebih lama dengan proses manual. Namun, ketika individu tersebut telah menggunakan teknologi dalam setiap pekerjaannya, maka tingkat kinerja dan produktivitas yang didapatkan akan tinggi karena kegiatan yang dilakukan telah menggunakan bantuan dari teknologi dan tidak dilakukan secara manual seperti sebelumnya. Individu memercayai bahwa teknologi yang digunakannya akan memberikan dampak pada pencapaian tujuan secara optimal serta merasakan manfaat yang diberikan dalam penggunaan teknologi tersebut (Bolodeoku et al., 2022).

*Perceived ease of use*, suatu bentuk persepsi yang di mana diukur dengan sejauh mana individu memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi ketika menggunakannya akan terbebas dari berbagai usaha yang akan dihadapi. Persepsi ini penting karena akan dapat mengetahui apakah individu tersebut telah merasakan kemudahan ketika melakukan pekerjaannya dengan menggunakan teknologi. Jika dengan teknologi membuat individu menjadi lebih kesulitan, maka persepsi kemudahan tidak ditemukan pada individu tersebut. Pengguna menemukan bahwa informasi yang tidak menguntungkan menghambat niat karena informasi tersebut mudah diakses (Marsasi & Barqiah, 2023). Teknologi membuat manusia menjadi lebih mudah mengerjakan pekerjaannya, selain menjadi lebih mudah juga menjadi lebih efektif dan efisien. Hingga pekerjaan yang sulit atau berat sekalipun dengan

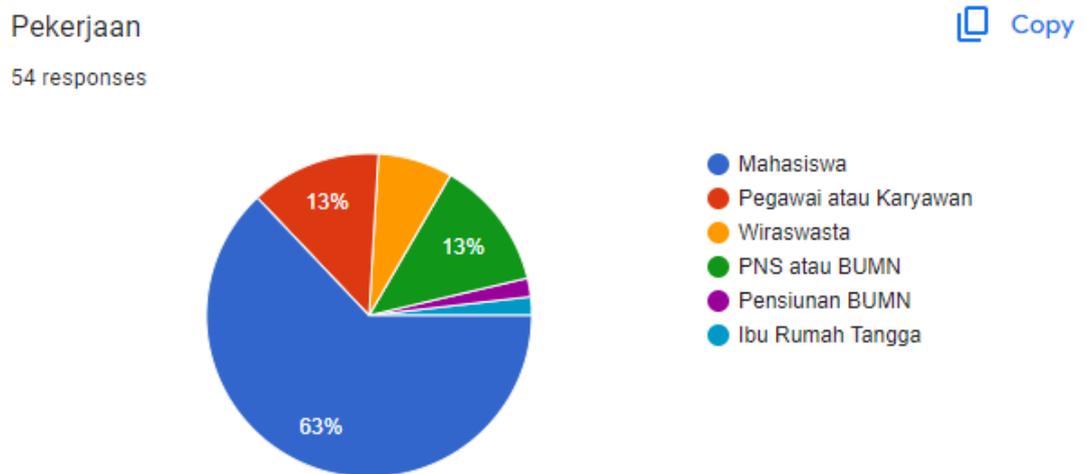
bantuan dari kemajuan teknologi, maka akan membuat pekerjaan tersebut berjalan dengan lebih mudah dan produktivitas akan meningkat dari sebelumnya. Persepsi kemudahan akan dirasakan ketika individu percaya bahwa dengan teknologi dapat memberikan kemudahan pada setiap pekerjaan yang ada (Barua & Urme, 2023).

*Technology Acceptance Model* mampu mengetahui apakah individu tersebut menerima dengan baik karena teknologi tersebut akan mempermudah pekerjaannya. Individu bersedia untuk menerima penggunaan teknologi dengan baik dan menjalankan seperti yang seharusnya, dengan begitu akan membangun *Perceived Usefulness* dalam diri individu tersebut karena akan percaya jika teknologi dapat memberikan dampak yang positif terhadap kinerjanya, seperti meningkatkan produktivitas dan efektifitas dalam melakukan pekerjaannya. *Perceived Ease of Use* yang di mana individu akan merasakan bahwa ketika melakukan pekerjaan dengan menggunakan teknologi tidak perlu mengeluarkan banyak waktu untuk berusaha karena dapat menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan mudah. Pendidikan yang tinggi pada individu akan mungkin berpengaruh pada penerimaan teknologi karena kemampuan mereka untuk dengan cepat memahami dan memanfaatkannya secara efektif dalam upaya profesional mereka (Nikou et al., 2022).

Peneliti menggunakan mini riset untuk menentukan subjek dan objek penelitian. Hasil mini riset mendapatkan sebanyak 54 responden yang telah memberikan respon dan mengisi kuesioner yang telah diberikan. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa 54 responden yang telah mengisi kuesioner, sebanyak 63% responden didominasi oleh mahasiswa, sebanyak 1,9 % merupakan pensiunan BUMN dan Ibu

Rumah Tangga 1,9% lainnya. Data tersebut menunjukkan hasil responden memiliki pekerjaan yang beragam. Gambar 1.2 menunjukkan bahwa sebanyak 96,3% responden mengetahui aplikasi *video conference*. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden telah mengetahui aplikasi *video conference*.

**Gambar 1. 1 Pekerjaan Responden**



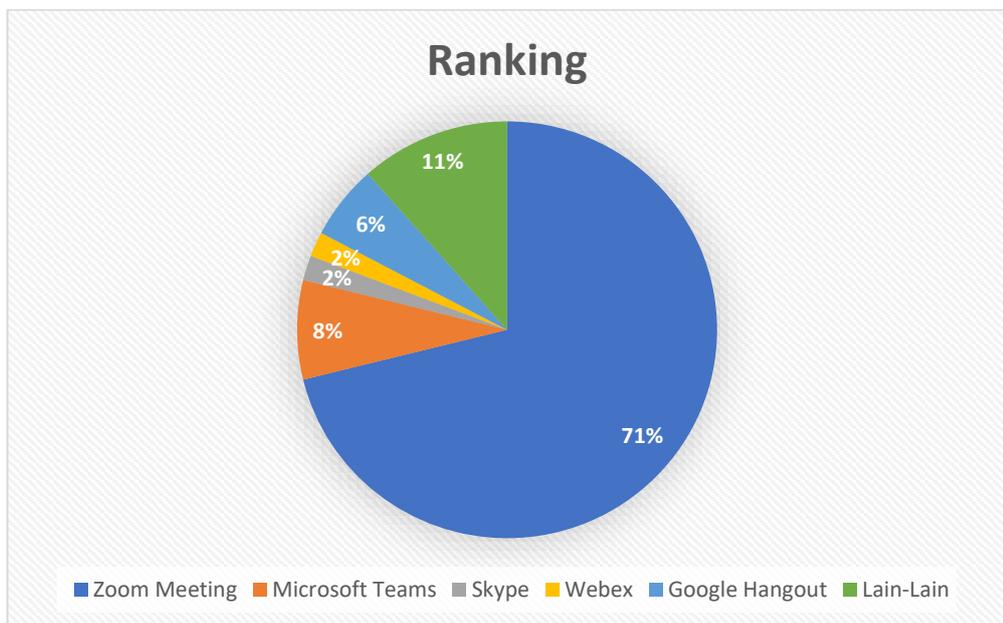
**Gambar 1. 2 Pengetahuan mengenai Aplikasi *Video Conference***



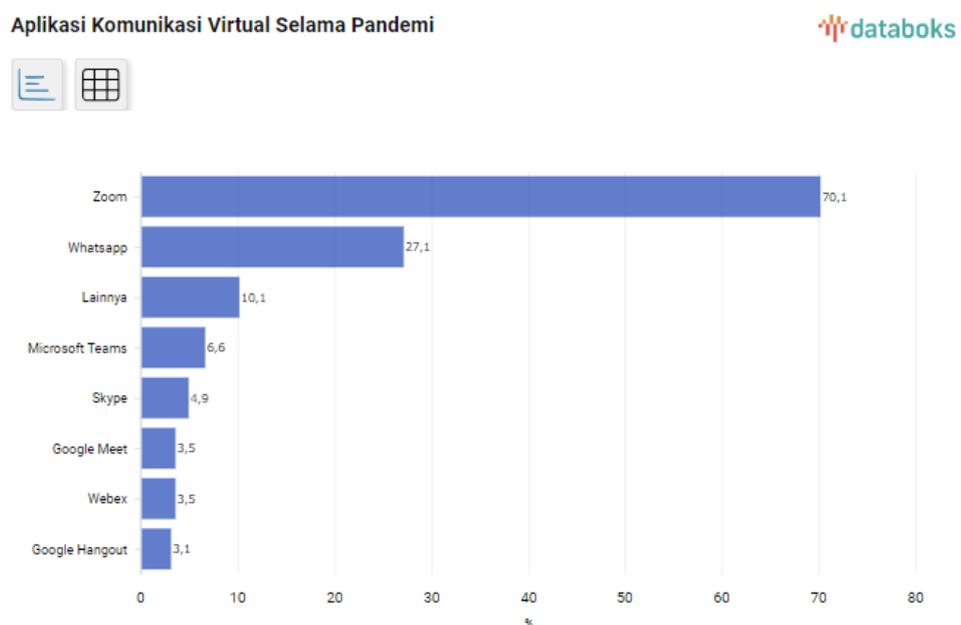
Gambar 1.3 menunjukkan bahwa dari 52 responden, sebanyak 37 responden memilih aplikasi Zoom Meeting sebagai aplikasi *video conference* yang paling sering digunakan di urutan pertama, urutan kedua sebanyak 21 responden memilih

lain-lain dan mengisi Google Meet, dan sebanyak 19 responden memilih Microsoft Teams sebagai aplikasi *video conference* yang paling sering digunakan di urutan ketiga. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden lebih dominan untuk menggunakan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams.

**Gambar 1. 3 Peringkat Aplikasi *Video Conference***



**Gambar 1. 4 Indeks Penggunaan Aplikasi Komunikasi Virtual di Indonesia**



Hasil temuan dari mini riset menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui dan menggunakan *video conference* dengan menggunakan tiga aplikasi yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Ketiga aplikasi tersebut menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam melakukan komunikasi secara virtual dan digunakan oleh semua umur dalam setiap kegiatan mereka. Berdasarkan data diatas, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terlihat masyarakat Indonesia bersedia menggunakan *video conference* dalam melakukan komunikasi virtual karena tidak terpengaruh oleh jarak geografis dan batasan waktu, maka dari itu dikatakan bahwa masyarakat Indonesia percaya dan dapat mempermudah dalam melakukan komunikasi. Aplikasi ini akan mempermudah individu dalam melakukan pekerjaannya sehari-hari. Kedua persepsi baik *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, mampu memperkuat terkait pemakaian berbagai kemajuan pada teknologi saat ini (Herzallah et al., 2022).

*Perceived Usefulness* memiliki peran penting yaitu suatu persepsi yang di mana menilai tingkatan individu dapat memercayai penggunaan teknologi dan nantinya dapat meningkatkan kinerja terhadap pekerjaannya. Teknologi dapat meningkatkan peningkatan pada produktivitas dan efektifitas individu itu sendiri. Kemajuan teknologi akan mempermudah pekerjaan manusia, waktu yang dikeluarkan juga akan lebih efisien, serta informasi yang dicari akan lebih akurat dibandingkan tanpa menggunakan teknologi. Individu lebih berharap untuk mendapatkan manfaat ketika menggunakan teknologi atau platform yang berbasis teknologi (Hernández-López et al., 2023).

*Perceived Ease of Use* memiliki peran yang penting karena persepsi ini digunakan agar dapat mengetahui seberapa jauh individu memiliki kepercayaan dalam menggunakan teknologi akan memberikan kemudahan atau terbebas dari berbagai usaha yang mungkin akan dihadapinya. Ketika individu akan melakukan pekerjaannya, maka teknologi tersebut dapat membantu menyelesaikan dengan cepat, seperti dengan menggunakan *handphone*, komputer, dan sebagainya. Individu dapat merasakan kemudahan yang diberikan dari teknologi tersebut, terutama dalam menggunakan *video conference* untuk melakukan komunikasi jarak jauh secara virtual. Perusahaan yang menciptakan suatu teknologi dapat memberikan peningkatan kepercayaan pada individu yang menggunakan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari individu tersebut (Hossain et al., 2021).

*Attitude* mengacu pada sikap atau perilaku yang melekat pada setiap individu, seperti cara berbicara, memperlakukan orang lain, dan sebagainya. Hal ini dapat dinilai dari bagaimana cara individu dalam berperilaku atau bertindak terhadap sesuatu. Pola pikir yang optimis akan berdampak pada output yang berkualitas tinggi (Arfansyah & Marsasi, 2023). Individu percaya bahwa teknologi memberikan kegunaan dan kemudahan dalam penggunaan sehari-hari, maka individu akan mengambil sikap untuk menggunakan teknologi tersebut. Sikap tersebut akan tercermin bahwa apakah individu merespon secara positif atau negatif terkait penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari yang dapat membantu pekerjaannya. Sikap menjadi salah satu faktor penting secara intrinsik ketika merespon teknologi (Browning et al., 2023).

*Perceived Impact on Learning* merupakan sebuah persepsi di mana ketika individu telah mengambil sikap tersebut maka akan memberikan dampak pada pembelajaran yang dirasakan oleh individu tersebut. Individu yang telah menggunakan teknologi, maka individu akan merasakan kemudahan sehingga mampu untuk melakukan pekerjaan dengan cepat dan lebih mudah. Individu nantinya akan cenderung untuk terus menggunakan teknologi dalam mempermudah pekerjaannya. Teknologi memberikan dampak terhadap kualitas hidup anak-anak hingga keluarga karena dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru, sehingga teknologi menimbulkan dampak yang positif bagi manusia (Cardy et al., 2023).

Unsur kebaruan yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Task-Technology Fit*. Pada variabel ini merupakan bentuk hubungan yang di mana mencakup kebutuhan mengenai tugas, karakteristik terhadap individu, terdapat fungsi di dalam teknologi, dan juga terdapat keuntungan yang didapatkan ketika menggunakan teknologi tersebut. Tingginya kesesuaian tugas dan teknologi tersebut, maka membentuk niat individu agar mau menggunakan teknologi tersebut pada kehidupan sehari-hari, seperti menggunakan *video conference*. Hal ini di mana teknologi mampu untuk membantu individu dari berbagai kesulitan dalam pekerjaannya dan membuatnya menjadi lebih mudah dan cepat yang nantinya akan berdampak pada kenaikan tingkat produktivitas dari individu tersebut. *Task-Technology Fit* merupakan hubungan yang terjadi antara interaksi individu dengan tugas dan teknologi yang digunakan (Muchenje & Seppänen, 2023).

Penelitian ini menetapkan fokus pada masyarakat yang menggunakan aplikasi *teleconference* bertujuan agar perolehan data dari setiap variabel digunakan akan sesuai dengan kondisi yang semestinya serta tidak memunculkan kerancuan atau bias di dalam informasi tersebut. Hipotesis yang muncul akan menyesuaikan objek yang dibahas dalam penelitian ini.

**Tabel 1. 1 Gap Penelitian**

Hubungan	Chen et al., 2023	Debasa et al., 2023	Herzallah et al., 2022	Alyoussef, 2022
<i>Perceived Ease of Use - Attitude</i>	Signifikan			
<i>Perceived Ease of Use - Attitude</i>		Tidak Signifikan		
<i>Perceived Ease of Use – Perceived Usefulness</i>			Signifikan	
<i>Perceived Ease of Use – Perceived Usefulness</i>				Tidak Signifikan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dengan terdapat penelitian sebelumnya belum memberikan konsistensi yang tinggi, sehingga penulis melakukan penelitian kembali terkait dengan pengaruh setiap hubungan dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model*. Berdasarkan hasil diatas dapat menjadi alasan bagi penulis dalam melakukan sebuah penelitian penulis yang ditetapkan dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning* dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model*”. Urgensi dari penelitian ini yaitu agar mengkaji ulang mengenai variabel yang disebutkan.

Chen et al., (2023) menemukan korelasi pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*. Di dalamnya membahas mengenai penerimaan publik terhadap kendaraan yang sepenuhnya *Automated Vehicles (AVs)* di Australia menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Alasan adanya hubungan antar keduanya karena ketika individu beranggapan bahwa AVs mudah untuk digunakan akan memiliki kecenderungan pada sikap positif terhadap AVs tersebut. Persepsi kemudahan para pengguna kendaraan AVs akan memainkan peran penting agar mampu untuk membentuk sikap individu terhadap penggunaan kendaraan ini.

Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Debasa et al., (2023) memberikan pernyataan tidak memiliki korelasi kuat pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*. Penelitian tersebut membahas mengenai dampak stres dan kecemasan terhadap pengambilan keputusan pengguna dengan melakukan reservasi restoran menggunakan aplikasi seluler. Alasan keduanya tidak memiliki korelasi positif yaitu karena adanya penggunaan aplikasi reservasi restoran tersebut secara eksplisit

mengharuskan penggunaannya untuk bertanggung jawab ketika melakukan reservasi dan terdapat kemungkinan bahwa sebagian pengguna merasa tidak nyaman dengan hal tersebut. Pengalaman tanggung jawab dan stres yang terkait dengan penggunaan aplikasi mungkin mengaburkan dampak persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi terhadap sikap.

Penelitian dari Herzallah et al., (2022) bahwa korelasi pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. Faktor-faktor yang mendorong adanya pembelian menggunakan Instagram serta menguji peran moderasi gender, usia, serta pengalaman penggunaan Instagram dalam hubungan berbagai variabel di bahas. Alasan *Perceived Ease of Use* signifikan terhadap *Perceived Usefulness* yaitu para pengguna Instagram beranggapan bahwa platform ini lebih mudah untuk digunakan dan dapat meningkatkan persepsi terkait kegunaannya, sehingga banyak pengguna yang menganggap platform tersebut bermanfaat untuk kebutuhan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Alyoussef, (2022) memberikan pernyataan bahwa tidak memiliki korelasi signifikan pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. Di dalamnya membahas mengenai penerimaan *flipped classrooms* di kalangan mahasiswa sarjana di Arab Saudi dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) serta juga *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Hasilnya tidak menjelaskan secara spesifik mengenai alasan *Perceived Ease of Use* tidak terdapat korelasi pada *Perceived Usefulness*. Hasil uji mengenai dampak sikap terhadap pembelajaran campuran dengan niat untuk menggunakan *flipped classrooms* terhadap penerapan konsep tersebut pada

pendidikan tinggi di Arab Saudi. Adanya kemungkinan yang terjadi bahwa variabel lain kemungkinan memiliki peran yang lebih signifikan dalam menentukan persepsi kegunaan, menutupi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dapat ditegaskan bahwa, menurut penjabaran pada latar belakang informasi yang diberikan, belum optimalnya konsep *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude* pada *Perceived Impact on Learning* pada Industri *Video Conference*. Persepsi kegunaan dan kemudahan memainkan peran penting dalam membentuk adopsi aplikasi teknologi komunikasi virtual.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang yang diperkuat dengan penelitian, permasalahan yang diangkat menjadi fokus sentral perdebatan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*?
2. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*?

4. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*?
5. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*?
6. Apakah terdapat pengaruh positif antara *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasar pada penjabaran sebelumnya yang telah dipaparkan oleh penulis, sehingga tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*.
2. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*.
3. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*.
4. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*.
5. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*.
6. Guna mengetahui adanya korelasi positif dan signifikan pada *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Pada penelitian penulis berusaha menghadirkan kontribusi dengan menerapkan teori baru, *Technology Acceptance Model*, terhadap penggunaan aplikasi teknologi untuk komunikasi virtual.
- b. Penelitian ini memberikan umpan balik kritis pada *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* sebagai fokus agar mampu menjembatani gap penelitian serta untuk menemukan bukti bahwa adanya pengaruh pada *Task-Technology Fit* yang akan berdampak pada *Perceived Impact on Learning*.
- c. Penelitian ini akan berfokus dalam memberikan kontribusi secara akademik mengenai hubungan antara *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Impact on Learning*.
- d. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait penggunaan teknologi komunikasi berbasis virtual sebagai objek dan fungsi pengguna sebagai subjek.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan pada bekal bukti-bukti empiris dan teori-teori yang berkaitan tentang *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi komunikasi secara virtual, berdasarkan penelitian dari peneliti

diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam memperoleh referensi dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian peneliti diharap mampu memberikan manfaat sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi komunikasi secara virtual.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian dari peneliti diharap mampu memberikan bantuan pada perusahaan untuk menentukan konsep *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* ketika memanfaatkan aplikasi komunikasi secara virtual. Penelitian ini berupaya untuk menawarkan wawasan berharga kepada perusahaan mengenai berbagai faktor penentu yang memberikan pengaruh pada *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Task-Technology Fit* pada seluruh kalangan. Penelitian dari peneliti juga diharapkan agar mampu untuk membantu perusahaan dalam memberikan kontribusi mengenai strategi dan taktik dalam pemasaran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penjelasan Model Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan menetapkan fokus dalam menganalisis lima variabel yang diteliti, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, *Perceived Impact on Learning*, *Task-Technology Fit*. Bentuk model yang digunakan peneliti untuk menunjang penelitian ini berasal dari penelitian sebelumnya, Muñoz-Carril et al., (2021) dengan judul “*Factors influencing students’ perceived impact of learning and satisfaction in Computer Supported Collaborative Learning*”. Terdapat empat variabel yang digunakan penelitian terdahulu tersebut, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning*. Teori yang digunakan dalam penelitiannya yaitu *Technology Acceptance Model* memiliki dua variabel inti, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* memiliki pengertian yaitu persepsi kegunaan yang di mana individu memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi ketika menggunakannya akan dapat meningkatkan kinerja yang didapatkan, sehingga mampu untuk meningkatkan produktivitas dan efektifitas individu tersebut. Teknologi mampu untuk memberikan kemudahan dalam segala aktivitas manusia, maka ketika manusia menggunakan teknologi dalam kehidupannya, mereka akan terbantu untuk menyelesaikan dengan lebih cepat dan lebih mudah. *Perceived Ease of Use* sebagai bentuk dari persepsi kemudahan penggunaan yang di mana dikatakan bahwa sejauh mana individu memercayai tentang penggunaan suatu teknologi mampu untuk memberikan kebebasan individu

dari berbagai usaha. Pekerjaan yang biasanya dilakukan berat karena tanpa adanya teknologi akan membuat manusia melakukan berbagai banyak usaha untuk menyelesaikannya dan akan menggunakan banyak waktu dan tenaga. Kehadiran teknologi akan semakin memudahkan individu dalam menjalankan tugasnya, meminimalkan pengeluaran waktu dan tenaga dan membuat jauh lebih efektif dan efisien. Penelitian tersebut membahas mengenai dampak pembelajaran pada *Computer Supported Collaboration Learning (CSCL)* dengan menggunakan responden yang berasal dari *Virtual University*.

Penelitian ini menambahkan variabel *Task-Technology Fit* sebagai variabel kebaruan agar dapat memberikan wawasan baru mengenai dampak penggunaan teknologi melalui persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Terinspirasi dari penelitian Al-Emran, (2021) yang berjudul “*Evaluating the Use of Smartwatches for Learning Purposes through the Integration of the Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit*”, hasil studi ini menyatakan bahwa adanya kesesuaian antara *Individual-Technology Fit* dan *Task-Technology Fit* memiliki dampak positif pada persepsi kegunaan *Smartwatches*, sedangkan ketersediaan dan mobilitas memiliki dampak yang positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dalam aktivitas pembelajaran. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa adanya ruang perbaikan dalam memanfaatkan *Smartwatches* secara penuh dalam aktivitas pembelajaran dengan menyelaraskan kemampuan *Smartwatches* tersebut dengan kebutuhan pendidikan. Peneliti melakukan pertimbangan dalam membahas temuan penelitian sebelumnya yang di mana bertujuan agar terjadinya relevansi dan sebagai usaha yang penulis lakukan untuk memberikan wawasan baru.

1. Kajian penelitian pertama berasal dari Alarabiat & Wahbeh, (2021) yang berjudul “*Unearthing citizens' acceptance factors for e-participation initiatives through Facebook*”. Studi ini dilakukan di Yordania dengan menyelidiki faktor-faktor yang menentukan terkait penerimaan masyarakat terhadap inisiatif berpartisipasi secara elektronik yang disponsori oleh pemerintah daerah menggunakan *Facebook*. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa sikap masyarakat berpengaruh pada penerimaan masyarakat yang diikuti dengan persepsi hasil. Adanya kesesuaian tugas dengan teknologi serta manfaat yang dirasakan dalam membentuk dan menjelaskan mengenai sikap masyarakat yang di mana akan mengarah pada penerimaan masyarakat. Studi ini memberikan wawasan mengenai perspektif warga tentang inisiatif berpartisipasi secara elektronik.
2. Kajian penelitian kedua berasal dari Inthong et al., (2022) yang berjudul “*Exploring Factors Affecting Consumer Behavioral Intentions toward Online Food Ordering in Thailand*”. Tujuannya yaitu agar dapat melakukan pengujian pada berbagai faktor yang mungkin dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen saat menggunakan platform pesan-antar restoran untuk membeli makanan. Hasil pada penelitian yang dilakukan tersebut menunjukkan adanya sikap pada pengiriman *online* berpengaruh signifikan pada niat dalam berperilaku konsumen dan diikuti dengan norma subjektif. Hasilnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan menjadi signifikan dan diikuti oleh persepsi manfaat dan kepercayaan. *Task-Technology Fit* memberikan dampak yang paling signifikan terhadap persepsi kemudahan

penggunaan dan diikuti dengan persepsi kegunaan. Platform pemesanan makanan yang dianggap tepat akan membuat konsumen terus menggunakan platform tersebut dan keberlanjutan bisnis akan mengalami peningkatan. Studi ini memberikan wawasan bagi platform pesan-antar makanan agar dapat meningkatkan layanan dan mampu untuk meningkatkan keberlanjutan bisnisnya.

3. Kajian penelitian ketiga berasal dari Aiolfi, (2023) yang berjudul “*How shopping habits change with artificial intelligence: smart speakers’ usage intention*”. Studi ini dilakukan untuk memahami persepsi, sikap, dan niat pengguna dalam menggunakan smart speaker dalam aktivitas berbelanja. Studi ini menyatakan bahwa adanya pengaruh antara kegunaan dan kemudahan penggunaan, serta kesesuaian teknologi tugas dan kenyamanan yang dirasakan berpengaruh secara positif pada sikap positif pengguna terhadap speaker pintar dan niat mereka dalam menggunakannya. Studi ini memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna memandang dan berniat menggunakan speaker pintar ketika berbelanja, menyoroti pentingnya kegunaan, kemudahan penggunaan, kesesuaian teknologi dengan tugas, serta kenyamanan yang dirasakan.

Teori yang digunakan disini yaitu *Technology Acceptance Model*. Pada *Technology Acceptance Model* menjelaskan mengenai sikap individu dalam menerima kemajuan teknologi. Sikap tersebut dapat dilihat dari bagaimana individu menyikapi adanya perkembangan teknologi yang dapat mempermudah segala kegiatannya. Adanya teori tersebut berusaha untuk menjelaskan mengenai proses

yang memberikan dasar mengenai penerimaan teknologi tersebut, sehingga mampu untuk memprediksi perilaku dan juga memberikan penjelasan teoritis agar teknologi dapat berhasil untuk diterapkan. Kemajuan teknologi akan memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia. Manusia perlu melakukan satu pekerjaan dalam waktu beberapa hari bahkan beberapa minggu untuk menyelesaikannya, namun adanya teknologi membuat pekerjaan tersebut dapat terselesaikan dalam waktu beberapa jam. Teori *Technology Acceptance Model* banyak diperhatikan karena teori ini berfokus pada penggunaan sistem yang di mana instrumennya mampu diandalkan dengan sikap pengukuran yang baik, sederhana, serta masuk akal secara empiris (Pavlou, 2003).

Teknologi memberikan kemudahan dan dapat memberikan informasi yang akurat. Informasi yang akurat dan cepat penting untuk diterima oleh manusia agar tidak terjadi penyebaran berita yang tidak benar. Penggunaan pada teknologi memberikan aspek menguntungkan serta juga merugikan. Banyak oknum yang menjadikan adanya perkembangan teknologi ini untuk kejahatan, seperti melakukan pelanggaran hak cipta, melakukan kejahatan siber, dan lain sebagainya. Teknologi lebih memberikan banyak manfaat bagi manusia karena memberikan kemudahan terutama dalam waktu dan tenaga yang dikeluarkan. Manusia perlu untuk memilah antara tindakan yang menguntungkan serta merugikan karena pilihannya berdampak pada sesama manusia dan juga generasi mendatang. Setiap individu yang secara sukarela mau untuk menerima adanya perkembangan teknologi yang semakin maju disebut dengan penerimaan teknologi (Kamal et al., 2020).

Menurut Al-Hattami, (2023) teori *Technology Acceptance Model* memberikan usulan bahwa niat pengguna dapat ditafsirkan dengan kegunaan yang dirasakan oleh pengguna, kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, serta sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Individu yang menggunakan teknologi harus mampu untuk merasakan kemudahan ketika menggunakan teknologi karena dengan adanya teknologi akan memberikan kemudahan dan individu tersebut terbebas dari berbagai usaha yang harus dilakukan. Pekerjaan yang dulunya sulit untuk diselesaikan dan menghabiskan waktu yang lama, namun dengan menggunakan teknologi, pekerjaan tersebut jauh lebih mudah untuk diselesaikan dan hanya butuh waktu sebentar. Biaya yang mungkin dikeluarkan juga akan jauh lebih sedikit ketika menggunakan teknologi karena semua dilakukan dengan sistem dan tidak secara manual.

## **2.2. Penjelasan Variabel**

### **2.2.1 Task-Technology Fit**

*Task-Technology Fit* merupakan suatu konsep yang digunakan dalam menilai sejauh mana suatu teknologi dapat cocok atau sesuai dengan pekerjaan dari individu. *Task-Technology Fit* melakukan pengukuran mengenai kesesuaian antara fitur dari teknologi dan kebutuhan secara spesifik dari pekerjaan tertentu. Besarnya bantuan teknologi tertentu dalam upaya individu untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu diwakili oleh *Task-Technology Fit* (Al-Maatouk et al., 2020). Adanya pemahaman yang mendalam terkait persyaratan tugas dengan kemampuan teknologi merupakan kunci dalam menilai *Task-Technology Fit*. Teknologi yang

mampu secara efektif memenuhi kebutuhan tugas yang ada akan menjadi *Task-Technology Fit* yang baik. Penilaian *Task-Technology Fit* melibatkan analisis cermat terhadap karakteristik tugas, seperti kompleksitas, tuntutan informasi, dan interaksi sosial.

Pentingnya *Task-Technology Fit* terletak pada peningkatan produktivitas dan efisiensi individu yang menggunakan. Teknologi yang dirancang dengan adanya pertimbangan kebutuhan tugas secara spesifik, individu dapat dengan mudah memasukkan teknologi ke dalam proses pekerjaan mereka. Kesesuaian yang baik antara teknologi dengan tugas akan membuat individu lebih yakin dalam mengadopsi teknologi tersebut serta menggunakannya secara maksimal. Hal ini dapat mengurangi hambatan dalam penggunaan teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, dan akan menghasilkan kepuasan pengguna yang lebih tinggi. Konsep *Task-Technology Fit* sering digunakan untuk pedoman agar memastikan bahwa teknologi yang diperkenalkan benar-benar memenuhi kebutuhan bisnis dan pengguna akhir, mampu untuk menciptakan harmoni antara teknologi dan tugas yang harus diselesaikan. Perilaku pengguna mewakili karakteristik tugas dalam melakukan perubahan input ke output agar mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi, sedangkan platform antarmuka mewakili karakteristik teknologi yang berguna untuk melakukan aktivitas tertentu (Alazab et al., 2021).

*Task-Technology Fit* mengacu pada kesesuaian antara pekerjaan yang harus dilakukan oleh individu dan teknologi yang digunakan agar dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut. Teknologi yang dirancang dengan pertimbangan secara cermat mengenai kebutuhan dan kompleksitas tugas yang spesifik, maka terjadi *Task-*

*Technology Fit* yang baik. *Task-Technology Fit* digunakan agar dapat mengukur bagaimana teknologi mampu untuk meningkatkan kinerja (Vanduhe et al., 2020). Namun, ketika teknologi tidak sesuai dengan tugas yang harus dilakukan, maka akan dapat menimbulkan hambatan dan kesulitan dalam penggunaannya. *Task-Technology Fit* menjadi pedoman yang penting dalam desain serta pengembangan teknologi agar dapat memastikan penggunaan yang efektif dan bermanfaat bagi individu yang menggunakannya.

Gaya pertemuan secara daring telah menjadi ciri khas dari teknologi dan tujuan pertemuan tersebut merupakan tugas yang berkaitan, terutama saat terjadinya pandemi Covid-19 lalu (Lin et al., 2021). *Task-Technology Fit* merujuk pada sejauh mana teknologi digunakan sesuai dengan tugas dan tujuan yang ingin dicapai oleh manusia yang menggunakannya. Konsep ini penting dalam konteks pengembangan teknologi, terutama di bidang bisnis dan pendidikan. Dalam pengembangan sistem atau aplikasi harus dapat memastikan bahwa teknologi yang diterapkan dapat memenuhi kebutuhan dan tujuan dari pengguna seefektif mungkin. Jika teknologi dapat dengan baik mendukung tugas yang harus dilakukan oleh pengguna, maka akan tercipta kesejajaran antara teknologi dan tugas yang di mana akan dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta kepuasan pengguna.

### **2.2.2 Perceived Usefulness**

Individu yang menggunakan teknologi diharapkan dapat menyelaraskan teknologi terbaru ketika individu menemukan potensi kegunaan dari adanya teknologi (Chatterjee et al., 2020). *Perceived Usefulness* atau disebut dengan persepsi kegunaan memiliki pengertian yaitu di mana individu yakin saat

menggunakan teknologi mampu untuk memberikan kinerja yang akan berdampak pada peningkatan produktivitas serta efektifitas dari individu itu sendiri. Individu yang telah menemukan kegunaan ketika menggunakan teknologi akan merasa puas karena pekerjaan yang mereka lakukan menjadi lebih mudah daripada sebelum menggunakan teknologi yang membantu pekerjaannya. Individu yang puas terhadap teknologi akan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan dan akan mampu untuk meningkatkan kinerja individu tersebut.

Persepsi ini merupakan salah satu konsep penting yang di mana kemandirian teknologi mengacu pada seberapa jauh individu memandang teknologi tersebut mampu memberikan peningkatan pada kinerja atau produktivitas pribadi individu dalam melakukan tugas-tugas tertentu. Saat menggunakan suatu teknologi diharapkan persepsi kegunaan dapat dirasakan oleh pengguna agar mampu untuk meningkatkan kinerja mereka (Mutambara & Bayaga, 2021). Kegunaan dari teknologi diukur dari sejauh mana teknologi tersebut dianggap memiliki manfaat bagi manusia yang menggunakannya. Individu memercayai ketika teknologi mampu memberikan kenaikan pada pencapaian tujuan dengan lebih efektif dan efisien, maka individu akan cenderung lebih mudah dalam menerima dan mengadopsi teknologi tersebut.

Individu akan lebih cenderung untuk memilih dan membeli produk teknologi yang mereka percaya bahwa produk tersebut mampu untuk memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari. Perusahaan pengembang dan pemasar dari teknologi harus mampu untuk mengembangkan produk yang tidak hanya dari sisi fitur yang canggih, namun juga memberikan nilai yang nyata dan memberikan

kegunaan kepada individu yang menggunakan teknologi tersebut. *Perceived Usefulness* yang mengalami peningkatan akan membuat individu lebih bersedia dalam mengadopsi teknologi baru serta memanfaatkannya secara maksimal, mampu untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan berkelanjutan. Individu cenderung lebih menerima dan menggunakan teknologi ketika mereka memiliki keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat membantu dalam mencapai tujuan mereka (Yakubu et al., 2020).

Dalam konteks ini, individu cenderung menerima teknologi baru jika mereka memercayai suatu teknologi dapat membantu mereka mencapai tujuan atau menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan cepat daripada dengan menggunakan cara yang sudah ada. Individu akan sangat puas dengan suatu sistem teknologi jika sistem tersebut dapat mampu untuk meningkatkan kinerja mereka (Qashou, 2021). Persepsi ini mencerminkan evaluasi subjektif pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi, seperti peningkatan efisiensi, penghematan waktu, serta peningkatan kualitas hasil kerja. Faktor lain seperti kemudahan penggunaan, fitur yang berguna, serta adanya dampak positif pada pekerjaan sehari-hari mampu untuk memengaruhi persepsi kegunaan pada teknologi tersebut.

### **2.2.3 Perceived Ease of Use**

*Perceived Ease of Use* mengacu pada sejauh mana orang merasa bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan dengan mudah dipahami dan dioperasikan. Persepsi ini mengacu pada persepsi pengguna terkait dengan kemudahan dalam memahami cara menggunakan teknologi. Jika pengguna menganggap teknologi

mudah digunakan, maka mereka cenderung lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penggunaan teknologi yang mudah dapat mengurangi kecemasan dan ketidakpastian individu terhadap teknologi baru, sehingga akan dapat meningkatkan minat dan motivasi individu dalam belajar menggunakan teknologi tersebut. Seberapa jauh individu yakin bahwa ketika menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan kebermanfaatan karena mudah dan terbebas dari usaha yang akan dilakukan (Pillai & Sivathanu, 2020).

Pengguna dapat secara efisien dan cepat dalam mengakses informasi terkait dengan fungsi pencarian informasi, filter, dan aplikasi seluler (Filiari et al., 2021). Pentingnya persepsi ini terletak pada pengaruhnya terhadap adopsi teknologi tersebut. Individu yang memiliki kepercayaan mengenai teknologi mudah untuk dipakai dalam pekerjaan, maka akan lebih mudah bagi individu untuk menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Penggunaan teknologi yang mudah dapat mengurangi kesalahan individu dalam pekerjaan, mampu untuk meningkatkan efisiensi, serta mengurangi waktu yang dikeluarkan untuk belajar menggunakan teknologi tersebut. Pengembangan teknologi harus lebih berfokus pada desain yang di mana mengutamakan kemudahan penggunaan, memberikan pelatihan dan dukungan yang memadai, serta mengidentifikasi dan mengatasi potensi hambatan yang kemungkinan akan membuat individu merasa teknologi tersebut sulit untuk dipakai.

*Perceived Ease of Use* berkaitan pada kepuasan individu yang menggunakan karena ketika individu merasa bahwa teknologi tersebut mudah ketika digunakan dan cenderung mempunyai pengalaman positif, sehingga nantinya akan dapat

meningkatkan kepuasan individu dalam penggunaan teknologi tersebut. Kepuasan pengguna yang tinggi mampu untuk membawa manfaat jangka panjang, seperti meningkatkan loyalitas dan memberikan rekomendasi positif pada orang lain. Hal ini mengacu pada seberapa jauh individu atau organisasi memercayai bahwa mengadopsi teknologi mampu memberikan kemudahan bagi pengguna yang potensial (Almaiah & Al-Khasawneh, 2020).

Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan seberapa jauh individu merasa dengan adanya teknologi relatif memberikan kemudahan tanpa memerlukan usaha atau kesulitan yang berlebih. Konsumen lebih cenderung menerima teknologi baru atau barang-barang terkait dalam keputusan pembelian mereka ketika mereka yakin teknologi tersebut mudah dan nyaman untuk digunakan (Jaiswal et al., 2021). Saat individu merasa bahwa dalam penggunaan teknologi tidak memerlukan upaya yang besar atau waktu yang lama dalam mempelajarinya, maka individu lebih mungkin mudah untuk menerimanya. Suatu teknologi penting untuk diciptakan dengan mudah dan nyaman untuk digunakan, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan adopsi dan penggunaan yang aktif.

#### **2.2.4 Attitude**

*Attitude* merupakan salah satu aspek penting yang di mana dilihat dari sikap individu terhadap teknologi. Sikap individu ini dapat lebih bervariasi, seperti penerimaan dan antusiasme dan juga ketakutan dan penolakan. Individu yang memiliki sikap yang positif terhadap teknologi melihat teknologi sebagai alat yang mampu untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, serta juga kualitas hidup.

Individu akan dengan senang hati untuk mengadopsi teknologi karena merasa tertantang untuk dapat memahami serta memanfaatkannya sebaik mungkin dalam kehidupan sehari-hari. Ketika memahami niat dan motivasi seseorang dalam menggunakan teknologi, sikap dianggap sebagai komponen yang penting (Jain et al., 2020).

Individu menunjukkan perasaannya saat akan melakukan perilaku yang positif atau negatif (Chatterjee & Bhattacharjee, 2020). Pandangan positif terhadap teknologi tidak semua orang mampu untuk memiliki pandangan tersebut. Ada yang merasa cemas ataupun takut terhadap dampak dari teknologi pada pekerjaan, privasi, dan hubungan sosialnya. Individu memiliki kemungkinan untuk merasa khawatir bahwa dengan adanya teknologi dapat menggantikan pekerjaan manusia atau menciptakan ketidaksetaraan dalam masyarakat. Individu juga akan merasa kesulitan untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi karena adanya keterbatasan pengetahuan atau keterampilan teknologi mereka. Teknologi dapat tampak rumit dan juga membingungkan bagi individu tertentu, maka mereka cenderung akan menghindari atau bahkan menolak penggunaan teknologi.

Sikap terhadap teknologi juga dapat dipengaruhi dengan faktor budaya, pendidikan, serta juga pengalaman pribadi dari individu tersebut. Individu yang tumbuh dalam lingkungan yang mendorong penggunaan teknologi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap teknologi. Pada konteks adopsi teknologi, sikap diartikan sebagai reaksi emosional seseorang secara keseluruhan terhadap penggunaan teknologi baru (Al-Rahmi et al., 2021). Begitu juga dengan individu yang memiliki pengalaman positif dalam menggunakan teknologi,

individu tersebut akan lebih terbuka dalam mengadopsi teknologi baru. Literasi digital dan pendidikan teknologi penting untuk diberikan pada manusia saat ini agar dapat meningkatkan pemahaman dan sikap yang positif terhadap teknologi di era digital ini.

Hal ini mencakup sejauh mana individu merasa positif atau negatif terhadap suatu hal dan bagaimana perasaan tersebut memengaruhi perilaku mereka. Sikap terbentuk dari pengalaman, pengetahuan, dan kekayaan individu, serta dapat memengaruhi cara orang berpikir, merasa, dan bertindak terhadap sesuatu. Sikap terhadap teknologi mampu untuk memengaruhi sejauh mana mereka bersedia mengadopsi teknologi tersebut. Individu dengan disposisi yang baik terhadap teknologi baru lebih cenderung untuk melakukan eksperimen dan mengadopsinya. Sikap digambarkan sebagai konsep psikologis yang berfungsi untuk mengevaluasi kinerja seseorang, baik positif atau negatif (Akram et al., 2021). Individu yang memiliki sikap negatif terhadap teknologi baru akan lebih tertutup dan menghambat adopsi teknologi.

### **2.2.5 Perceived Impact on Learning**

*Perceived Impact on Learning* menjelaskan mengenai persepsi individu pada teknologi terhadap dampaknya pada proses pembelajaran. Pada era digital saat ini yang di mana teknologi mengubah lanskap pendidikan dengan memberikan akses terhadap sumber daya pembelajaran yang tak terbatas, mampu untuk meningkatkan interaktivitas, serta memfasilitasi pembelajaran jarak jauh. Bagi sebagian individu, persepsi ini sangat positif yang di mana memungkinkan pembelajaran yang

personal dan mandiri, serta juga dapat memberikan akses ke informasi yang luas dan beragam. Beberapa hal selain jumlah pembelajaran, persepsi siswa terhadap pembelajaran juga harus diperhatikan (Savaş & Turan, 2023). Teknologi mampu untuk menciptakan lingkungan pembelajaran yang inklusif, mampu untuk memungkinkan partisipasi dari berbagai latar belakang dan kemampuan, dan juga memberikan peluang agar dapat mengembangkan keterampilan digital yang merupakan hal penting di era modern.

Persepsi ini tidak selalu dianggap positif oleh semua orang karena ada beberapa individu yang merasakan kecemasan ataupun khawatir mengenai dampak teknologi terhadap pendidikan. Penggunaan media sosial dan perangkat seluler di pendidikan tinggi adalah fenomena baru yang jarang mendapat perhatian (Ansari & Khan, 2020). Individu mungkin akan merasakan ketergantungan pada teknologi, sehingga dapat mengurangi keterampilan sosial, menurunkan kualitas interaksi manusiawi, dan juga mungkin dapat mengancam beberapa pekerjaan. Kekhawatiran yang lain mengenai keamanan data dan privasi dalam penggunaan teknologi pendidikan di mana individu merasa khawatir bahwa data pribadi mereka akan terjadi kemungkinan disalahgunakan atau terpapar karena penggunaan teknologi dalam pembelajaran.

Pembelajaran mandiri adalah landasan dari semua pembelajaran, baik formal maupun informal, dan kemandirian pembelajaran terkait dengan motivasi individu (Shao et al., 2022). *Perceived Impact on Learning* merupakan hal yang subjektif dan dapat bervariasi antarindividu. Perlu untuk mendengarkan dan merespons kekhawatiran serta memberikan kepastian mengenai penggunaan teknologi yang

aman, etis, dan inklusif yang di mana dapat dipertahankan dan ditingkatkan sehingga mampu untuk menjadikan teknologi sebagai alat yang bermanfaat dan berdaya guna dalam proses pembelajaran. Penting untuk memahami keberagaman mengenai persepsi ini dan mengelola penggunaan teknologi secara bijaksana, sehingga mampu untuk memberikan dampak yang positif dan inklusif.

Persepsi ini mengacu pada sejauh mana teknologi tersebut mampu untuk memengaruhi hasil pembelajaran yang di mana berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, keterampilan, atau pemahaman yang dicapai oleh berbagai faktor. Individu yang merasa bahwa teknologi yang digunakan memiliki dampak positif pada pemahaman mereka, motivasi, atau keterlibatan cenderung akan memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Hal ini dibutuhkan teknologi yang dapat memberikan pengalaman pembelajaran yang lebih efektif dan memotivasi. Teknologi digital memiliki dampak terhadap pembelajaran yang dirasakan (Alexiou et al., 2022).

**Tabel 2. 1 Penjelasan Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Jurnal Pendukung</b>
<i>Task-Technology Fit</i>	(Al-Maatouk et al., 2020) (Alazab et al., 2021) (Vanduhe et al., 2020) (Lin et al., 2021)
<i>Perceived Usefulness</i>	(Chatterjee et al., 2020) (Mutambara & Bayaga, 2021) (Yakubu et al., 2020)

	(Qashou, 2021)
<i>Perceived Ease of Use</i>	(Pillai & Sivathanu, 2020) (Filiari et al., 2021) (Almaiah & Al-Khasawneh, 2020) (Jaiswal et al., 2021)
<i>Attitude</i>	(Jain et al., 2020) (Chatterjee & Bhattacharjee, 2020) (Al-Rahmi et al., 2021) (Akram et al., 2021)
<i>Perceived Impact on Learning</i>	(Savaş & Turan, 2023) (Ansari & Khan, 2020) (Shao et al., 2022) (Alexiou et al., 2022)

## 2.3. Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Task-Technology Fit terhadap Perceived Usefulness

Penelitian yang dilakukan oleh Imlawi et al., (2023) meneliti mengenai pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Tujuannya agar mampu memberikan pemahaman komprehensif terhadap beberapa faktor memengaruhi niat keterlibatan serta keberlanjutan dengan *mobile Learning Management Systems (m-LMS)*. Temuan ini harus dipertimbangkan oleh lembaga pendidikan tersebut, sehingga mampu secara efektif untuk memenuhi permintaan siswa akan platform m-LMS yang interaktif, efektif, dan mudah untuk digunakan.

Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Usefulness* dalam konteks *mobile Learning Management Systems* (m-LMS). Dengan menekankan perlunya memahami anteseden keterlibatan siswa, penelitian ini memberikan wawasan yang berguna bagi akademisi di bidang sistem manajemen pembelajaran seluler.

Penelitian Cheng, (2021) juga menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan model pasca adopsi sintetik agar dapat menguji beberapa faktor yang memiliki pengaruh pada niat keberlanjutan pengguna akhir dari robo-advisor. Temuan penelitian ini menyoroti adanya potensi penciptaan pengetahuan yang lebih komprehensif tentang niat untuk melanjutkan robo-advisor pada pengguna akhir, menambah wawasan dengan menawarkan wawasan tentang faktor-faktor niat yang berkesinambungan. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Usefulness* pada robo-advisor.

H. Wang et al., (2020) dalam penelitiannya juga menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Tujuannya untuk memahami faktor yang mampu memberikan pengaruh pada penerimaan konsumen terhadap *Healthcare Wearable Devices* (HWDs) yang merupakan perangkat kesehatan. Penelitian ini memberikan sorotannya pada pentingnya persepsi pengguna, seperti tingkat kinerja yang diantisipasi, tingkat upaya yang diantisipasi, dan dampak faktor sosial, dan lain sebagainya. Hasilnya juga menekankan bahwa perlunya memahami faktor yang dapat memengaruhi penerimaan konsumen terhadap HWD karena tingkat penggunaan perangkat kesehatan tersebut masih terbatas.

Dalam Zhao & Baca, (2020) menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan dalam memahami persepsi dan perilaku pengguna terkait *Food Delivery Apps* (FDA) selama pandemi. Temuan statistik penelitian dan diskusi selanjutnya mengungkapkan bahwa kesenangan adalah penentu utama kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan FDA sepanjang era pandemi Covid-19.

Pada penelitian Hu et al., (2023) menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengeksplorasi dampak teknologi *Internet of Things* (IoT) yang di mana untuk menyelidiki faktor-faktor dan sejauh mana adopsi dari IoT tersebut mampu memengaruhi subjektif dari wisatawan. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi wisatawan mengenai kesesuaian antara IoT dan tugas perjalanan mereka secara signifikan dan langsung memengaruhi kesejahteraan subjektif wisatawan di Inggris. Hal ini menyiratkan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi IoT tersebut memberikan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan subjektif wisatawan.

Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas bahwa *Task-Technology Fit* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*. Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian ini, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H1: Adanya pengaruh positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness***

### 2.3.2 Pengaruh Task-Technology Fit terhadap Perceived Ease of Use

Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Rahi et al., (2020) mengenai pengaruh *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use*. Tujuannya agar dapat mengetahui beberapa faktor yang menjadi motivasi pengguna agar dapat secara terus menerus menggunakan *Internet Banking*. Pengujian dilakukan agar dapat menentukan beberapa faktor seperti kepuasan pengguna, manfaat yang dirasakan, dan konfirmasi harapan dalam menentukan niat pengguna secara berkelanjutan dalam penggunaan *Internet Banking*. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use*.

Penelitian dari Cheng, (2020) adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*. Tujuannya agar dapat memberikan usulan pada model *hybrid* agar dapat melakukan pengujian pada hubungan antara persepsi *Task-Technology Fit* (TTF) pengguna organisasi dalam *Entreprise Resource Planning* (ERP) serta niat berkelanjutan dari cloud ERP dan kinerja dari individunya. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi *Task-Technology Fit* (TTF) pengguna organisasi memiliki kontribusi secara positif terhadap manfaat, konfirmasi, serta persepsi kemudahan penggunaan cloud ERP. Hal tersebut akan mengarah secara langsung ataupun tidak langsung pada kepuasan individu terhadap ERP, niat untuk melanjutkan cloud ERP, dan kinerja individu. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use* terhadap cloud ERP.

Menurut penelitian lain yaitu Rodríguez-Espíndola et al., (2022) menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use*. Tujuannya untuk melakukan pengkajian mengenai adopsi teknologi baru untuk manajemen

risiko di era manufaktur digital yang di mana berusaha untuk mengembangkan model perilaku baru yang mengkaji adopsi data besar, kecerdasan buatan, komputasi awan, dan *blockchain* untuk manajemen risiko dari perspektif manajer operasi. Penelitian tersebut menemukan bahwa adopsi teknologi baru, seperti AI, blockchain, komputasi awan, dan data besar untuk manajemen risiko di era manufaktur digital dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor eksternal seperti dukungan peraturan dan panduan juga memiliki peran dalam penerimaan teknologi ini.

Mo et al., (2021) menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use*. Tujuannya agar dapat melakukan identifikasi terhadap faktor yang memiliki pengaruh terhadap pembelajaran siswa selama pandemi COVID-19 agar dapat meningkatkan pengembangan dan penyebaran sistem pembelajaran daring selanjutnya. Penelitian ini menyoroti adanya efek positif dari *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use* terhadap pembelajaran daring. Ketika teknologi cocok dengan tugas, maka akan memberikan hasil pada pembelajaran yang lebih baik dan memberikan peningkatan pada kemudahan dalam penggunaan yang dirasakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan guru mengenai platform pembelajaran daring pada adopsi mereka terhadap berbagai jenis kursus daring harus sesuai dengan kebutuhan siswa untuk meningkatkan kemudahan penggunaan pembelajaran daring yang dirasakan.

Pada penelitian serupa Hoang & Le Tan, (2023) juga menemukan adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*. Tujuannya adalah untuk memberikan wawasan berharga mengenai faktor yang memengaruhi

penggunaan Food Delivery Apps (FDA) dan dampaknya. Penelitian ini sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sedang berkembang saat ini dan menawarkan implikasi praktis bagi para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan, pengelolaan, dan pemanfaatan FDA.

Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas bahwa *Task-Technology Fit* berkorelasi pada *Perceived Ease of Use*. Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian ini, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H2: Adanya pengaruh positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use***

### **2.3.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness***

Berdasar pada penelitian yang dilaksanakan oleh Chen, (2022) meneliti mengenai pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness*. Tujuannya yaitu untuk melakukan pengujian terhadap faktor-faktor yang memiliki pengaruh pada niat siswa agar dapat terus menggunakan aplikasi pembelajaran seluler dalam konteks akademik. Hasilnya menyatakan faktor penentu niat untuk melanjutkan aplikasi *M-Learning*, pengaruh negatif mengenai kekhawatiran privasi, adanya peran mediasi dari manfaat yang dirasakan dan kepuasan siswa, efek total dari persepsi kemudahan penggunaan, serta peran moderasi inovasi pribadi terhadap teknologi informasi. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness* terhadap aplikasi *M-Learning*.

Penelitian Yao-Ping Peng et al., (2023) juga memberikan temuannya yaitu diperoleh pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengeksplorasi perilaku serta sikap belajar mahasiswa ketika belajar bahasa Inggris dengan menggunakan *M-learning* tersebut. Penelitian ini melakukan verifikasi kognisi dan sikap penggunaan mahasiswa terhadap *M-learning* Bahasa Inggris tersebut serta melakukan pengujian mengenai dampak dari *M-learning* terhadap niat penggunaan yang berkelanjutan. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *M-learning*.

Penelitian C. Wang et al., (2023) memperoleh hubungan *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji bagaimana AI dapat dibuat lebih efektif dan menguntungkan dalam *e-commerce* dan bagaimana pengusaha dapat menggunakan teknologi AI untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Tujuan akhirnya yaitu untuk memberikan wawasan dan rekomendasi untuk meningkatkan penerimaan dan pemanfaatan teknologi AI dalam industri *e-commerce*.

Zhang et al., (2022) memperoleh hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. Hal tersebut menyoroti pentingnya pengaruh sosial dan kepercayaan awal dalam penerimaan teknologi *Automated Vehicle* (AV). Hal ini menunjukkan bahwa mempromosikan AV kepada individu memiliki pengaruh yang dapat membantu untuk membentuk opini sosial positif yang memberikan efek signifikan pada penerimaan AV. Hasilnya ditemukan *Perceived Ease of Use* serta

*Perceived Usefulness* berkorelasi signifikan pada niat pengguna dalam menggunakan AV pada tahap awal komersialisasi AV.

Penelitian Ma, (2021) juga memperoleh hubungan *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness*. Tujuannya yaitu untuk mengetahui faktor yang berpengaruh yang mendasari niat non-pengadopsi dalam menggunakan *Internet pharmacies*. Tujuannya juga untuk melakukan pengujian bagaimana anteseden berbasis atribut teknologi (kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan) dan anteseden berbasis kepercayaan (dapat dipercaya dan risiko yang dirasakan) memberikan pengaruh terhadap niat non-pengadopsi dalam konteks apotek Internet yang berisiko tinggi.

Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas bahwa *Perceived Ease of Use* berkorelasi terhadap *Perceived Usefulness*. Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian ini, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H3: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness***

#### **2.3.4 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude***

Penelitian dari Y. Chen et al., (2023) meneliti mengenai pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan penilaian pada niat perilaku untuk menggunakan kendaraan *Automated Vehicles* (AVs) di Australia agar dapat memasukkan beberapa faktor seperti kepercayaan dan privasi data. Hasilnya yaitu mengungkapkan bahwa sikap merupakan variabel yang paling

signifikan dan berkorelasi dengan niat berperilaku yang di mana mengarah pada penerimaan AV sepenuhnya. Hasil lainnya juga mendapatkan hubungan positif antara *Perceived Usefulness* pada *Attitude* terhadap penggunaan AV.

Islam, (2023) juga menemukan adanya pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Tujuan agar dapat melakukan penyelidikan mengenai faktor yang menjadi pengaruh adopsi teknologi *e-ticket* swalayan oleh pengunjung pada warisan budaya di Bangladesh. Hasilnya menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan norma subjektif terdapat hubungan yang positif dan signifikan pada sikap dan niat ketika menggunakan *e-ticket*. Temuan penelitian ini akan membantu otoritas warisan budaya dalam mengembangkan strategi penerapan agar dapat meningkatkan penggunaan *e-ticket* dan teknologi *self-service* lainnya oleh wisatawan. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Perceived Usefulness* pada *Attitude* terhadap penggunaan *e-ticket*.

Pada penelitian Qu et al., (2023) menemukan adanya pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Tujuannya agar dapat mengidentifikasi mekanisme psikologis ketika mampu berpengaruh pada perilaku dalam hal adopsi aplikasi pengelolaan berat badan pada individu yang kelebihan berat badan dan obesitas selama pandemi COVID-19, termasuk variabel psikologis dan demografi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi pengelolaan berat badan di kalangan individu yang mengalami obesitas di Tiongkok selama pandemi COVID-19, termasuk faktor psikologis dan variabel demografi. Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap, dan risiko yang dirasakan, secara signifikan memprediksi niat berperilaku. Kesadaran

kesehatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku. Jenis kelamin, usia, pendidikan, dan tempat tinggal diidentifikasi sebagai faktor moderasi yang signifikan dalam model teoritis. Studi ini menyoroti pentingnya persepsi manfaat, keamanan, kemudahan penggunaan, dan kesadaran kesehatan bagi pengembang dan pemasar aplikasi manajemen berat badan.

Penelitian Ning et al., (2021) menemukan adanya pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Temuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan untuk implementasi aplikasi parkir bersama yang lebih baik dari sudut pandang manajerial, teknologi, dan operasional. Temuan penelitian ini memberikan wawasan yang berguna untuk penerapan aplikasi parkir bersama yang lebih baik dari sudut pandang manajerial, teknologi, dan operasional.

Hasil penelitian Kasilingam, (2020) menemukan adanya pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Tujuannya yaitu agar dapat memberikan identifikasi mengenai faktor yang berpengaruh pada sikap dan niat menggunakan *chatbots* untuk *mobile shopping*. Ini secara khusus berfokus pada *chatbot* antarmuka percakapan ponsel cerdas yang dapat membantu pengguna dalam berbagai aktivitas terkait belanja. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi signifikansi demografi pengguna dan perbedaan antara jenis kelamin, kelompok umur, dan pengguna dengan tingkat pengalaman berbeda dengan aplikasi seluler dalam hal adopsi *chatbot*.

Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas bahwa *Perceived Usefulness* berkorelasi terhadap *Attitude*.

Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian ini, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H4: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude***

### **2.3.5 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude***

Matubatuba & De Meyer-Heydenrych, (2022) meneliti mengenai pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Attitude*. Tujuannya agar dapat menentukan apakah individu yang bukan pengguna sistem Bus Rapid Transit (BRT) di Afrika Selatan akan memiliki pertimbangan untuk mengadopsi kedepannya. Penelitian ini juga memiliki maksud agar dapat meningkatkan tingkat adopsi dan memastikan efisiensi serta keberlanjutan transportasi di negara-negara berkembang lainnya yang juga menerapkan sistem BRT tersebut. Berdasarkan temuan penelitian, upaya instruksional yang menunjukkan kesederhanaan penggunaan sistem, serta pemasaran berdasarkan pengalaman dan kampanye media sosial untuk menghasilkan pandangan positif terhadap merek, disarankan untuk memengaruhi persepsi dan sikap non-pengguna mengenai BRT. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Attitude* non-pengguna terhadap BRT.

Penelitian Yao et al., (2022) juga menemukan adanya pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Attitude*. Tujuannya agar dapat melakukan pengujian mengenai hubungan kesadaran diri dengan kemauan dalam menggunakan pembelajaran daring saat Covid-19. Hal tersebut dilaksanakan untuk melakukan penilaian mengenai dampak kesadaran diri terhadap keputusan tetap menggunakan pembelajaran daring serta memberikan hasil penilaian yang valid mengenai

pengelolaan pembelajaran daring tersebut. Hasil penelitian ini secara keseluruhan menyoroti pentingnya kesadaran diri dan persepsi kontrol perilaku dalam memengaruhi niat agar dapat terus menggunakan pembelajaran daring selama COVID-19. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Attitude* terhadap penerimaan pembelajaran secara daring.

Pada penelitian Masukujjaman et al., (2021) mendapati pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Attitude*. Tujuannya agar dapat mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat memiliki pengaruh pada niat membeli calon konsumen yang saat ini belum menggunakan teknologi energi terbarukan. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan dan persepsi kegunaan berhubungan dengan sikap dan persepsi kegunaan, sedangkan pengetahuan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan memengaruhi sikap individu pada pembelian teknologi energi terbarukan.

Penelitian Mishra et al., (2023) menemukan adanya pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*. Tujuannya adalah untuk dapat menekankan perubahan sikap pengguna terhadap teknologi dan menyoroti pentingnya nilai hedonis penggunaan Sistem Informasi (SI). Hal ini menunjukkan bahwa pemasar harus fokus pada kenikmatan dan kepuasan yang diperoleh dari teknologi untuk meningkatkan potensi penggunaan SI. Studi ini mengidentifikasi tren yang berkembang dalam jumlah penelitian yang menggunakan model kelanjutan SI pasca-penerimaan sebagai landasan teoritisnya, dengan peningkatan substansial dalam penelitian dalam beberapa tahun terakhir.

Perez et al., (2023) mendapati pengaruh *Perceived Ease of Use* pada *Attitude*. Kajian tersebut bermaksud untuk berkontribusi di bidang akademis dengan memberikan implikasi teoritis dan manajerial berdasarkan perubahan perilaku pengguna terhadap *game* NFT selama pandemi. Hal ini juga bertujuan untuk memberi manfaat bagi industri *game* dengan membantu mereka mengembangkan dan meningkatkan ekosistem *game*, serta pemangku kepentingan NFT yang akan mendapat manfaat dari temuan penelitian ini.

Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas, *Perceived Ease of Use* berkorelasi pada *Attitude*. Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H5: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude***

### **2.3.6 Pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning***

Berdasar pada penelitian yang dilaksanakan oleh Pedram et al., (2020) meneliti pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki proses pelatihan keselamatan penyelamat ranjau dengan menggunakan *Virtual Reality* (VR) yang imersif dan dengan mengembangkan kerangka kerja komprehensif yang menangkap beberapa fitur utama dari pengalaman belajar pengguna di lingkungan VR yang imersif tersebut. Penelitian ini bermaksud untuk memberikan kontribusi pada literatur dengan menyediakan alat pendukung keputusan bagi instruktur dan pelatih industri agar dapat merencanakan penggunaan teknologi VR yang lebih efektif dalam pelatihannya.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pelatihan VR secara mendalam memiliki dampak positif terhadap pembelajaran aktual dan persepsi dalam pelatihan keselamatan penyelamat ranjau. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Attitude* pada *Perceived Impact on Learning*.

Penelitian Tisza & Markopoulos, (2021) juga menemukan adanya pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki mengenai peran kesenangan dalam pembelajaran *coding* terhadap siswa dan dampaknya terhadap sikap mereka pada *coding* tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah siswa menikmati lokakarya *coding* tersebut dan mengukur kesenangan yang dialami menggunakan FunQ, sebuah inventaris yang digunakan untuk mengukur kesenangan dalam kegiatan belajar. Penelitian ini menyoroti perlu adanya penelitian untuk selanjutnya agar dapat melakukan pengujian pada temuan empiris yang mencakup aktivitas pembelajaran di luar *coding* dan kelompok umur yang berbeda. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif antara *Attitude* pada *Perceived Impact on Learning* terhadap pembelajaran siswa pada *coding*.

Pada penelitian Gil-Cordero et al., (2023) menemukan adanya pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Tujuannya adalah untuk dapat melakukan analisis faktor yang mampu berpengaruh pada kepuasan mahasiswa dan efektivitas mahasiswa dalam pembelajaran pemasaran melalui pemanfaatan alat digital dan aplikasi *online* pada kelas tatap muka. Tujuan lainnya agar dapat melakukan analisis terhadap dampak penggunaan TIK dalam lingkungan tatap muka murni dan memberikan pendekatan pasca pandemi terhadap analisis

efektivitas alat teknologi di kelas pemasaran universitas. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi pionir dalam menganalisis kepuasan pengguna dan kepuasan pembelajaran secara terpisah dan dalam kaitannya satu sama lain, serta hubungan antara keduanya. Hal ini juga bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang variabel-variabel yang menentukan efektivitas pembelajaran ketika menggunakan ICT dalam lingkungan tatap muka pendidikan universitas di bidang pemasaran.

Hasil penelitian Shakeel et al., (2023) menemukan adanya pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi skala kesiapan campuran dan menilai hubungan antara kesiapan pembelajaran campuran dan berbagai faktor seperti sikap terhadap pembelajaran *online*, keterbukaan terhadap teknologi baru, sikap terhadap kelas tatap muka, keterampilan dasar dalam menggunakan teknologi, fleksibilitas pembelajaran, manajemen studi, gender, dan prestasi akademik sebelumnya. Hasilnya yaitu terdapat korelasi positif secara kuat antara kesiapan mahasiswa politeknik Bangladesh untuk pembelajaran campuran dan sikap terhadap pembelajaran *online*, keterbukaan terhadap teknologi baru, dan sikap terhadap kelas tatap muka.

Penelitian yang dilakukan oleh Kong & Yuen, (2022) menemukan adanya pengaruh *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji sikap siswa, konteks yang dirasakan, dan perilaku belajar dalam kaitannya dengan penilaian alternatif. Ini mengadopsi pendekatan metode campuran, dengan studi kuantitatif menganalisis hubungan statistik antara sikap siswa, konteks yang dirasakan, dan perilaku belajar, dan studi kualitatif

memberikan pemahaman mendalam tentang persepsi siswa tentang pengalaman mereka dengan penilaian alternatif. Temuan penelitian ini menawarkan saran dan wawasan praktis bagi universitas untuk meningkatkan pendekatan penilaian alternatif merek.

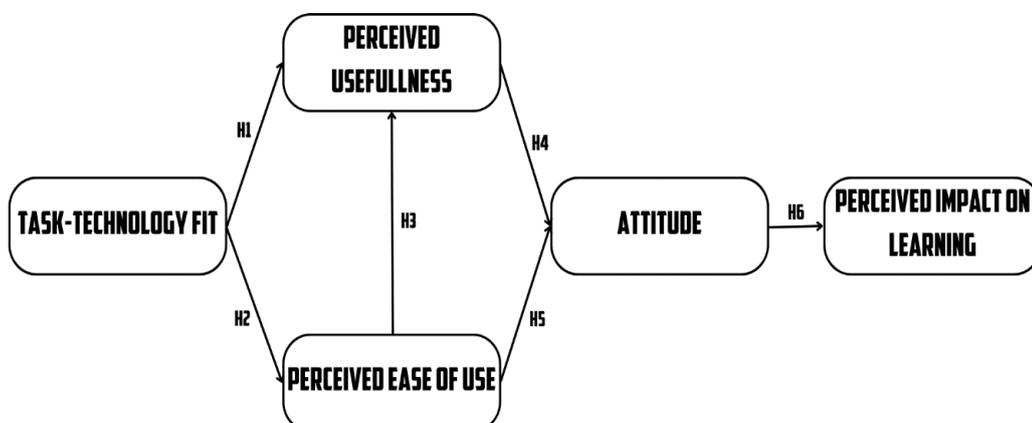
Kesimpulan berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya di mana telah dijelaskan di atas bahwa *Attitude* berpengaruh terhadap *Perceived Impact on Learning*. Penulis mengajukan hipotesis berikut dalam penelitian ini, yang didasarkan pada penelitian sebelumnya:

**H6: Adanya pengaruh positif pada *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning***

#### 2.4. Model Penelitian

Model penelitian menunjukkan bagaimana teori menghubungkan beberapa aspek yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan yang signifikan. Studi model menunjukkan:

**Gambar 2. 1 Model Penelitian**



H1: Adanya pengaruh positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*

H2: Adanya pengaruh positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*

H3: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*

H4: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*

H5: Adanya pengaruh positif pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*

H6: Adanya pengaruh positif pada *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang di mana berfokus pada data yang berupa angka atau variabel-variabel kuantitatif agar dapat melakukan pengukuran dan menganalisis fenomena atau hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut. Hal ini terbagi menjadi dua langkah, pertama mengenai pemilihan variabel yang menjadi ciri dan persamaan untuk estimasinya, kedua mengenai pengembangan prosedur atau fungsi agregasi yang memperhitungkan variabel tersebut agar dapat mengukur dampaknya (Verlicchi et al., 2023). Alasan penulis menggunakan pendekatan kuantitatif pada penelitian ini yaitu penulis ingin melakukan pengujian mengenai hipotesis yang digunakan terkait dengan variabel-variabel yang mampu memengaruhi dampak dari pembelajaran yang dirasakan ketika pengguna menggunakan aplikasi *video conference* Zoom Meeting, Google Meet, dan Mirosoft Teams.

Adanya kebutuhan yang ditetapkan dalam kerangka kerja untuk dapat memfasilitasi diskusi dan pengembangan pertimbangan pengambilan sampel yang lebih terstruktur dan rinci (Cash et al., 2022). Penelitian ini menggunakan subjek yang akan dianalisis yaitu generasi semua umur yang berdomisili di 7 wilayah yaitu Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, dan Makassar. Hal ini berkaitan tentang bagaimana dampak yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *video conference* Zoom Meeting, Google Meet, dan Mirosoft Teams untuk meningkatkan produktivitas pengguna karena adanya pengaruh sikap yang

didukung oleh *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*. Objek pada penelitian ini memiliki tujuan agar mampu untuk menemukan solusi dari permasalahan saat ini dengan adanya observasi terhadap objek tersebut. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu aplikasi *video conference*, Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams.

Beberapa kota di Indonesia yang telah terpilih tersebut menjadi wadah dalam penelitian ini dengan melakukan pengerucutan wilayah sesuai kategori yang diteliti, maka terangkum 7 wilayah berdasarkan pekerjaan yang paling banyak menggunakan aplikasi *video conference*, antara lain Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, dan Makassar. Menurut Databoks (2022) data yang menunjukkan bahwa 7 kota ini merupakan wilayah dengan Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi tertinggi Nasional.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi memiliki pengertian yaitu keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti yang melakukan penelitian tersebut (Sekaran & Bougie, 2020). Penelitian ini menggunakan seluruh pengguna dari semua umur yang menggunakan aplikasi *video conference* sebagai populasi penelitian. Salah satu metode *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini tepatnya dengan menggunakan *judgement sampling* yaitu bentuk *sampling convenience* yang di mana elemen populasi dipilih berdasarkan pada pertimbangan dari peneliti. Metode *nonprobability sampling* digunakan ketika membutuhkan pengambilan data yang

besar dan tidak memiliki database dan *purposive sampling* digunakan ketika target responden yang akan menjadi target penelitian telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian menggunakan *judgement sampling* karena subjek yang ditetapkan mungkin diharapkan memiliki pengetahuan ahli karena mereka telah memiliki pengalaman dan proses secara langsung, dan mereka mungkin dapat memberikan data atau informasi yang berguna kepada peneliti (Sekaran & Bougie, 2020). Alasan penelitian ini menggunakan *purposive sampling* tepatnya menggunakan *judgement sampling* karena individu yang menggunakan aplikasi *video conference* Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams merupakan pengguna dari aplikasi tersebut, sehingga pengguna aplikasi *video conference* tersebut dapat dikatakan sebagai subjek yang memiliki pengetahuan ahli karena mereka telah berpengalaman secara langsung dalam menggunakan aplikasi tersebut. Pembahasan pengumpulan data harus membahas teknik pengambilan sampel yang dimaksudkan dan jenis data yang akan dikumpulkan (Creswell & Creswell, 2022). Hal tersebut akan memberikan data yang relevan dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria terkait dengan responden yaitu responden yang merupakan pengguna aplikasi *video conference*, responden berada di semua umur dengan spesifikasi umur yang produktif, responden berdomisili di 7 wilayah yaitu Tangerang, Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, Makassar, Samarinda, dan Tarakan, serta responden merupakan pengguna dari aplikasi *video conference* Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Pemilihan responden harus pengguna dari aplikasi *video conference* karena objek

penelitian ini berhubungan dan paham mengenai penggunaan aplikasi *video conference* Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams untuk menjalankan aktivitasnya.

Elemen berikut memengaruhi kompleksitas model pengukuran dan menentukan ukuran sampel minimum (Hair *et al.*, 2019), yaitu :

- Jika model penelitian mencakup  $\leq 5$  model konstruksi,  $\geq 3$  variabel yang diamati, dan komunalitas minimal 0,6, maka jumlah sampel yang digunakan minimal 100.
- Jika model penelitian terdiri dari  $\leq 7$  model konstruksi yang diamati dan komunalitas sederhana (0,5), maka dipilih jumlah sampel sebanyak 150.
- Jika model penelitian memiliki  $\leq 7$  model konstruksi dengan konstruksi tidak teridentifikasi sebanyak  $\leq 3$ , dan komunalitas  $< 0,45$ , maka digunakan jumlah sampel 300.
- Jika model konstruksi memiliki jumlah yang besar dengan  $< 3$  komponen dan komunalitasnya rendah, maka dipilih ukuran sampel minimal 300.

Peneliti menetapkan sebanyak 200 responden yang akan digunakan. Target penyebaran sebesar 200 responden akan dilakukan di 7 wilayah yaitu Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, dan Makassar. Penentuan wilayah tersebut berdasarkan pada data yang diambil di Databoks (2020). Berdasarkan dari Databoks (2020) bahwa masing-masing kota tersebut memiliki indeks skor pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi tertinggi di Indonesia, di posisi pertama terdapat kota Jakarta yang tercatat memiliki skor sebesar 7,46 poin. Posisi kedua terdapat kota Yogyakarta yang tercatat memiliki

skor sebesar 7,09 poin. Posisi ketiga terdapat kota Samarinda yang tercatat memiliki skor sebesar 6,34 poin. Posisi keempat terdapat kota Tangerang yang tercatat memiliki skor 5,99 poin. Posisi kelima terdapat kota Tarakan yang tercatat memiliki skor 5,98 poin. Posisi keenam terdapat kota Surabaya yang tercatat memiliki skor 5,73 poin. Posisi terakhir yaitu pada posisi keenam terdapat kota Makassar yang tercatat memiliki skor 5,59 poin. Berdasarkan hasil dari Badan Pusat Statistik mencatat bahwa Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Jakarta tercatat lebih tinggi dari 6 kota lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna *video conference* di kota Jakarta lebih banyak dari kota yang lain. Tabel 3.1 menunjukkan persentase penyebaran kuesioner.

**Tabel 3. 1 Persentase Penyebaran Kuesioner**

<b>Wilayah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Jakarta	35%	70 responden
Yogyakarta	25%	50 responden
Samarinda	15%	30 responden
Tangerang	10%	20 responden
Tarakan	5%	10 responden
Surabaya	5%	10 responden
Makassar	5%	10 responden

### **3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Pada penelitian ini menggunakan tiga kategori variabel yaitu terdapat variabel bebas, variabel terikat, dan variabel mediasi. Variabel bebas adalah

variabel terikat yang di mana hasil dapat dipengaruhi oleh suatu fitur dan atribut (Creswell & Creswell, 2022). Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas, yaitu *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude*. Variabel *Task-Technology Fit* merupakan variabel independen murni. Terdapat empat variabel terikat, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning*. Variabel *Perceived Impact on Learning* merupakan variabel dependen murni. Variabel mediasi atau variabel intervening memiliki pengertian yaitu variabel penyela atau antara yang di mana variabel tersebut terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, maka variabel independen tidak langsung memengaruhi variabel dependen tersebut. Terdapat tiga variabel mediasi pada penelitian ini, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude*.

Skala Likert merupakan skala yang umum digunakan dalam suatu angket serta skala yang paling sering digunakan dalam suatu riset berbentuk survei. Responden menunjukkan sentimen mereka pada skala Likert dengan menandai seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju dengan frasa yang ditulis dengan cermat mulai dari sikap sangat positif hingga sangat negatif mengenai suatu hal (Zikmund & Griffin, 2016). Skala Likert digunakan dalam metodologi penelitian ini dan terdapat 5 skala, yaitu :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### 3.3.1 Task-Technology Fit

*Task-Technology Fit* dalam penelitian ini memiliki definisi sebagai seberapa jauh individu menilai suatu teknologi dapat cocok atau sesuai dengan pekerjaannya ketika menggunakan aplikasi *video conference* seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Teknologi dirancang agar mampu untuk memenuhi kebutuhan tugas secara spesifik bagi individu dan agar lebih mudah untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam pekerjaan mereka. *Task-Technology Fit* adalah hipotesis efektivitas teknologi yang menyatakan bahwa kemandirian teknologi baru dapat diukur dengan mengevaluasi hubungan antara teknologi dan tugas-tugas yang didukung (Muangmee et al., 2021). Konsep ini digambarkan sebagai kesesuaian sistem dengan tugas yang dapat memberikan bantuan pada individu dalam kinerjanya (Alamri et al., 2020). Hal ini juga merupakan bentuk dari gaya pertemuan daring yang menjadi ciri khas adanya suatu teknologi (Lin et al., 2021). Hal yang dapat dikaji dengan pendapat di atas yaitu adanya kesamaan pandangan dari ketiga penulis bahwa *Task-Technology Fit* bersinggungan dengan kemandirian teknologi, mampu untuk memberikan bantuan dalam kinerja, dan adanya penggunaan teknologi berupa pertemuan daring sebagai bentuk ciri khas dari teknologi. Artinya, sesuai dengan pandangan penulis mengenai *Task-Technology Fit* bahwa dengan menggunakan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam pekerjaan terutama ketika melakukan pertemuan secara daring menggunakan aplikasi *video conference*.

Variabel *Task-Technology Fit* diukur dengan menggunakan skala Likert mulai dari satu (1) hingga lima (5) dengan merujuk pada item penelitian dari (Pillai & Sivathanu, 2020), (Alyoussef, 2021), (Navarro et al., 2021), dan (Pal & Patra, 2021). Variabel *Task-Technology Fit* menggunakan item pengukuran seperti yang terdapat pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2 Item Pengukuran *Task-Technology Fit***

<b>Kode</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<b>TTF1</b>	Saya merasa penggunaan <i>Video Conference</i> ini sesuai untuk setiap pertemuan
<b>TTF2</b>	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih
<b>TTF3</b>	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik
<b>TTF4</b>	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan
<b>TTF5</b>	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>
<b>TTF6</b>	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan
<b>TTF7</b>	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan

### 3.3.2 Perceived Usefulness

*Perceived Usefulness* dalam penelitian ini merupakan salah satu komponen penting yang memiliki definisi yaitu keyakinan individu ketika menggunakan suatu teknologi yang mampu memberikan kinerja dan berdampak pada produktivitas

serta efektifitas individu tersebut ketika melakukan pekerjaannya saat menggunakan aplikasi *video conference* seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hal ini dianggap mampu untuk memprediksi perilaku manusia (Chatterjee et al., 2021). Salah satu komponen terpenting dari Technology Acceptance Model (TAM) yaitu *Perceived Usefulness* (Rizun & Strzelecki, 2020). Saat mengadopsi suatu teknologi, individu diharapkan memahami nilainya untuk meningkatkan kinerja mereka (Mutambara & Bayaga, 2021). Hal yang dapat dikaji dengan pendapat diatas yaitu adanya kesamaan pandangan dari ketiga penulis bahwa *Perceived Usefulness* bersinggungan dengan persepsi yang mampu memprediksi perilaku manusia, persepsi ini dinyatakan sebagai salah satu komponen terpenting, dan pengguna teknologi mampu untuk paham atas nilai dari penggunaan teknologi. Artinya, sesuai dengan pandangan penulis mengenai *Perceived Usefulness* bahwa dengan menggunakan teknologi mampu untuk memberikan kinerja yang baik dan peningkatan kinerja, sehingga mampu untuk memengaruhi perilaku individu dalam menggunakan aplikasi *video conference*.

Variabel *Perceived Usefulness* diukur dengan menggunakan skala Likert mulai dari satu (1) hingga lima (5) dengan merujuk pada item penelitian dari (Choi & Song, 2020), (Ashfaq et al., 2020), (Pillai et al., 2020), dan (Chatterjee & Kumar Kar, 2020). Variabel *Perceived Usefulness* menggunakan item pengukuran seperti yang terdapat pada tabel 3.3.

**Tabel 3. 3 Item Pengukuran *Perceived Usefulness***

<b>Kode</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<b>PU1</b>	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja

<b>PU2</b>	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>
<b>PU3</b>	Saya yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari
<b>PU4</b>	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas
<b>PU5</b>	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini memberikan peningkatan dalam kinerja
<b>PU6</b>	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja
<b>PU7</b>	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas

### 3.3.3 Perceived Ease of Use

*Perceived Ease of Use* dalam penelitian ini memiliki definisi yaitu seberapa jauh individu memiliki kepercayaan mengenai teknologi yang digunakan mampu dioperasikan dengan mudah dan dapat dipahami ketika menggunakan aplikasi *video conference* seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Persepsi ini dikatakan penting karena memiliki pengaruh terhadap tindakan adopsi teknologi tersebut. *Perceived Ease of Use* dalam suatu teknologi harus dapat ditemukan kemudahannya oleh individu yang menggunakan karena akan dapat meningkatkan niat perilaku mereka untuk menggunakan teknologi tersebut (Al-Emran et al., 2020). Persepsi ini memprediksi niat pengguna untuk menggunakan sistem atau teknologi baru (Chatterjee et al., 2021). Sejauh mana orang berasumsi bahwa menggunakan sistem tertentu akan memberikan manfaat karena kemudahan dan kurangnya pekerjaan yang dibutuhkan (Pillai & Sivathanu, 2020). Hal yang dapat

dikaji dengan pendapat diatas yaitu adanya kesamaan pandangan dari ketiga penulis bahwa *Perceived Ease of Use* bersinggungan dengan kemudahan teknologi, memprediksi niat individu dalam menggunakan teknologi, dan teknologi memberikan manfaat. Artinya, sesuai dengan pandangan penulis mengenai *Perceived Ease of Use* bahwa dengan menggunakan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam mengoperasikannya, sehingga mampu untuk memengaruhi niat individu dalam mengadopsi teknologi terutama menggunakan aplikasi *video conference*.

Variabel *Perceived Ease of Use* diukur dengan menggunakan skala Likert mulai dari satu (1) hingga lima (5) dengan merujuk pada item penelitian dari (Dhagarra et al., 2020), (Vahdat et al., 2021), (Buil et al., 2020), dan (Al-Emran et al., 2020). Variabel *Perceived Ease of Use* menggunakan item pengukuran seperti yang terdapat pada tabel 3.4.

**Tabel 3. 4 Item Pengukuran *Perceived Ease of Use***

<b>Kode</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<b>PEOU1</b>	Saya merasa mudah ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini
<b>PEOU2</b>	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan
<b>PEOU3</b>	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan
<b>PEOU4</b>	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik
<b>PEOU5</b>	Saya beranggapan dengan <i>Video Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi

<b>PEOU6</b>	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti
<b>PEOU7</b>	Saya setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan

### 3.3.4 Attitude

*Attitude* dalam penelitian ini memiliki definisi yaitu sikap individu terhadap penerimaan dan antusiasme atau juga ketakutan dan penolakan mengenai penggunaan dari teknologi saat menggunakan aplikasi *video conference* seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Sikap tersebut bergantung pada sejauh mana individu merasa positif atau negatif terhadap hal yang mereka yakini akan memengaruhi perilaku mereka. Sikap individu dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan perhatian individu mengenai teknologi (Sayaf et al., 2022). Sikap adalah konsep psikologis dan emosional yang mencerminkan gagasan dan keadaan pikiran kumulatif seseorang yang dibentuk oleh pengalamannya (Naveed et al., 2020). Reaksi emosional total seseorang terhadap penggunaan teknologi baru dicirikan sebagai sikapnya (Al-Rahmi et al., 2021). Hal yang dapat dikaji dengan pendapat diatas yaitu adanya kesamaan pandangan dari ketiga penulis bahwa *Attitude* bersinggungan dengan sikap yang dipengaruhi oleh lingkungan dan perhatian individu, gagasan dan keadaan berdasarkan pengalaman, serta reaksi emosional terhadap teknologi. Artinya, sesuai dengan pandangan penulis mengenai *Attitude* bahwa sikap membentuk penerimaan atau penolakan individu yang dapat dipengaruhi oleh beberapa hal ketika menggunakan aplikasi *video conference*.

Variabel *Attitude* diukur dengan menggunakan skala Likert mulai dari satu (1) hingga lima (5) dengan merujuk pada item penelitian dari (Talantis et al., 2020), (Singh et al., 2020), (Mathew & Soliman, 2021), dan (Mailizar et al., 2021). Variabel *Attitude* menggunakan item pengukuran seperti yang terdapat pada tabel 3.5.

**Tabel 3. 5 Item Pengukuran *Attitude***

<b>Kode</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<b>ATT1</b>	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus
<b>ATT2</b>	Saya mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik
<b>ATT3</b>	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi
<b>ATT4</b>	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik
<b>ATT5</b>	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus
<b>ATT6</b>	Saya mengetahui penggunaan <i>Video Conference</i> ini sedang menjadi tren saat ini
<b>ATT7</b>	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang

### **3.3.5 Perceived Impact on Learning**

*Perceived Impact on Learning* dalam penelitian ini memiliki definisi yaitu seberapa jauh pemikiran individu terhadap teknologi pada dampak dalam proses pembelajaran. Teknologi dapat memberikan lingkungan pembelajaran yang inklusif, memungkinkan partisipasi, dan peluang pengembangan keterampilan

digital di era saat ini. Hal ini mempunyai pengaruh terhadap pendidikan karena membantu individu untuk menemukan layanan yang bermanfaat, sehingga mereka dapat merasakan kegunaannya (Al-Omairi et al., 2021). Hal yang kompetitif perlu adanya penyusunan mengenai strategi pembelajaran dan penciptaan pengetahuan dengan cepat (Al-Omouh et al., 2020). Beberapa hal selain jumlah pembelajaran, pandangan siswa terhadap pembelajaran juga harus diperhitungkan (Savaş & Turan, 2023). Hal yang dapat dikaji dengan pendapat di atas yaitu adanya kesamaan pandangan dari ketiga penulis bahwa *Perceived Impact on Learning* bersinggungan dengan membantu individu menemukan layanan yang bermanfaat, membantu untuk meningkatkan strategi dan penciptaan pengetahuan secara cepat, dan pandangan mengenai pembelajaran. Artinya, sesuai dengan pandangan penulis mengenai *Perceived Impact on Learning* bahwa penggunaan teknologi mampu memberikan layanan yang bermanfaat seperti lingkungan pembelajaran yang inklusif, partisipatif, dan pengembangan keterampilan digital, sehingga mampu untuk menciptakan pengetahuan secara cepat terutama dalam menggunakan aplikasi *video conference*.

Variabel *Perceived Impact on Learning* diukur dengan menggunakan skala Likert mulai dari satu (1) hingga lima (5) dengan merujuk pada item penelitian dari (Göl et al., 2023), (Weidlich et al., 2022), (Fearnley et al., 2022), dan (Bailey et al., 2022). Variabel *Perceived Impact on Learning* menggunakan item pengukuran seperti yang terdapat pada tabel 3.6.

**Tabel 3. 6 Item Pengukuran *Perceived Impact on Learning***

<b>Kode</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<b>PIOL1</b>	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini
<b>PIOL2</b>	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini memiliki koneksi yang stabil
<b>PIOL3</b>	Saya mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini
<b>PIOL4</b>	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan
<b>PIOL5</b>	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini mudah mencapai hasil maksimal
<b>PIOL6</b>	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan
<b>PIOL7</b>	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan

### **3.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini mengumpulkan jenis data primer sebagai penerapan jenis datanya yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Topik metode pengumpulan data primer difokuskan pada empat metode pengumpulan data dasar, yaitu wawancara, observasi, pemberian kuesioner, dan eksperimen (Sekaran & Bougie, 2020). Data primer digunakan pada penelitian ini dengan alasan yaitu peneliti akan menggunakan data berdasarkan dari penyebaran kuesioner sebelumnya.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis, sehingga dapat dijawab oleh responden. Penyebaran kuesioner dengan

menggunakan perangkat elektronik dengan mengirimkan kuesioner melalui email, mempublikasikan link di website atau blog pribadi, serta memanfaatkan media sosial untuk menarik responden (Sekaran & Bougie, 2020). Peneliti mengambil data kuesioner menggunakan Google Form untuk membuat kuesioner yang di mana nantinya akan disebar menggunakan media sosial yang gemar digunakan saat ini serta juga pada media komunikasi *online*, seperti Line, Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Twitter. Peneliti juga memungkinkan untuk menerapkan penyebaran kuesioner menggunakan *personal chat* dan secara langsung. Peneliti juga melakukan penyebaran dengan menggunakan orang yang dapat dijadikan penghubung dalam menyebarkan kuesioner pada wilayah-wilayah tersebut atau yang disebut dengan *pipeline*. Penggunaan *pipeline* dapat mempermudah penulis karena akan membantu penyebaran kuesioner tanpa penulis harus menyebarkan secara langsung kuesioner tersebut di wilayah tertentu, sehingga dengan menggunakan bantuan saudara, kerabat, keluarga, dan *fellowship* dari penulis untuk menyebarkan kuesioner yang telah disediakan agar mampu mencapai jumlah responden yang dituju. Pertanyaan kuesioner penelitian ini merupakan jenis pertanyaan tertutup yang di mana pertanyaan tersebut sudah diberikan jawaban terlebih dahulu oleh penulis dengan tujuan agar responden tidak dapat mengisi jawaban secara mandiri atau diluar dari jawaban yang telah disediakan oleh penulis.

### **3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Penulis perlu untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas pada setiap variabel dan indikator yang digunakan agar dapat melakukan pengujian pada penelitian ini. Uji validitas merupakan pemaparan informasi yang diukur atau variabel yang dikumpulkan berdasarkan indikatornya (Zikmund & Griffin, 2016). Apabila salah satu indikator memenuhi syarat *Corrected Item Total Corellation* atau syarat nilai *Pearson Correlation*  $\geq 0,50$ , maka indikator tersebut dianggap valid dan dinilai validitasnya.

Uji reliabilitas adalah ketika cara apa pun untuk mengukur sesuatu menghasilkan hasil yang sama, terlepas dari seberapa tepat dan konsisten hasil tersebut, hasil pengukuran tersebut menjadi tujuan uji reliabilitas (Zikmund & Griffin, 2016). Suatu alat ukur disebut pantas atau tidak dalam koefisien dengan melakukan uji reliabilitas yang dilakukan disebut dengan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Ukuran koefisien berada pada rentang dari 0 sampai dengan 1 yang di mana ketika nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,70, variabel tersebut dianggap reliabel dengan begitu hal tersebut menjadi kriteria untuk mengukur suatu variabel.

### **3.6. Uji Pilot**

Penulis perlu melakukan uji pilot terlebih dahulu sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penulis melakukan uji pilot ini agar dapat mengukur reliabilitas dan validitas dari kuesioner penelitian yang akan disebarkan pada responden. Penulis membutuhkan 30 responden untuk melakukan uji pilot dengan mengisi kuesioner yang telah dirancang sebelumnya. Hasil tanggapan

kuesioner tersebut akan dikumpulkan dan diperiksa untuk melihat validitas dan reliabilitasnya menggunakan program statistika SPSS.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Model persamaan struktural ini digunakan bertujuan agar dapat memeriksa data yang telah dikumpulkan. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah jenis model statistik yang mencoba menjelaskan hubungan antara banyak variabel (Hair *et al.*, 2019). Teknik SEM melakukan pengujian sebuah rangkaian beberapa variabel independen dengan rangkaian variabel dependen. Teknik tersebut juga dapat memungkinkan peneliti untuk melakukan pengujian ulang mengenai teori yang digunakan.

#### **3.7.1 Uji Faktor Analisis**

Uji faktor analisis digunakan agar dapat melakukan identifikasi mengenai valid atau tidaknya sebuah indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel laten. Uji faktor analisis memungkinkan peneliti menganalisis kontribusi setiap item skala serta seberapa efektif skala tersebut mencerminkan gagasan (reliabilitas) (Hair *et al.*, 2019). Indikator yang telah dilakukan pengujian sebelumnya, ketika indikator tersebut ada yang *invalid* akan maka akan dihapus. Pengujian ini akan dilakukan menggunakan perangkat lunak program AMOS *Graphic*. Penelitian ini menggunakan variabel *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease*

*of Use, Attitude, dan Perceived Impact on Learning*. Jika nilai *loading factor* kurang dari  $\geq 0,5$  maka indikator tersebut akan dihapus karena ditolak.

### **3.7.2 Data Penelitian Utama**

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak AMOS untuk melakukan pengolahan data. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan adanya kuantitas data yang besar. Terdapat beberapa tahapan dalam pengujiannya, yaitu uji hipotesis, *structural model*, *goodness of fit*, *outlier and normality*, *reability and validity*, dan *measurement model*. Pengujian tersebut bertujuan agar mendapatkan output komparabilitas variabel indikator dengan adanya eksplanasi konstruk laten yang ada. Input data tersebut pada tahap pengujian *Structural Equation Model* (SEM) yang akan beroperasi menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

### **3.7.3 Uji Goodness of Fit**

Uji *Goodness of Fit* merupakan gambaran mengenai seberapa cocok model tersebut meringkas perbedaan antara nilai yang diamati dengan nilai yang diharapkan. Pengukuran tentang seberapa efektif suatu struktur model tertentu mereproduksi matriks kovarians di antara variabel-variabel indikator; alternatifnya, kebenaran teori yang disarankan (Hair *et al.*, 2019). Model yang diuji yaitu model pengukuran dan struktural, sehingga nilai *Goodness of Fit* berdasarkan pada penilaian dari kedua model tersebut dengan menggunakan indeks kesesuaian mutlak, yaitu :

### 1. *Normed of Chi-Square*

*Normed of Chi-Square* tidak boleh digunakan sebagai pengganti nilai *chi-square* sebenarnya dan bilangan df. Pada SEM, satu-satunya uji statistik yang relevan untuk perbedaan matriks adalah uji *chi-square* ( $x^2$ ) yang dinyatakan secara matematis (Hair *et al.*, 2019).

### 2. *Goodness of Fit Index* (GFI)

Hal ini digunakan untuk memproduksi statistik yang kurang sensitif terhadap ukuran sampelnya. *Goodness of Fit Index* hanya memberikan arahan yang sesuai, sehingga tidak memberikan uji statistik apapun. Nilai GFI bervariasi dari rentang 0 hingga 1, dengan nilai GFI yang lebih besar menghasilkan keselarasan yang lebih baik, sedangkan ketika nilainya berada pada rentang 0,8 - 0,9 dianggap cocok, selain itu ketika 0,95 tersebut sudah tercapai sebaiknya digunakan (Hair *et al.*, 2019).

### 3. *RMSEA* (*Root Mean Square Error of Approximation*)

*Root Mean Square Error of Approximation* merupakan nilai indeks yang digunakan agar dapat melakukan pengoreksian nilai statistik *chi-square* pada sampel yang besar. Pendekatan RMSEA ini berfungsi sebagai perkiraan kuantitas sampel dan juga akurasi dari hasil uji komparabilitas melalui model dan populasi yang digunakan. Teknik RMSEA akan dinilai valid dan kompatibel dengan nilai berkisar antara 0,03 hingga 0,08 dengan begitu, semakin kecil nilai yang diukur maka semakin kompatibel elemen yang diukur (Hair *et al.*, 2019).

#### 4. TLI (*Tucker Lewis Index*)

*Tucker Lewis Index* merupakan sebuah indeks ketepatan tambahan yang di mana dilakukan perbandingan antara sebuah model yang di uji dengan *baseline* model tersebut. Sekalipun nilai TLI-nya besar, namun bisa dikatakan ada kecocokan yang baik jika mendekati 1 (Hair *et al.*, 2019).

#### 5. CFI (*Comparative Fit Index*)

*Comparative Fit Index* memiliki pengertian yaitu ukuran mengenai kesesuaian model dengan menggunakan basis komparatif dengan mode null. Bentuk *Comparative Fit Index* merupakan bentuk dari *normed fit index* yang ditingkatkan. Nilai CFI yang dinormalisasi berkisar antara 0 hingga 1 yang di mana hal tersebut menunjukkan bahwa nilai tersebut merupakan kecocokan yang layak, namun kecocokan tersebut akan lebih baik jika nilainya bisa lebih besar dari nilai sebelumnya (Hair *et al.*, 2019).

### **3.7.4 Uji Hipotesis**

Penggunaan model *Structural Equation Modeling* (SEM) cocok pada penelitian ini. Penggunaan model persamaan struktural ini agar dapat memeriksa data yang telah terkumpul sebelumnya yang di mana model ini merupakan suatu teknik dalam statistik yang di mana mampu untuk menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, adanya hubungan antara variabel laten satu dengan yang lainnya, serta mampu untuk mengetahui seberapa besar kesalahan dalam pengukuran yang terjadi. Teknik ini dapat membantu peneliti agar dapat mengukur hubungan antar variabel yang diukur dengan variabel laten secara

bersamaan dan juga tetap menggabungkan elemen regresi serta analisis faktor. Pendekatan SEM digunakan untuk menghubungkan struktur dengan apa yang telah disampaikan dalam satu kumpulan persamaan dan dengan begitu akan dilakukan pengujian untuk menunjukkan kesesuaian data dengan seluruh variabel yang digunakan dalam menguji hipotesis tersebut (Hair *et al.*, 2019).

Penelitian ini menggunakan indeks *goodness of fit* agar dapat melakukan penilaian kembali mengenai keefektivitasan model yang digunakan pada uji kecocokan model. Terdapat dua kriteria dalam pengujian hipotesis *Structural Equation Model* (SEM). Pertama, hipotesis dinyatakan signifikan jika  $p$ -value < 0,1, kedua yaitu nilai CR 1,96 dan nilai alpha 5%, serta rasio (Cr) sebesar  $\geq 1,645$  maka hasil hipotesis alternatif diterima (Hair *et al.*, 2019).

### **3.8. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melakukan pengukuran mengenai ketepatan item pertanyaan pada setiap variabel yang digunakan. Pada pengujian ini, item pertanyaan yang dikatakan valid ketika memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0.5$  dan taraf signifikan 0,05. Penelitian ini menggunakan sebanyak 30 responden sebagai sampel guna melakukan pengujian pada tahap awal yang membentuk variabel penelitian yaitu *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi statistik *IBM SPSS Statistics 29*. Hasil pengujian yang di olah adalah sebagai berikut:

### 3.8.1 Task-Technology Fit

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel *Task-Technology Fit***

Variabel	Item	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Task-Technology Fit</i> (TTF)	TTF1	Saya merasa penggunaan <i>Video Conference</i> ini sesuai untuk setiap pertemuan	.480**	.007	Invalid
	TTF2	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih	.755**	<.001	Valid
	TTF3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik	.625**	<.001	Valid
	TTF4	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan	.559**	.001	Valid
	TTF5	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>	.579**	<.001	Valid
	TTF6	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan	.642**	<.001	Valid

		pertemuan yang dilakukan			
	TTF7	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan	.603**	<.001	Valid

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**\***. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 3.7 ditunjukkan bahwa terdapat 6 item pertanyaan dari variabel *Task-Technology Fit* yang memiliki *pearson correlation* 0.50 atau lebih tinggi dan nilai signifikan *pearson correlation* 0.50 atau lebih rendah. Hasil dari uji validitas tersebut juga menyatakan bahwa terdapat 1 bagian pertanyaan yang memiliki nilai *pearson correlation* kurang dari 0.50, yaitu pada item pertanyaan TTF1. Kesimpulan dari hasil tersebut, bahwa 6 item pertanyaan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Task-Technology Fit*.

### 3.8.2 Perceived Usefulness

**Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness***

Variabel	Item	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
	PU1	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja	.581**	<.001	Valid

Perceived Usefulness (PU)	PU2	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>	.845**	<.001	Valid
	PU3	Saya yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari	.671**	<.001	Valid
	PU4	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas	.828**	<.001	Valid
	PU5	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini memberikan peningkatan dalam kinerja	.646**	<.001	Valid
	PU6	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja	.760**	<.001	Valid
	PU7	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas	.798**	<.001	Valid

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**\*.** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 3.8 ditunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dari variabel *Perceived Usefulness* yang memiliki *pearson correlation* 0.50 atau lebih tinggi dan nilai signifikan *pearson correlation* 0.50 atau lebih rendah. Hasil dari uji validitas tersebut juga menyatakan bahwa semua item pertanyaan dapat mewakili variabel *Perceived Usefulness* dikarenakan teridentifikasi valid.

### 3.8.3 Perceived Ease of Use

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use***

Variabel	Item	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PEOU1	Saya merasa mudah ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.790**	<.001	Valid
	PEOU2	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan	.630**	<.001	Valid
	PEOU3	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan	.670**	<.001	Valid
	PEOU4	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik	.681**	<.001	Valid
	PEOU5	Saya beranggapan dengan <i>Video</i>			

		<i>Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi	.641**	<.001	Valid
	PEOU6	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti	.575**	<.001	Valid
	PEOU7	Saya setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan	.724**	<.001	Valid

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**\***. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 3.9 ditunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dari variabel *Perceived Ease of Use* yang memiliki *pearson correlation* 0.50 atau lebih tinggi dan nilai signifikan *pearson correlation* 0.50 atau lebih rendah. Hasil dari uji validitas tersebut juga menyatakan bahwa semua item pertanyaan dapat mewakili variabel *Perceived Ease of Use* dikarenakan teridentifikasi valid.

### 3.8.4 Attitude

**Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel *Attitude***

Variabel	Item	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
	ATT1	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.732**	<.001	Valid

Perceived Attitude (ATT)		untuk pertemuan daring adalah ide bagus			
	ATT2	Saya mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik	.529**	.003	Valid
	ATT3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi	.708**	<.001	Valid
	ATT4	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik	.508**	.004	Valid
	ATT5	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus	.700**	<.001	Valid
	ATT6	Saya mengetahui penggunaan <i>Video Conference</i> ini sedang menjadi tren saat ini	.441*	.015	Invalid
	ATT7	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang	.768**	<.001	Valid

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**\***. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 3.10 ditunjukkan bahwa terdapat 6 item pertanyaan dari variabel *Attitude* yang memiliki *pearson correlation* 0.50 atau lebih tinggi dan nilai signifikan *pearson correlation* 0.50 atau lebih rendah. Hasil dari uji validitas tersebut juga menyatakan bahwa terdapat 1 bagian pertanyaan yang memiliki nilai *pearson correlation* kurang dari 0.50, yaitu pada item pertanyaan ATT6. Kesimpulan dari hasil tersebut, bahwa 6 item pertanyaan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Attitude*.

### 3.8.5 Perceived Impact on Learning

**Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Impact on Learning***

Variabel	Item	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
	PIOL1	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.801**	<.001	Valid
	PIOL2	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini memiliki koneksi yang stabil	.461*	.010	Invalid

<i>Perceived Impact on Learning (PIOL)</i>	PIOL3	Saya mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.611**	<.001	Valid
	PIOL4	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan	.812**	<.001	Valid
	PIOL5	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini mudah mencapai hasil maksimal	.595**	<.001	Valid
	PIOL6	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan	.764**	<.001	Valid
	PIOL7	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan	.599**	<.001	Valid

**\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

**\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).**

Pada tabel 3.11 ditunjukkan bahwa terdapat 6 item pertanyaan dari variabel *Perceived Impact on Learning* yang memiliki *pearson correlation* 0.50 atau lebih tinggi dan nilai signifikan *pearson correlation* 0.50 atau lebih rendah. Hasil dari uji validitas tersebut juga menyatakan bahwa terdapat 1 bagian pertanyaan yang memiliki nilai *pearson correlation* kurang dari 0.50, yaitu pada item pertanyaan

PIOL2. Kesimpulan dari hasil tersebut, bahwa 6 item pertanyaan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Perceived Impact on Learning*.

### 3.9. Uji Reliabilitas

Pada tabel tersebut terdapat nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa ketentuan nilai *Cronbach's Alpha* telah terpenuhi pada masing-masing variabel, yaitu Cronbach's Alpha  $\geq 0.7$ , hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel teridentifikasi reliabel.

No.	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Task-Technology Fit</i> (TTF)	.731	Reliabel
2.	<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	.843	Reliabel
3.	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	.794	Reliabel
4.	<i>Attitude</i> (ATT)	.766	Reliabel
5.	<i>Perceived Impact on Learning</i> (PIOL)	.761	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah 2023

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas mengenai *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning* pada industri telekonferensi. Hasil uji dan model analisis yang dilampirkan berdasarkan pada jawaban kuesioner responden yang bertujuan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis yang akan dibahas. Peneliti menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung berdasarkan pada hasil jawaban dari responden yang telah didistribusikan kepada 180 responden, namun terdapat 10 responden yang tidak lolos dalam *screening* awal. Peneliti mengambil sampel besar sebanyak 170 responden yang di mana secara keseluruhan sebanyak 180 responden telah menerima kuesioner untuk data penelitian utama. Pada bab ini menjelaskan mengenai beberapa hasil pengujian, seperti uji validitas dan reliabilitas, uji *Confirmatory Factor Analysis*, statistik deskriptif, profil responden, gambar model penelitian, serta hasil hipotesis.

#### **4.1. Penelitian Utama**

##### **4.1.1 Data Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan responden sebagai pemberi tanggapan yang di mana akan digunakan untuk data deskriptif, lalu data tersebut akan diproyeksikan bersama dengan profil responden dan berkaitan dengan faktor penelitian. Klasifikasi responden yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pada

jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan domisili berdasarkan populasi yang terpilih. Sebanyak 170 responden yang telah memenuhi kriteria pada *screening question* untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu responden yang berdomisili di 7 wilayah yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, dan Makassar. Responden yang berusia antara 15 tahun hingga lebih dari 50 tahun, mengetahui aplikasi ini.

#### 4.1.1.1 Jenis Kelamin

Klasifikasi penyebaran kuesioner pada 170 responden berdasarkan pada jenis kelamin, sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	59	34,5%
Perempuan	111	65,5%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Menurut tabel 4.1 mayoritas jenis kelamin responden yaitu perempuan dengan jumlah sebanyak 111 atau sebesar 65,5% dari penelitian dan responden laki-laki dengan jumlah sebanyak 59 atau sebesar 34,5%. Hasilnya menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak dan sering menggunakan aplikasi tersebut. Penggunaan layanan ini lebih banyak digunakan oleh perempuan dalam melakukan aktivitas secara daring, hal ini dibuktikan dalam sebuah penelitian pada platform produktivitas Hive dalam *The Hive State of the Workplace Report* yang menyatakan bahwa perempuan 10% lebih produktif dibandingkan dengan laki-laki ketika melakukan pekerjaan.

#### 4.1.1.2 Usia Responden

Penelitian ini berfokus pada semua generasi dengan rentang usia 15 tahun hingga 50 tahun keatas. Rentang usia tersebut dianggap mampu untuk menjawab kuesioner dengan benar.

**Tabel 4. 2 Usia Responden**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
15-26 tahun	92	54,4%
27-40 tahun	67	39,4%
41-50 tahun	6	3,6%
> 50 tahun	4	2,6%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.2 menjelaskan bahwa responden yang berusia 15 – 26 tahun berjumlah sebanyak 92 atau sebesar 54,4% dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah sebanyak 4 atau sebesar 2,6%. Mayoritas usia responden dalam penelitian ini terletak pada usia 15 – 26 tahun sebesar 54,4%. Menurut Kemenkes RI Tahun 2007 bahwa kelompok usia produktif berada pada rentang usia 15 – 64 tahun. Temuan ini menentukan bahwa responden 15 – 26 tahun yang paling banyak mengetahui dan menggunakan layanan ini untuk menunjang kegiatan secara daring dibandingkan dengan responden pada rentang usia yang lainnya.

#### 4.1.1.3 Pendidikan

Hasil dari penyebaran kuesioner pada 170 responden diperoleh karakteristik data responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 3 Pendidikan Responden**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SMP atau sederajat	2	0,4%
SMA atau sederajat	70	42%
S1 atau sederajat	86	52,4%
S2 atau sederajat	7	4,2%
D3	3	0,6%
Ibu Rumah Tangga	1	0,2%
Diploma	1	0,2%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.3 mengenai pendidikan responden menunjukkan bahwa pendidikan responden S1 atau sederajat berjumlah sebanyak 86 atau sebesar 52,4%, pendidikan responden Ibu Rumah Tangga berjumlah sebanyak 1 atau sebesar 0,2%, dan pendidikan responden Diploma berjumlah sebanyak 1 atau sebesar 0,2%. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas taraf pendidikan responden terletak pada S1 atau sederajat. Hasil temuan ini menentukan bahwa responden yang memiliki pendidikan S1 atau sederajat mengetahui dan menggunakan layanan ini.

#### **4.1.1.4 Pekerjaan**

Hasil dari penyebaran kuesioner pada 170 responden diperoleh karakteristik data responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar atau Mahasiswa	68	41,6%
Pegawai atau Karyawan	48	29,5%
Wiraswasta	20	12%
PNS atau BUMN	24	14,1%
Pensiunan BUMN	2	1%
Honorar	1	0,2%

<i>Non Governmental Organization</i>	1	0,2%
Ibu Rumah Tangga	2	0,4%
Tidak Bekerja	2	0,4%
Karyawan Swasta	1	0,2%
Pensiunan PNS	1	0,2%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.4 mengenai pekerjaan responden menjelaskan bahwa responden pelajar atau mahasiswa berjumlah sebanyak 68 atau 41,6%, honorer berjumlah sebanyak 1 atau 0,2%, *Non Governmental Organization* berjumlah sebanyak 1 atau 0,2%, karyawan swasta berjumlah sebanyak 1 atau 0,2%, dan pensiunan PNS berjumlah sebanyak 1 atau 0,2%. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu sebagai pelajar atau mahasiswa. Temuan ini menentukan bahwa pelajar atau mahasiswa lebih mengetahui dan sering menggunakan layanan ini untuk kegiatan yang dilakukan secara daring.

#### 4.1.1.5 Pendapatan

Hasil dari penyebaran kuesioner pada 170 responden diperoleh karakteristik data responden berdasarkan pendapatan sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Pendapatan Responden**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
< Rp500.000	41	24,3%
Rp500.001 - Rp1.000.000	11	6,2%
Rp1.000.001 - Rp2.500.000	17	9,8%
Rp2.500.001 - Rp4.000.000	28	16,3%
>Rp4.000.000	74	43,4%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.5 mengenai pendapatan responden menjelaskan bahwa responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp4.000.000 sebanyak 74 atau sebesar 43,4% dan responden yang memiliki pendapatan Rp500.001 – Rp1.000.000 sebanyak 11 atau 6,2%. Temuan ini menentukan bahwa responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp4.000.000 banyak menggunakan layanan ini untuk menunjang pertemuan daring yang dilakukan.

#### 4.1.1.6 Domisili

Hasil dari penyebaran kuesioner pada 170 responden diperoleh karakteristik data responden berdasarkan domisili sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Domisili Responden**

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Jakarta	36	21,1%
Yogyakarta	40	23,5%
Samarinda	15	8,8%
Tangerang	20	12%
Tarakan	35	20,7%
Surabaya	15	8,6%
Makassar	9	5,2%
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.6 mengenai domisili responden menjelaskan bahwa domisili responden pada kota Yogyakarta berjumlah 40 atau sebesar 23,5% dan Makassar berjumlah 9 atau sebesar 5,2%. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berdomisili di kota Yogyakarta dengan persentase sebesar 23,5%. Temuan ini menentukan bahwa responden yang berdomisili di kota Yogyakarta

banyak menggunakan layanan ini untuk melakukan kegiatan seperti bekerja, belajar, dan menghadiri pertemuan yang dilakukan secara daring.

#### **4.1.2 Statistik Deskriptif Variabel**

Deskriptif variabel memiliki tujuan agar dapat melakukan rekapitulasi pada jawaban responden serta agar mampu mendapatkan jawaban deskriptif pada setiap variabel. Standar deviasi digunakan agar dapat menentukan seberapa berbeda jawaban dari responden terhadap survei penelitian yang ditampilkan dengan data deskriptif. Terdapat 5 alternatif pilihan jawaban pada pertanyaan yang menjadi acuan dengan skor maksimal ideal sebesar 5 dan skor minimal ideal sebesar 1, serta interval kelas ideal adalah 5, sehingga nilai intervalnya yaitu 0,8. Nilai interval skor dihitung dengan melakukan pembagian antara maksimum ideal dengan minimum ideal serta menjumlahkan interval kelas. Berdasarkan nilai interval tersebut, maka informasi responden sampel yang digunakan dalam survei penelitian ini, yaitu:

1. Kategori sangat rendah terdapat pada hasil skor rata-rata interval 1,00 – 1,79.
2. Kategori rendah terdapat pada hasil skor rata-rata interval 1,80 – 2,59.
3. Kategori cukup tinggi terdapat pada hasil skor rata-rata interval 2,60 – 3,39.
4. Kategori tinggi terdapat pada hasil skor rata-rata interval 3,40 – 4,19.
5. Kategori sangat tinggi terdapat pada hasil skor rata-rata interval 4,20 – 5,00.

#### 4.1.2.1 Task-Technology Fit

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui tingkat variabel *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hasil analisis deskriptif variabel *Task-Technology Fit* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 7 Penilaian Responden terhadap *Task-Technology Fit***

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev
TTF2	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih	3.42	1.165
TTF3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik	4.29	.640
TTF4	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan	4.02	.795
TTF5	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>	4.05	.731

TTF6	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan	3.62	1.170
TTF7	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan	4.09	.778
	<b>Total</b>	3.92	0.880

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.7 mengenai penilaian rata-rata (*mean*) responden pada variabel *Task-Technology Fit* menunjukkan total *mean* terhadap *Task-Technology Fit* sebesar 3,92 yaitu pada interval antara 3,40 – 4,19 atau masuk pada kategori tinggi. Nilai *mean* tertinggi terletak pada instrumen TTF3 yang menunjukkan responden setuju bahwa *Video Conference* ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik. Nilai *mean* terendah terletak pada instrumen TTF2 yang menunjukkan responden yakin jika *Video Conference* ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih. Hal ini diartikan bahwa responden setuju jika *Task-Technology Fit* mampu memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan *Video Conference*.

Pada variabel *Task-Technology Fit* terdapat nilai standar deviasi yang memiliki rata-rata total 0,880. Pernyataan pada instrumen TTF6 menunjukkan nilai 1,170 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi standar deviasi, maka semakin heterogen jawaban dari responden. Pernyataan pada instrumen TTF3 menunjukkan

nilai 0,640 yang menjelaskan bahwa semakin rendah standar deviasi, maka semakin homogen jawaban dari responden.

#### 4.1.2.2 Perceived Usefulness

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui tingkat variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hasil analisis deskriptif variabel *Perceived Usefulness* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Penilaian Responden terhadap *Perceived Usefulness***

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev
PU1	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja	4.24	.752
PU2	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>	4.06	.785
PU3	Saya yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari	3.52	1.310
PU4	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas	4.01	.845

PU5	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini memberikan peningkatan dalam kinerja	3.66	1.130
PU6	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja	3.98	.817
PU7	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas	4.20	.728
	<b>Total</b>	3.95	0.910

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.8 mengenai penilaian rata-rata (*mean*) responden pada variabel *Perceived Usefulness* menunjukkan total *mean* terhadap *Perceived Usefulness* sebesar 3,95 yaitu pada interval antara 3,40 – 4,19 atau masuk pada kategori tinggi. Nilai *mean* tertinggi terletak pada instrumen PU1 yang menunjukkan responden setuju bahwa mereka dapat berpartisipasi secara *online* menggunakan aplikasi *Video Conference* ini kapan saja dan di mana saja. Nilai *mean* terendah terletak pada instrumen PU3 yang menunjukkan responden yakin aplikasi *Video Conference* ini berguna dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini diartikan bahwa responden setuju jika *Perceived Usefulness* mampu memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan *Video Conference*.

Pada variabel *Perceived Usefulness* terdapat nilai standar deviasi yang memiliki rata-rata total 0,910. Pernyataan pada instrumen PU3 menunjukkan nilai

1,310 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi standar deviasi, maka semakin heterogen jawaban dari responden. Pernyataan pada instrumen PU7 menunjukkan nilai 0,728 yang menjelaskan bahwa semakin rendah standar deviasi, maka semakin homogen jawaban dari responden.

#### 4.1.2.3 Perceived Ease of Use

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui tingkat variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hasil analisis deskriptif variabel *Perceived Usefulness* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 9 Penilaian Responden terhadap *Perceived Ease of Use***

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev
PEOU1	Saya merasa mudah ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	3.90	.980
PEOU2	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan	4.44	.670
PEOU3	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan	4.14	.699
PEOU4	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik	4.14	.690

PEOU5	Saya beranggapan dengan <i>Video Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi	4.06	.777
PEOU6	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti	3.96	.712
PEOU7	Saya setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan	3.73	1.164
	<b>Total</b>	4.05	0.813

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.9 mengenai penilaian rata-rata (*mean*) responden pada variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan total *mean* terhadap *Perceived Ease of Use* sebesar 4,05 yaitu pada interval antara 3,40 – 4,19 atau masuk pada kategori tinggi. Nilai *mean* tertinggi terletak pada instrumen PEOU2 yang menunjukkan responden setuju bahwa *Video Conference* ini mudah digunakan. Nilai *mean* terendah terletak pada instrumen PEOU7 yang menunjukkan responden setuju jika *Video Conference* ini nyaman dan mudah untuk digunakan. Hal ini diartikan bahwa responden setuju jika *Perceived Ease of Use* mampu memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan *Video Conference*.

Pada variabel *Perceived Ease of Use* terdapat nilai standar deviasi yang memiliki rata-rata total 0,813. Pernyataan pada instrumen PEOU7 menunjukkan nilai 1,164 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi standar deviasi, maka semakin heterogen jawaban dari responden. Pernyataan pada instrumen PEOU2

menunjukkan nilai 0,670 yang menjelaskan bahwa semakin rendah standar deviasi, maka semakin homogen jawaban dari responden.

#### 4.1.2.4 Attitude

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui tingkat variabel *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hasil analisis deskriptif variabel *Attitude* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10 Penilaian Responden terhadap *Attitude***

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev
ATT1	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus	4.27	.744
ATT2	Saya mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik	3.42	1.304
ATT3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi	4.23	.673
ATT4	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik	4.22	.729

ATT5	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus	4.25	.662
ATT7	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang	4.14	.667
	<b>Total</b>	4.09	0.797

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.10 mengenai penilaian rata-rata (*mean*) responden pada variabel *Attitude* menunjukkan total *mean* terhadap *Attitude* sebesar 4,09 yaitu pada interval antara 3,40 – 4,19 atau masuk pada kategori tinggi. Nilai *mean* tertinggi terletak pada instrumen ATT5 yang menunjukkan responden setuju bahwa menggunakan *Video Conference* ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus. Nilai *mean* terendah terletak pada instrumen ATT2 yang menunjukkan responden mengetahui jika *Video Conference* ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik. Hal ini diartikan bahwa responden setuju jika *Attitude* mampu memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan *Video Conference*.

Pada variabel *Attitude* terdapat nilai standar deviasi yang memiliki rata-rata total 0,797. Pernyataan pada instrumen ATT2 menunjukkan nilai 1,304 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi standar deviasi, maka semakin heterogen jawaban dari responden. Pernyataan pada instrumen ATT5 menunjukkan nilai 0,662 yang menjelaskan bahwa semakin rendah standar deviasi, maka semakin homogen jawaban dari responden.

#### 4.1.2.5 Perceived Impact on Learning

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui tingkat variabel *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hasil analisis deskriptif variabel *Perceived Impact on Learning* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 11 Penilaian Responden terhadap *Perceived Impact on Learning***

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev
PIOL1	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	4.02	.859
PIOL3	Saya mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini	4.20	1.019
PIOL4	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan	3.85	.830
PIOL5	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini mudah mencapai hasil maksimal	3.54	1.141
PIOL6	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan	4.24	.701
PIOL7	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan	4.10	.688
	<b>Total</b>	3.99	0.873

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel 4.11 mengenai penilaian rata-rata (*mean*) responden pada variabel *Perceived Impact on Learning* menunjukkan total *mean* terhadap *Perceived Impact on Learning* sebesar 3,99 yaitu pada interval antara 3,40 – 4,19 atau masuk pada kategori tinggi. Nilai *mean* tertinggi terletak pada instrumen PIOL6 yang menunjukkan responden setuju bahwa menggunakan *Video Conference* ini di masa depan. Nilai *mean* terendah terletak pada instrumen PIOL5 yang menunjukkan responden berpikir menggunakan *Video Conference* ini mudah mencapai hasil maksimal. Hal ini diartikan bahwa responden setuju jika *Perceived Impact on Learning* berpengaruh pada penggunaan *Video Conference*.

Pada variabel *Perceived Impact on Learning* terdapat nilai standar deviasi yang memiliki rata-rata total 0,873. Pernyataan pada instrumen PIOL5 menunjukkan nilai 1,141 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi standar deviasi, maka semakin heterogen jawaban dari responden. Pernyataan pada instrumen PIOL7 menunjukkan nilai 0,688 yang menjelaskan bahwa semakin rendah standar deviasi, maka semakin homogen jawaban dari responden.

### **4.1.3 Analisis Kuantitatif**

#### **4.1.3.1 Uji Validitas Penelitian Utama**

Uji validitas diperlukan ketika mengukur validitas suatu alat uji atau kuesioner yang digunakan. Kuesioner dapat dikatakan valid ketika mampu memberikan penjelasan mengenai hal-hal yang diukur melalui survey responden yang digunakan untuk memastikan nilai yang diberikan responden dapat diterima dengan baik.

Pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* yang dilakukan guna menunjukkan jika *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan menghasilkan nilai positif, maka indikator pada suatu variabel tersebut dinyatakan valid. Peneliti menggunakan *software IBM SPSS Statistics 29* untuk melakukan pengukuran uji validitas dan sampel yang diuji sebanyak 170 responden.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas *Task-Technology Fit***

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Task-Technology Fit (TTF)</i>	TTF2	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih	.659**	<,001	Valid
	TTF3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik	.455**	<,001	Invalid
	TTF4	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan	.717**	<,001	Valid
	TTF5	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>	.723**	<,001	Valid
	TTF6	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan	.702**	<,001	Valid
	TTF7	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan	.656**	<,001	Valid

**\*\*.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

**\*.** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa 6 item pernyataan dari variabel *Task-Technology Fit* yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan nilai signifikan *pearson correlation*  $\leq 0,05$ . Hasil dari uji validitas tersebut menyatakan bahwa terdapat 1 item pernyataan yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\leq 0,5$  yaitu pada item pernyataan TTF3. Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu 6 item pernyataan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Task-Technology Fit*.

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas *Perceived Usefulness***

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja	.605**	<,001	Valid
	PU2	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>	.619**	<,001	Valid
	PU3	Saya yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari	.550**	<,001	Valid
	PU4	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas	.673**	<,001	Valid
	PU5	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini memberikan peningkatan dalam kinerja	.688**	<,001	Valid
	PU6	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja	.677**	<,001	Valid

	PU7	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas	.688**	<,001	Valid
--	-----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	-------	-------

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel *Perceived Usefulness* yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan nilai signifikan *pearson correlation*  $\leq 0,05$ . Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu semua item pernyataan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Perceived Usefulness*.

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas *Perceived Ease of Use***

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PEOU1	Saya mendapatkan kemudahan ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.670**	<,001	Valid
	PEOU2	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan	.667**	<,001	Valid
	PEOU3	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan	.726**	<,001	Valid
	PEOU4	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik	.681**	<,001	Valid
	PEOU5	Saya beranggapan dengan <i>Video Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi	.732**	<,001	Valid

	PEOU6	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti	.651**	<,001	Valid
	PEOU7	Saya setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan	.594**	<,001	Valid

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel *Perceived Ease of Use* yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan nilai signifikan *pearson correlation*  $\leq 0,05$ . Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu semua item pernyataan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Perceived Ease of Use*.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas *Attitude***

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Attitude (ATT)</i>	ATT1	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus	.744**	<,001	Valid
	ATT2	Saya mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik	.524**	<,001	Valid
	ATT3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi	.737**	<,001	Valid
	ATT4	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik	.681**	<,001	Valid

	ATT5	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus	.711**	<,001	Valid
	ATT7	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang	.700**	<,001	Valid

\*\***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

\***. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).**

Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel *Attitude* yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan nilai signifikan *pearson correlation*  $\leq 0,05$ . Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu semua item pernyataan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Attitude*.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas *Perceived Impact on Learning***

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Perceived Impact on Learning (PIOL)</i>	PIOL1	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.629**	<,001	Valid
	PIOL3	Saya mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.597**	<,001	Valid
	PIOL4	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan	.683**	<,001	Valid
	PIOL5	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini mudah mencapai hasil maksimal	.658**	<,001	Valid
	PIOL6	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan	.644**	<,001	Valid

	PIOL7	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan	.660**	<,001	Valid
--	-------	-------------------------------------------------------------------------------	--------	-------	-------

\*\***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

\***. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).**

Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel *Perceived Impact on Learning* yang memiliki nilai *pearson correlation*  $\geq 0,5$  dan nilai signifikan *pearson correlation*  $\leq 0,05$ . Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu semua item pernyataan teridentifikasi valid dan dapat mewakili variabel *Perceived Impact on Learning*.

#### 4.1.3.2 Uji Reliabilitas Penelitian Utama

Uji reliabilitas digunakan dalam penelitian ini guna melakukan pengukuran mengenai kelayakan variabel yang digunakan. Pengujian reliabilitas dapat diukur melalui nilai *Cronbach Alpha* yang didapatkan pada masing-masing variabel. Uji reliabilitas menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 29. Nilai *Cronbach Alpha* harus lebih besar dari 0,70 pada suatu variabel agar dapat dikatakan reliabel. Hasil pengujian seperti yang tertera pada tabel berikut ini.

**Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel**

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Task-Technology Fit (TTF)</i>	.717	Reliabel
2	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	.736	Reliabel
3	<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	.777	Reliabel
4	<i>Attitude (ATT)</i>	.707	Reliabel
5	<i>Perceived Impact on Learning (PIOL)</i>	.701	Reliabel

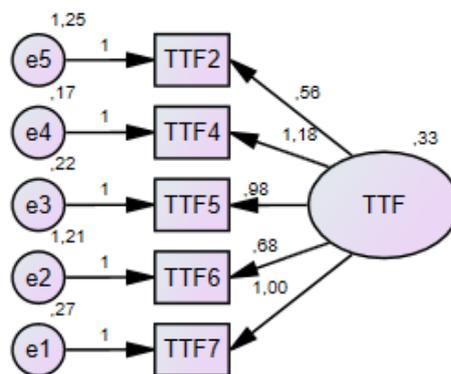
Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.17 seluruh variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,70. Seluruh indikator dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

#### 4.1.3.3 *Confirmatory Factor Analysis*

*Confirmatory factor analysis* berguna untuk mengetahui dan memastikan pengukuran indikator pada setiap variabel yang digunakan telah valid atau belum pada sebuah variabel atau konstruk laten. Apabila ditemukan indikator yang tidak valid pada uji faktor analisis, maka indikator tersebut perlu dihapus agar mendapatkan penilaian yang optimal. Uji faktor analisis ini menggunakan *software* AMOS Graphics dan variabel yang diuji yaitu *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *Perceived Impact on Learning*. Hasil uji faktor analisis diuraikan sebagai berikut.

**Gambar 4. 1 Hasil Olah Data Faktor Analisis *Task-Technology Fit***



Sumber: Data Primer, diolah 2023

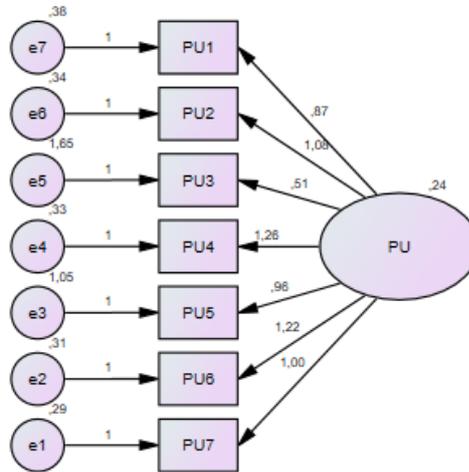
**Tabel 4. 18 Nilai Loading Factor *Task-Technology Fit***

			Estimate
TTF7	<---	TTF	,741
TTF6	<---	TTF	,334
TTF5	<---	TTF	,769
TTF4	<---	TTF	,853
TTF2	<---	TTF	,279

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.1 variabel *Task-Technology Fit* menggunakan pengukuran 5 indikator untuk uji faktor analisa. Lima indikator yang digunakan yaitu Saya yakin *Video Conference* ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih (TTF2), Saya memandang penggunaan *Video Conference* ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan (TTF4), Saya merasa *Video Conference* ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara *real-time* (TTF5), Saya yakin *Video Conference* ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan (TTF6), dan Saya percaya penggunaan *Video Conference* ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan (TTF7). Indikator pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil indikator TTF4, TTF5, dan TTF7 dapat diterima dan digunakan karena memiliki nilai *factor loading*  $\geq 0,5$ . Indikator lainnya yaitu TTF2 dan TTF6 menunjukkan hasil  $\leq 0,5$ , sehingga ditolak dan tidak dapat digunakan.

**Gambar 4. 2 Hasil Olah Data Faktor Analisis *Perceived Usefulness***



Sumber: Data Primer, diolah 2023

**Tabel 4. 19 Nilai *Loading Factor Perceived Usefulness***

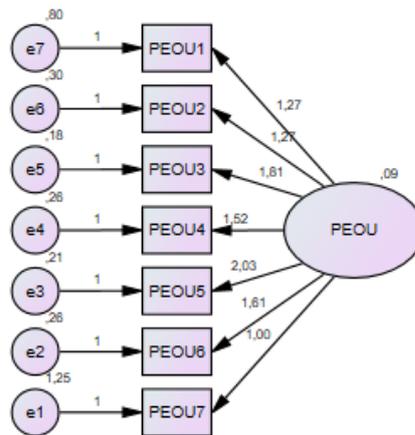
	Estimate
PU7 <--- PU	,669
PU6 <--- PU	,728
PU5 <--- PU	,414
PU4 <--- PU	,728
PU3 <--- PU	,189
PU2 <--- PU	,669
PU1 <--- PU	,564

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.2 variabel *Perceived Usefulness* menggunakan pengukuran 7 indikator untuk uji faktor analisa. Tujuh indikator yang digunakan yaitu Saya dapat berpartisipasi secara *online* menggunakan aplikasi *Video Conference* ini kapan saja dan di mana saja (PU1), Saya yakin berpartisipasi secara *online* lebih efektif menggunakan *Video Conference* (PU2), Saya yakin aplikasi *Video Conference* ini berguna dalam kehidupan sehari-hari (PU3), Saya merasa dengan menggunakan *Video Conference* ini dapat meningkatkan produktivitas (PU4), Saya merasa bahwa penggunaan *Video Conference* ini memberikan

peningkatan dalam kinerja (PU5), Saya merasa dengan menggunakan *Video Conference* ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja (PU6), dan Saya yakin *Video Conference* ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas (PU7). Indikator pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa hasil indikator PU1, PU2, PU4, PU6, dan PU7 dapat diterima dan digunakan karena memiliki nilai *factor loading*  $\geq 0,5$ . Indikator lainnya yaitu PU3 dan PU5 menunjukkan hasil  $\leq 0,5$ , sehingga ditolak dan tidak dapat digunakan.

**Gambar 4. 3 Hasil Olah Data Faktor Analisis *Perceived Ease of Use***



Sumber: Data Primer, diolah 2023

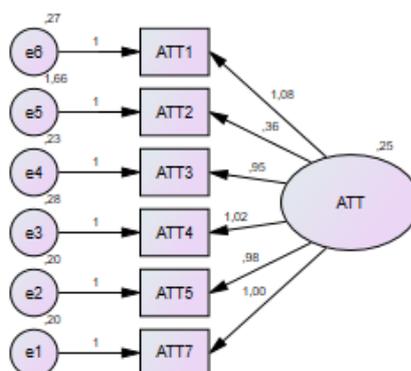
**Tabel 4. 20 Nilai *Loading Factor Perceived Ease of Use***

	Estimate
PEOU7 <--- PEOU	,264
PEOU6 <--- PEOU	,695
PEOU5 <--- PEOU	,802
PEOU4 <--- PEOU	,677
PEOU3 <--- PEOU	,797
PEOU2 <--- PEOU	,582
PEOU1 <--- PEOU	,399

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.3 variabel *Perceived Ease of Use* menggunakan pengukuran 7 indikator untuk uji faktor analisa. Tujuh indikator yang digunakan yaitu Saya merasa mudah ketika bekerja dengan menggunakan *Video Conference* ini (PEOU1), Saya rasa *Video Conference* ini mudah digunakan (PEOU2), Saya menganggap penggunaan *Video Conference* ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan (PEOU3), Saya berharap dengan menggunakan *Video Conference* ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik (PEOU4), Saya beranggapan dengan *Video Conference* ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi (PEOU5), Saya yakin berinteraksi menggunakan *Video Conference* ini jelas dan dapat dimengerti (PEOU6), dan Saya setuju jika *Video Conference* ini nyaman dan mudah untuk digunakan (PEOU7). Indikator pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil indikator PEOU2, PEOU3, PEOU4, PEOU5, dan PEOU6 dapat diterima dan digunakan karena memiliki nilai *factor loading*  $\geq 0,5$ . Indikator lainnya yaitu PEOU1 dan PEOU7 menunjukkan hasil  $\leq 0,5$ , sehingga ditolak dan tidak dapat digunakan.

**Gambar 4. 4 Hasil Olah Data Faktor Analisis *Attitude***



Sumber: Data Primer, diolah 2023

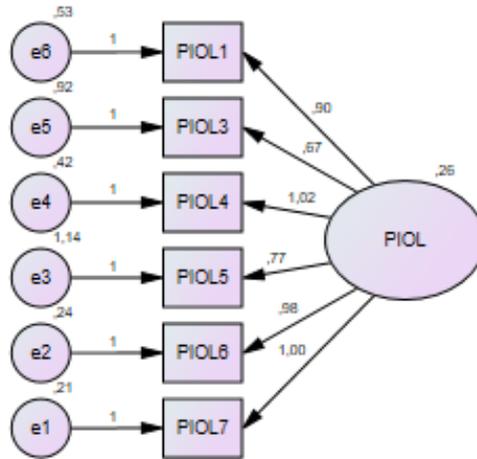
**Tabel 4. 21 Nilai *Loading Factor Attitude***

	Estimate
ATT7 <--- ATT	,744
ATT5 <--- ATT	,735
ATT4 <--- ATT	,693
ATT3 <--- ATT	,703
ATT2 <--- ATT	,139
ATT1 <--- ATT	,719

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.4 variabel *Attitude* menggunakan pengukuran 6 indikator untuk uji faktor analisa. Enam indikator yang digunakan yaitu Saya menganggap dengan menggunakan *Video Conference* ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus (ATT1), Saya mengetahui jika *Video Conference* ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik (ATT2), Saya beranggapan *Video Conference* ini memberikan kemudahan dan sangat trendi (ATT3), Saya memandang *Video Conference* ini merupakan ide baru dan unik (ATT4), Saya yakin menggunakan *Video Conference* ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus (ATT5), dan Saya menyukai penggunaan *Video Conference* ini di era sekarang (ATT7). Indikator pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa hasil indikator ATT1, ATT3, ATT4, ATT5, dan ATT7 dapat diterima dan digunakan karena memiliki nilai *factor loading*  $\geq 0,5$ . Indikator lainnya yaitu ATT2 menunjukkan hasil  $\leq 0,5$ , sehingga ditolak dan tidak dapat digunakan.

**Gambar 4. 5 Hasil Olah Data Faktor Analisis *Perceived Impact on Learning***



Sumber: Data Primer, diolah 2023

**Tabel 4. 22 Nilai *Loading Factor Perceived Impact on Learning***

	Estimate
PIOL7 <--- PIOL	,740
PIOL6 <--- PIOL	,713
PIOL5 <--- PIOL	,346
PIOL4 <--- PIOL	,625
PIOL3 <--- PIOL	,335
PIOL1 <--- PIOL	,532

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.5 variabel *Perceived Impact on Learning* menggunakan pengukuran 6 indikator untuk uji faktor analisa. Enam indikator yang digunakan yaitu Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan *Video Conference* ini (PIOL1), Saya mengerti menggunakan *Video Conference* ini (PIOL3), Saya percaya menggunakan *Video Conference* ini dapat memahami materi yang disajikan (PIOL4), Saya pikir menggunakan *Video Conference* ini mudah mencapai hasil maksimal (PIOL5), Saya setuju menggunakan *Video Conference* ini di masa depan (PIOL6), dan Saya berniat menggunakan *Video Conference* ini untuk mendukung kegiatan (PIOL7).

Indikator pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa hasil indikator PIOL1, PIOL4, PIOL6, dan PIOL7 dapat diterima dan digunakan karena memiliki nilai *factor loading*  $\geq 0,5$ . Indikator lainnya yaitu PIOL3 dan PIOL5 menunjukkan hasil  $\leq 0,5$ , sehingga ditolak dan tidak dapat digunakan.

#### 4.1.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar dapat melihat nilai distribusi data dan memastikan data tersebut terdistribusi secara normal. Pengujian ini dilakukan dengan *software* AMOS 24 dengan melihat nilai *Critical Ratio* atau CR pada *skewness* yang di mana ketika memiliki nilai pada rentang 2,58 dikatakan data normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 4. 23 Uji Normalitas**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PIOL1	1,000	5,000	-,897	-4,777	,966	2,570
PIOL4	1,000	5,000	-,478	-2,543	,100	,265
PIOL6	2,000	5,000	-,680	-3,620	,385	1,025
PIOL7	2,000	5,000	-,576	-3,064	,657	1,748
ATT1	1,000	5,000	-1,172	-6,236	2,749	7,317
ATT3	2,000	5,000	-,550	-2,928	,207	,551
ATT4	1,000	5,000	-,840	-4,469	1,289	3,430
ATT5	1,000	5,000	-,817	-4,350	2,208	5,876
ATT7	2,000	5,000	-,414	-2,205	,157	,418
PEOU2	1,000	5,000	-1,282	-6,821	2,899	7,715
PEOU3	2,000	5,000	-,303	-1,614	-,561	-1,493
PEOU4	1,000	5,000	-,840	-4,470	2,144	5,705
PEOU5	1,000	5,000	-,642	-3,415	,601	1,598
PEOU6	2,000	5,000	-,245	-1,302	-,245	-,653
PU1	1,000	5,000	-1,024	-5,451	1,665	4,431
PU2	1,000	5,000	-,995	-5,297	1,930	5,137
PU4	1,000	5,000	-,798	-4,247	,841	2,239
PU6	1,000	5,000	-,619	-3,297	,368	,980
PU7	1,000	5,000	-,796	-4,237	1,230	3,274

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
TTF4	1,000	5,000	-,761	-4,049	,842	2,241
TTF5	2,000	5,000	-,354	-1,886	-,294	-,783
TTF7	2,000	5,000	-,617	-3,283	,059	,157
Multivariate					148,027	29,696

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.23 yang di mana data tersebut terdistribusi secara univariat dengan nilai *Critical Ratio* (CR) pada kurtosis dan *skewness* dibawah  $\pm 2,58$ , sehingga pada hasil penelitian dengan menggunakan 170 responden menunjukkan bahwa terdapat beberapa data yang memiliki nilai lebih atau kurang dari 2,58 dan menunjukkan bahwa data tersebut tidak normal.

#### 4.1.3.5 Uji *Outlier*

Pada uji outlier dilakukan untuk melihat data dengan karakteristik yang berbeda, sebagai berikut:

**Tabel 4. 24 Uji *Outlier***

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
18	74,341	,000	,000
135	64,067	,000	,000
76	61,600	,000	,000
16	55,657	,000	,000
29	52,414	,000	,000
33	51,591	,000	,000
9	51,516	,000	,000

Sumber: Data Primer, diolah 2023

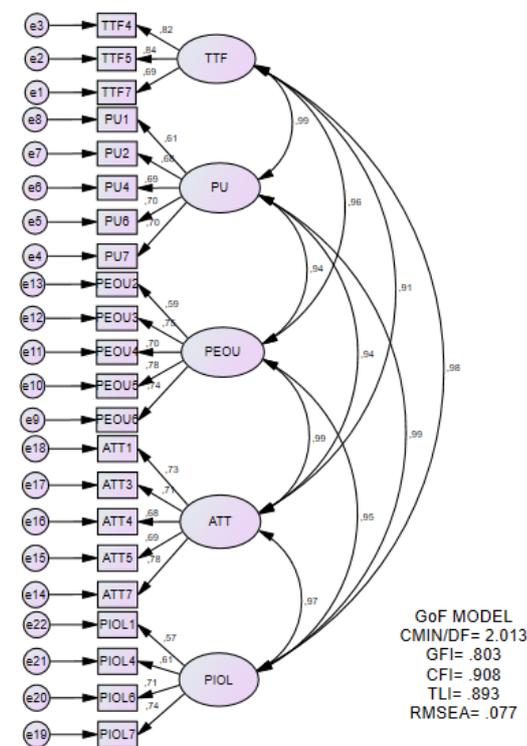
Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa banyak data yang tidak sesuai dan termasuk ke dalam data yang tidak lulus pada uji *outlier*. Terdapat 7 data yang tidak lulus uji *outlier*. Peneliti tidak menggugurkan data responden tersebut karena

hasil dari pengujian dengan menggunakan data responden tersebut telah menunjukkan hasil yang cukup baik.

#### 4.1.3.6 Uji Measurement

Penelitian ini memperoleh hasil olah data dengan menggunakan *software* AMOS 24. Pada tahapan ini menggunakan pengukuran *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang di mana hubungan korelasi digambarkan dengan panah melengkung yang memiliki dua panah dan dihubungkan pada setiap variabel penelitian. Uji model pengukuran ini tidak menggunakan seluruh indikator karena berbasis pada uji faktor analisis sebelumnya. Model pengukuran pada penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 4. 6 Uji Measurement



Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan pada gambar 4.6 perlu untuk memperhatikan nilai *loading factor* agar dapat mengetahui penilaian indikator terhadap variabel yang digunakan telah dapat merepresentasikan variabel atau belum.

**Tabel 4. 25 Nilai *Loading Factor Analysis***

	Estimate
TTF7 <--- TTF	,685
TTF5 <--- TTF	,843
TTF4 <--- TTF	,817
PU7 <--- PU	,700
PU6 <--- PU	,698
PU4 <--- PU	,686
PU2 <--- PU	,682
PU1 <--- PU	,614
PEOU6 <--- PEOU	,744
PEOU5 <--- PEOU	,783
PEOU4 <--- PEOU	,696
PEOU3 <--- PEOU	,754
PEOU2 <--- PEOU	,592
ATT7 <--- ATT	,779
ATT5 <--- ATT	,687
ATT4 <--- ATT	,680
ATT3 <--- ATT	,705
ATT1 <--- ATT	,731
PIOL7 <--- PIOL	,745
PIOL6 <--- PIOL	,706
PIOL4 <--- PIOL	,608
PIOL1 <--- PIOL	,569

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 4.25 menunjukkan bahwa semua indikator berada pada nilai  $> 0,5$  yang artinya indikator tersebut dinyatakan valid. Model pengukuran juga perlu memperhatikan nilai indeks seperti *Goodness of Fit* (GOF) yang terdiri dari 5 indeks, yaitu CMIN/DF, GFI, CFI, TLI, dan RMSEA. Penilaian dari 5 indeks tersebut dapat dilihat pada tabel 4.25 dibawah, hasil indeks penilaian menunjukkan

bahwa pengukuran pada model ini sudah sesuai, sehingga dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

**Tabel 4. 26 Uji *Goodness of Fit***

No	Variabel		Keterangan
1	CMIN/DF	2.013	Good Fit
2	GFI	0.803	Marginal Fit
3	CFI	0.908	Good Fit
4	TLI	0.893	Marginal Fit
5	RMSEA	0.077	Good Fit

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa hasil tersebut telah memenuhi kriteria, sehingga model tersebut sudah sesuai dan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian selanjutnya.

a. CMIN/DF

CMIN/DF digunakan agar dapat melakukan pengukuran ketepatan pada model yang diuji. Nilai yang dapat diterima untuk CMIN/DF yaitu  $\leq 3$  dan hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan nilai CMIN/DF sebesar 2,013. Nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji *good fit*.

b. GFI (*Goodness of Fit Indeks*)

GFI digunakan dengan tujuan agar dapat menentukan apakah model tersebut kurang baik atau sempurna. Nilai GFI yang disarankan yaitu sekitar 0,90 dan nilai GFI pada penelitian ini yaitu 0,803 yang berarti bahwa nilai tersebut *marginal fit*.

c. CFI

CFI yang disarankan untuk model yang baik yaitu  $\geq 0,90$  dan nilai CFI pada penelitian ini yaitu 0,908 yang berarti *good fit*.

d. TLI

TLI digunakan agar dapat menentukan apakah model penelitian diterima atau tidak. Nilai TLI penelitian harus  $\geq 0,90$  untuk dinyatakan baik dan nilai TLI pada penelitian ini yaitu 0,893 yang menunjukkan model penelitian ini *marginal fit*.

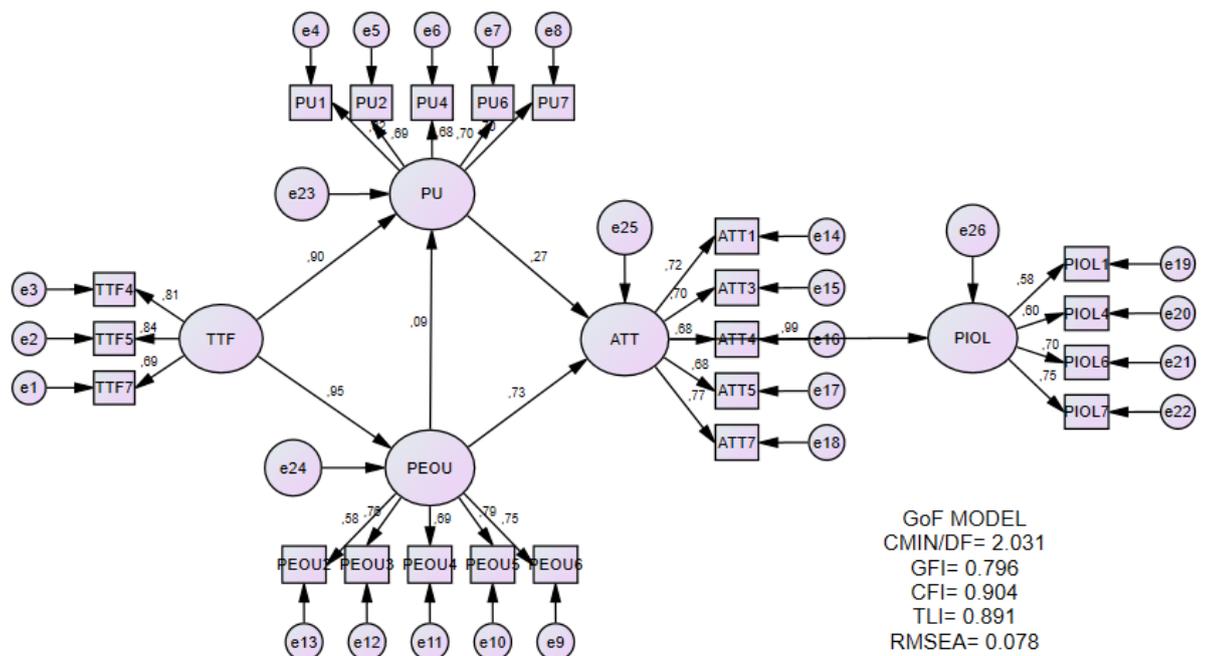
e. RMSEA

RMSEA yang dapat diterima yaitu  $\leq 0,078$  dan pada penelitian ini yaitu 0,077 yang di mana menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu *good fit*.

#### 4.1.3.7 Uji Structural Model

Tahap selanjutnya yaitu melakukan uji *structural* yang di mana agar dapat melihat kekuatan korelasi antar variabel. Keterkaitan hubungan antar variabel dihubungkan dengan menggunakan anak panah pada *software* AMOS 24.

Gambar 4. 7 Uji Structural Model



Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berikutnya yaitu melihat kesesuaian data empiris dan model struktural yang diukur dengan menggunakan indeks penilaian *Goodness of Fit*. Indeks penilaian *Goodness of Fit* memiliki tujuan agar dapat mengidentifikasi baik atau tidaknya model yang menghasilkan matriks kovarians pada setiap instrumen yang digunakan (Hair *et al.*, 2019).

**Tabel 4. 27 Uji *Goodness of Fit Structural Model***

No	Variabel		Keterangan
1	CMIN/DF	2.031	Good Fit
2	GFI	0.796	Bad Fit
3	CFI	0.904	Good Fit
4	TLI	0.891	Marginal Fit
5	RMSEA	0.078	Good Fit

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa hasil tersebut belum memenuhi kriteria yang mendekati model *good fit* dengan pembahasan sebagai berikut.

a. CMIN/DF

CMIN/DF digunakan agar dapat melakukan pengukuran ketepatan pada model yang diuji. Nilai yang dapat diterima untuk CMIN/DF yaitu  $\leq 3$  dan hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan nilai CMIN/DF sebesar 2,031. Nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji *good fit*.

b. GFI (*Goodness of Fit Indeks*)

GFI digunakan dengan tujuan agar dapat menentukan apakah model tersebut kurang baik atau sempurna. Nilai GFI yang disarankan yaitu sekitar 0,90 dan nilai GFI pada penelitian ini yaitu 0,796 yang berarti bahwa nilai tersebut *bad fit*.

c. CFI

CFI yang disarankan untuk model yang baik yaitu  $\geq 0,90$  dan nilai CFI pada penelitian ini yaitu 0,904 yang berarti *good fit*.

d. TLI

TLI digunakan agar dapat menentukan apakah model penelitian diterima atau tidak. Nilai TLI penelitian harus  $\geq 0,90$  untuk dinyatakan baik dan nilai TLI pada penelitian ini yaitu 0,891 yang menunjukkan model penelitian ini *marginal fit*.

e. RMSEA

RMSEA yang dapat diterima yaitu  $\leq 0,078$  dan pada penelitian ini yaitu 0,078 yang di mana menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu *good fit*.

#### 4.1.3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software* AMOS 24. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 170 responden yang telah melewati beberapa uji pada model pengukuran dan model struktural sesuai dengan kriteria. Pada tahapan ini, standar ketentuan nilai yang digunakan dalam pengujian hipotesis pada penelitian dilakukan dengan melihat nilai probabilitas yang dimiliki oleh suatu hipotesisnya. Nilai probabilitas memiliki standar penilaian dengan  $P \leq 0,1$  agar dapat melihat hasil dari hipotesis tersebut signifikan atau tidak serta perlu untuk melihat nilai CR dengan kriteria  $CR R \geq 1,645$ . Suatu hipotesis dinyatakan terdukung ketika telah memenuhi kriteria tersebut. Penilaian ini akan disertakan gambar akhir penelitian dan tabel yang menunjukkan hasil dari *structural model* yang di mana agar dapat melihat nilai P

dan CR yang menjadi kriteria penilaian suatu hipotesis. Nilai P dan CR yang telah diolah sebelumnya digunakan agar dapat memberikan hasil hipotesis penelitian.

**Tabel 4. 28 Uji Hipotesis**

Hipotesis	Path	Std. Estimation	C.R.	P	Std. Reg Weight	Keterangan
H1	TTF - PU	0,785	2,459	0,014	0,903	H1 Terdukung
H2	TTF - PEOU	0,945	8,596	***	0,948	H2 Terdukung
H3	PEOU - PU	0,075	0,249	0,803	0,086	H3 Tidak Terdukung
H4	PU - ATT	0,303	1,065	0,287	0,266	H4 Tidak Terdukung
H5	PEOU - ATT	0,726	2,799	0,005	0,728	H5 Terdukung
H6	ATT - PIOL	0,922	7,259	***	0,993	H6 Terdukung

Sumber: Data Primer, diolah 2023

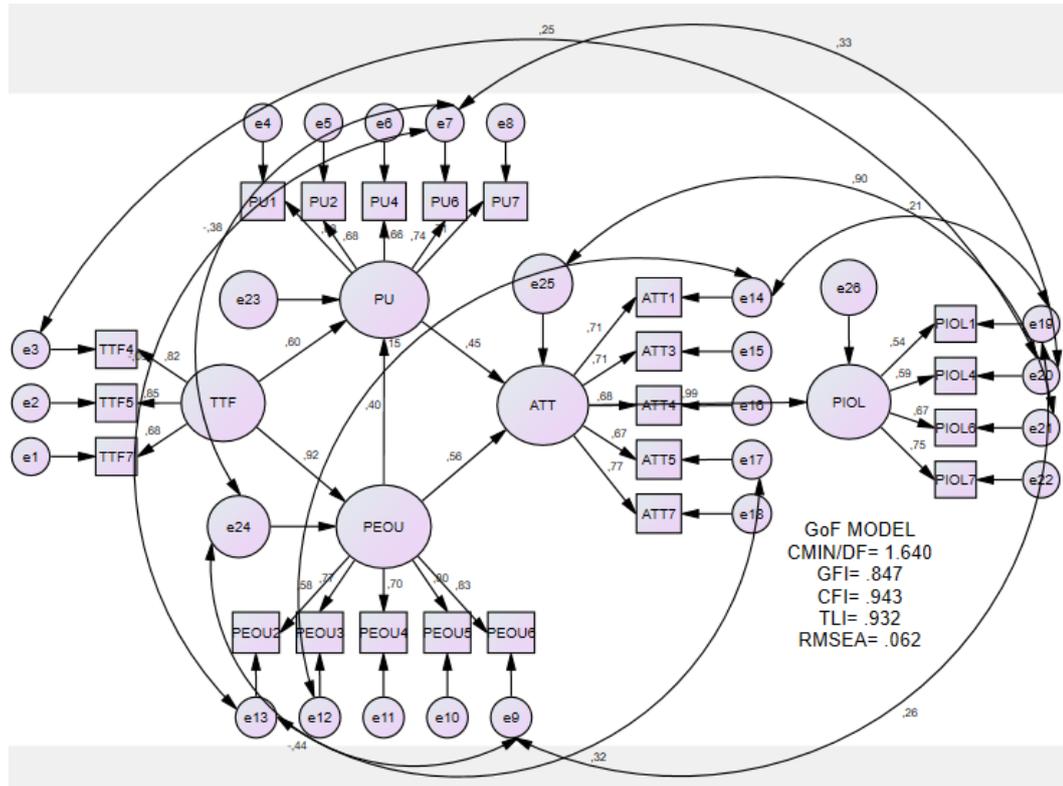
Pada tabel pengujian hipotesis diatas menyatakan bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat 4 hipotesis terdukung dan 2 hipotesis tidak terdukung. Merujuk pada hasil uji hipotesis, maka gambar model penelitian ditunjukkan pada gambar 4.7 pada tabel 4.28, hasil indeks penilaian menunjukkan bahwa pengukuran pada model ini belum sesuai, sehingga dapat dilanjutkan dengan menggunakan metode *modification indices* pada *software* AMOS 24.

#### **4.1.3.9 Uji Structural Model (Modification Indices)**

Peneliti melakukan modifikasi pada *software* AMOS 24 dengan menggunakan metode *modification indices* dengan tujuan agar dapat memperbaiki hasil hipotesis sebelumnya. Diagram alur akan dibentuk pada model ini agar membantu peneliti dalam mengidentifikasi hubungan antar variabel yang akan

diuji. Hubungan antar variabel dihubungkan dengan anak panah dua arah pada software AMOS 24.

**Gambar 4. 8 Uji Structural Model (Modification Indices)**



Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tahapan berikutnya yang perlu dilakukan yaitu melihat kesesuaian data empiris dan model struktural yang diukur dengan menggunakan indeks penilaian *Goodness of Fit*, sebagai berikut:

**Tabel 4. 29 Uji Goodness of Fit Structural Model (Modification Indices)**

No	Variabel		Keterangan
1	CMIN/DF	1.640	Good Fit
2	GFI	0.847	Marginal Fit

3	CFI	0.943	Good Fit
4	TLI	0.932	Good Fit
5	RMSEA	0.062	Good Fit

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hasil tersebut telah memenuhi kriteria yang mendekati model *good fit* dengan pembahasan sebagai berikut.

a. CMIN/DF

CMIN/DF digunakan agar dapat melakukan pengukuran ketepatan pada model yang diuji. Nilai yang dapat diterima untuk CMIN/DF yaitu  $\leq 3$  dan hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan nilai CMIN/DF sebesar 1,640. Nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji *good fit*.

b. GFI (*Goodness of Fit Indeks*)

GFI digunakan dengan tujuan agar dapat menentukan apakah model tersebut kurang baik atau sempurna. Nilai GFI yang disarankan yaitu sekitar 0,90 dan nilai GFI pada penelitian ini yaitu 0,847 yang berarti bahwa nilai tersebut *marginal fit*.

c. CFI

CFI yang disarankan untuk model yang baik yaitu  $\geq 0,90$  dan nilai CFI pada penelitian ini yaitu 0,943 yang berarti *good fit*.

d. TLI

TLI digunakan agar dapat menentukan apakah model penelitian diterima atau tidak. Nilai TLI penelitian harus  $\geq 0,90$  untuk dinyatakan baik dan nilai TLI pada penelitian ini yaitu 0,932 yang menunjukkan model penelitian ini *good fit*.

e. RMSEA

RMSEA yang dapat diterima yaitu  $\leq 0,078$  dan pada penelitian ini yaitu 0,062 yang di mana menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu *good fit*.

Pengujian tersebut menunjukkan bahwa semua indeks model penelitian ini baik. Nilai yang digunakan memenuhi kriteria agar model usulan dapat diterima.

#### 4.1.3.10 Uji Hipotesis (Modification Indices)

Langkah berikutnya setelah melakukan *modification indices* pada uji struktural, semua uji kecocokan model telah memenuhi seluruh persyaratan, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode *modification indices* pada *software* AMOS 24.

**Tabel 4. 30 Rekomendasi *Modification Indices***

	M.I.	Par Change
e21 <--> e25	5,269	,022
e14 <--> e19	6,157	,072
e13 <--> e17	17,371	,088
e12 <--> e14	4,666	,042
e9 <--> e24	6,139	-,028
e9 <--> e19	12,915	,096
e7 <--> e24	4,657	-,030
e7 <--> e20	16,316	,127
e7 <--> e13	4,186	-,053
e3 <--> e20	8,156	,074

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 4.30 merupakan hasil rekomendasi pada output *modification indices*, rekomendasi yang diambil yaitu dengan menghubungkan *error* 21 (e21) dengan *error* 25 (e25) yang memiliki nilai MI 5,269, *error* 14 (e14) dengan *error* 19 (e19) yang memiliki nilai MI 6,157, *error* 13 (e13) dengan *error* 17 (e17) yang memiliki

nilai MI 17,371, *error* 12 (e12) dengan *error* 14 (e14) yang memiliki nilai MI 4,666, *error* 9 (e9) dengan *error* 24 (e24) yang memiliki nilai MI 6,139, *error* 9 (e9) dengan *error* 19 (e19) yang memiliki nilai MI 12,915, *error* 7 (e7) dengan *error* 24 (e24) yang memiliki nilai MI 4,657, *error* 7 (e7) dengan *error* 20 (e20) yang memiliki nilai MI 16,316, *error* 7 (e7) dengan *error* 13 (e13) yang memiliki nilai MI 4,186, dan *error* 3 (e3) dengan *error* 20 (e20) yang memiliki nilai MI 8,156, dengan menggunakan panah dua arah.

**Tabel 4. 31 Uji Hipotesis (*Modification Indices*)**

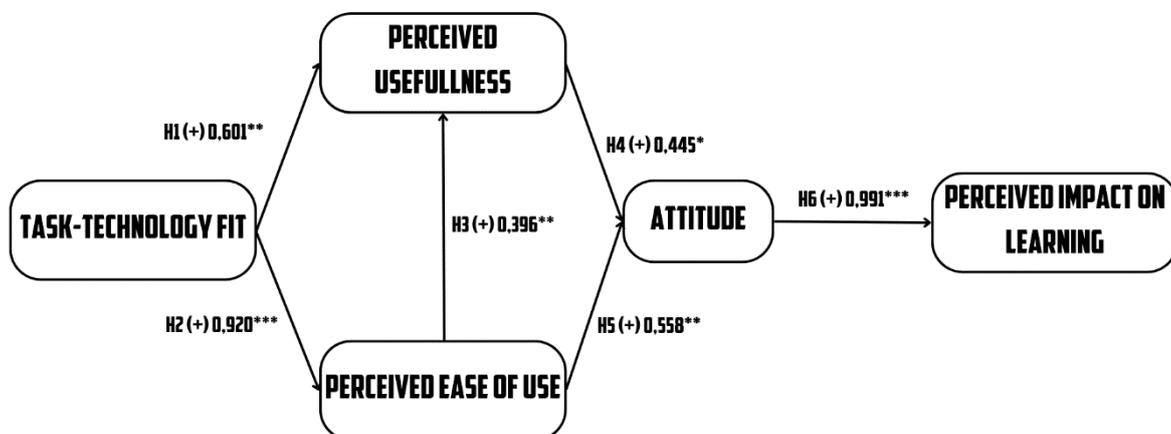
Hipotesis	Path	Std. Estimation	C.R.	P	Std. Reg Weight	Keterangan
H1	TTF - PU	0,535	2,938	0,003	0,601	H1 Terdukung
H2	TTF - PEOU	1,023	9,004	***	0,920	H2 Terdukung
H3	PEOU - PU	0,317	2,018	0,044	0,396	H3 Terdukung
H4	PU - ATT	0,495	1,918	0,055	0,445	H4 Terdukung
H5	PEOU - ATT	0,497	2,324	0,020	0,558	H5 Terdukung
H6	ATT - PIOL	0,884	7,609	***	0,991	H6 Terdukung

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel pengujian hipotesis diatas diketahui bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan semua hipotesis terdukung.

Gambar 4.8 memiliki nilai *standardized estimated* yang menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel dan juga menunjukkan hubungan hipotesis pada penelitian ini. Hasil yang ditunjukkan pada gambar 4.8 menyatakan bahwa semua hipotesis memiliki hubungan positif dan signifikan, yaitu H1, H2, H3, H4, H5, dan H6.

Gambar 4. 9 Model Penelitian Akhir



\*\*\*  $P \leq 0,001$

\*\*  $P \leq 0,05$

\*  $P \leq 0,100$

Keterangan: Angka yang tertera menunjukkan hasil nilai standardized estimates (Sumber: Data primer, diolah 2023)

## 4.2. Pembahasan Hipotesis

### 4.2.1 Pengaruh Task-Technology Fit terhadap Perceived Usefulness

Hubungan variabel *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,003. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Task-Technology Fit* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Imlawi et al., (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang cocok mampu efektif memenuhi permintaan siswa pada platform pembelajaran daring yang interaktif, efektif, dan mudah digunakan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cheng, (2021) menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Usefulness* pada penggunaan teknologi tersebut. Hasil penelitian H. Wang et al., (2020) juga menyatakan bahwa pentingnya

persepsi pengguna terhadap penggunaan perangkat kesehatan yang dapat memengaruhi penerimaan bagi konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, penggunaan teknologi yang sesuai memiliki pengaruh yang besar terhadap kegunaan yang dirasakan oleh setiap individu.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Baca, (2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan faktor paling berpengaruh terhadap penggunaan teknologi. Hasil penelitian dari Hu et al., (2023) juga menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi tersebut memberikan peran penting bagi penggunanya. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Task-Technology Fit* secara signifikan positif memengaruhi *Perceived Usefulness*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa kesesuaian antara tugas dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kegunaan yang dirasakan oleh pengguna. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna dengan kecocokan antara tugas dan teknologi yang digunakan. Ketika individu merasa cocok menggunakan salah satu aplikasi tersebut untuk melakukan pekerjaannya, maka ia akan merasakan persepsi kegunaan pada aplikasi tersebut. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin kuatnya *Task-Technology Fit*, maka akan semakin kuat pula *Perceived Usefulness* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

#### 4.2.2 Pengaruh Task-Technology Fit terhadap Perceived Ease of Use

Hubungan variabel *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Task-Technology Fit* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rahi et al., (2021) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use*. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cheng, (2020) menyatakan bahwa persepsi *Task-Technology Fit* (TTF) pengguna organisasi memiliki kontribusi secara positif terhadap manfaat, konfirmasi, serta persepsi kemudahan penggunaan teknologi yang digunakan, sehingga secara langsung ataupun tidak langsung pada kepuasan individu terhadap teknologi yang digunakan. Hasil penelitian Rodríguez-Espíndola et al., (2022) juga menyatakan bahwa adanya hubungan pada kesesuaian penggunaan teknologi dengan tugas pada persepsi kemudahan ketika penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mo et al., (2021) menyatakan bahwa pilihan guru mengenai platform pembelajaran daring dan adopsi mereka terhadap berbagai jenis kursus daring harus sesuai dengan kebutuhan siswa untuk meningkatkan kemudahan penggunaan pembelajaran daring yang dirasakan. Hasil penelitian dari Hoang & Le Tan, (2023) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Task-Technology Fit* secara signifikan positif memengaruhi *Perceived Ease of Use*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa kesesuaian antara tugas dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kemudahan penggunaan yang dirasakan. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan kecocokan antara tugas dan teknologi yang digunakan. Ketika individu merasa cocok menggunakan salah satu aplikasi tersebut untuk melakukan pekerjaannya, maka ia akan merasakan persepsi kemudahan pada aplikasi tersebut. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi ini. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin kuatnya *Task-Technology Fit*, maka akan semakin kuat pula *Perceived Ease of Use* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

#### **4.2.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness***

Hubungan variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,044. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Chen, (2022) yang menyatakan bahwa adanya peran mediasi dari manfaat yang dirasakan dan kepuasan siswa, efek total dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap teknologi informasi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yao-Ping Peng et al., (2023) menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan aplikasi pembelajaran daring. Hasil penelitian C. Wang et al., (2023) juga menyatakan

bahwa penggunaan teknologi yang tepat dapat memberikan kegunaan dan kemudahan yang dirasakan oleh penggunanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al., (2022) menyatakan bahwa mempromosikan teknologi kepada individu memiliki pengaruh yang dapat membantu untuk membentuk opini sosial positif yang memberikan efek signifikan pada penerimaan. Hasil penelitian dari Ma, (2021) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh pada persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan persepsi kegunaan yang dirasakan. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan positif memengaruhi *Perceived Usefulness*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap persepsi kegunaan yang dirasakan. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi kegunaan yang dirasakan dengan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan. Ketika individu merasa penggunaan suatu teknologi mampu memberikan kegunaan dan kemudahan dalam penggunaannya, maka ia akan berani untuk mengadopsi teknologi tersebut terutama dalam rentang waktu yang lama. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin kuatnya *Perceived Ease of Use*, maka akan semakin kuat pula *Perceived Usefulness* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

#### **4.2.4 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Attitude**

Hubungan variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,055. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Y. Chen et al., (2023) yang menyatakan bahwa sikap merupakan variabel yang paling signifikan dan berkorelasi dengan niat berperilaku yang di mana mengarah pada penerimaan teknologi sepenuhnya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Islam, (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan norma subjektif memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap sikap dan niat dalam menggunakan. Hasil penelitian Qu et al., (2023) juga menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap, dan risiko yang dirasakan ditemukan secara signifikan memprediksi niat berperilaku.

Penelitian yang dilakukan oleh Ning et al., (2021) menyatakan bahwa adanya hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Hasil penelitian dari Kasilingam, (2020) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh pada persepsi kegunaan yang dirasakan dengan sikap yang memengaruhi pengguna. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* secara signifikan positif memengaruhi *Attitude*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa persepsi kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap sikap pengguna. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi kegunaan yang dirasakan dengan sikap dari penggunanya. Ketika individu merasa penggunaan

suatu teknologi mampu memberikan kegunaan yang baik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, maka ia telah merasakan bahwa teknologi tersebut cocok untuk digunakan dalam setiap pekerjaan dan berani untuk mengambil tindakan dalam mengadopsi teknologi tersebut. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin kuatnya *Perceived Usefulness*, maka akan semakin kuat pula *Attitude* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

#### **4.2.5 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Attitude**

Hubungan variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,020. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Matubatuba & De Meyer-Heydenrych, (2022) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara *Perceived Ease of Use* pada *Attitude* non-pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yao et al., (2022) menyatakan bahwa adanya hubungan antara persepsi kemudahan yang dapat memengaruhi niat agar terus menggunakan aplikasi pembelajaran daring. Hasil penelitian Masukujjaman et al., (2021) juga menyatakan bahwa pengetahuan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan memengaruhi sikap terhadap pembelian teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mishra et al., (2023) menyatakan bahwa pemasar harus fokus pada kenikmatan dan kepuasan yang diperoleh dari teknologi

untuk meningkatkan potensi penggunaan sistem informasi. Hasil penelitian dari Perez et al., (2023) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh pada persepsi kemudahan yang dirasakan dengan sikap yang memengaruhi pengguna. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan positif memengaruhi *Attitude*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa persepsi kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap sikap pengguna. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi kemudahan yang dirasakan dengan sikap dari penggunanya. Ketika individu merasa penggunaan suatu teknologi mampu memberikan kemudahan dan tidak perlu melakukan banyak usaha dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, maka ia akan berani untuk mengambil tindakan dalam mengadopsi teknologi tersebut. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin kuatnya *Perceived Ease of Use*, maka akan semakin kuat pula *Attitude* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

#### **4.2.6 Pengaruh Attitude terhadap Perceived Impact on Learning**

Hubungan variabel *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning* memiliki nilai *P-value* sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Impact on Learning*. Hal tersebut selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Pedram et al., (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan teknologi tersebut secara

mendalam memiliki dampak positif terhadap pembelajaran aktual dan persepsi dalam pelatihan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tisza & Markopoulos, (2021) menyatakan bahwa adanya hubungan sikap siswa dalam pembelajaran *coding* dengan menggunakan teknologi. Hasil penelitian Gil-Cordero et al., (2023) juga menyatakan bahwa adanya hubungan mengenai sikap terhadap kepuasan dan efektivitas mahasiswa dalam pembelajaran pemasaran melalui pemanfaatan alat digital dan aplikasi *online* pada kelas tatap muka.

Penelitian yang dilakukan oleh Shakeel et al., (2023) menyatakan bahwa hubungan positif yang kuat antara kesiapan mahasiswa untuk pembelajaran campuran dan sikap terhadap pembelajaran *online*, keterbukaan terhadap teknologi baru, dan sikap terhadap kelas tatap muka. Hasil penelitian dari Kong & Yuen, (2022) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh pada sikap siswa terhadap perilaku belajar yang dapat memengaruhi persepsi dampak yang dirasakan pada pembelajaran. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa *Attitude* secara signifikan positif memengaruhi *Perceived Impact on Learning*.

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap persepsi dampak yang dirasakan pada pembelajaran. Aplikasi *Video Conference* terbukti dapat memengaruhi persepsi dampak yang dirasakan pada pembelajaran dengan sikap dari penggunaannya. Ketika individu merasa memiliki dampak yang baik ketika menggunakan suatu teknologi terutama dalam pembelajaran, maka ia mengadopsi teknologi tersebut. Kecocokan tersebut mampu untuk memicu sikap positif pada individu dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan

bahwa semakin kuatnya *Attitude*, maka akan semakin kuat pula *Perceived Impact on Learning* individu dalam menggunakan aplikasi ini.

### 4.3. Temuan Hipotesis

Berdasarkan pada pembahasan pengujian hipotesis, temuan hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa:

**Tabel 4. 32 Temuan Hipotesis**

No	Hipotesis	Estimate	P	Batas	Keterangan
1	Adanya pengaruh positif <i>Task-Technology Fit</i> pada <i>Perceived Usefulness</i>	0,535	0,003	0,1	Terdukung
2	Adanya pengaruh positif <i>Task-Technology Fit</i> pada <i>Perceived Ease of Use</i>	1,023	0,000	0,1	Terdukung
3	Adanya pengaruh positif <i>Perceived Ease of Use</i> pada <i>Perceived Usefulness</i>	0,317	0,044	0,1	Terdukung

4	Adanya pengaruh positif <i>Perceived Usefulness</i> pada <i>Attitude</i>	0,495	0,055	0,1	Terdukung
5	Adanya pengaruh positif <i>Perceived Ease of Use</i> pada <i>Attitude</i>	0,497	0,020	0,1	Terdukung
6	Adanya pengaruh positif <i>Attitude</i> pada <i>Perceived Impact on Learning</i>	0,884	0,000	0,1	Terdukung

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Hipotesis *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness* diterima karena *P-value* sebesar 0,003 yaitu dibawah 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan. Hipotesis *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use* diterima karena *P-value* sebesar 0,000 yaitu dibawah 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan. Hipotesis *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* diterima karena *P-value* sebesar 0,044 yaitu dibawah 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan. Hipotesis *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* diterima karena *P-value* sebesar 0,055 yaitu dibawah 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan. Hipotesis *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude* diterima karena *P-value* sebesar 0,020 yaitu dibawah 0,1.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan. Hipotesis *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning* diterima karena *P-value* sebesar 0,000 yaitu dibawah 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut positif signifikan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan data penelitian terhadap 170 responden, terdapat banyak kesimpulan yang dapat dikemukakan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pertama, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*. Hal tersebut menyimpulkan bahwa semakin cocok penggunaan aplikasi yang digunakan oleh individu, maka individu tersebut akan semakin merasakan persepsi kegunaan pada aplikasi tersebut. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan akan memberikan manfaat kegunaan bagi individu yang di mana aplikasi tersebut membantu untuk meningkatkan produktivitas seseorang, sehingga dapat melakukan banyak kegiatan dalam satu waktu di manapun dan kapanpun. Individu tidak perlu menghadiri suatu kegiatan secara langsung terutama jika tempat tersebut jauh. Hanya dengan menggunakan aplikasi *Video Conference* tersebut akan dapat mempermudah individu untuk menghadiri berbagai kegiatan dengan cepat. Hal ini dapat meningkatkan *Perceived Usefulness* antara pengguna dengan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hubungan signifikan positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness* juga dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi yang tepat untuk kegiatan dari individu akan memberikan peningkatan pada produktivitas. Ketika individu yakin bahwa teknologi tersebut mampu memberikan kegunaan, maka ia

akan berani untuk mengadopsi teknologi tersebut secara terus menerus. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus mampu untuk memberikan dan meningkatkan persepsi kegunaan pengguna ketika menggunakan aplikasi tersebut. Hasil ini dapat membantu aplikasi-aplikasi tersebut untuk terus memperbaiki dan mengembangkan fiturnya agar dapat meyakinkan pengguna bahwa aplikasi *Video Conference* tersebut memiliki kegunaan.

Kedua, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Ease of Use*. Hal tersebut menyimpulkan bahwa semakin cocok penggunaan aplikasi yang digunakan oleh individu, maka individu tersebut akan semakin merasakan persepsi kemudahan dalam penggunaan pada aplikasi tersebut. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan akan memberikan kemudahan bagi individu yang di mana tidak perlu harus melakukan banyak usaha ketika menggunakannya. Individu tidak perlu terlalu banyak mempelajari fitur-fitur dari aplikasi *Video Conference* karena aplikasi tersebut mudah untuk digunakan. Ketika individu menggunakan aplikasi tersebut merasakan kemudahan dalam melakukan kegiatan, maka ia telah merasakan persepsi kemudahan tersebut. Hal ini dapat meningkatkan *Perceived Ease of Use* antara pengguna dengan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hubungan signifikan positif pada *Task-Technology Fit* pada *Perceived Ease of Use* juga dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi yang tepat untuk kegiatan dari individu akan meringankan kegiatan, sehingga akan berpengaruh pada produktivitas seseorang. Ketika individu

yakin bahwa teknologi tersebut mampu memberikan kemudahan, maka ia akan berani untuk mengadopsi teknologi tersebut secara terus menerus. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus mampu untuk memberikan dan meningkatkan persepsi kemudahan pengguna ketika menggunakan aplikasi tersebut. Hasil ini dapat membantu aplikasi-aplikasi tersebut untuk memberikan kemudahan agar dapat meyakinkan pengguna bahwa aplikasi *Video Conference* tersebut mampu membuat kegiatan lebih efektif dan efisien.

Ketiga, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness*. Hal tersebut menyimpulkan semakin individu merasakan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan ketika menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan semakin merasa yakin terhadap teknologi yang digunakan. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan akan membantu kegiatan individu. Suatu aplikasi harus dapat memberikan kemudahan dan kegunaan pada penggunanya dengan begitu mereka akan yakin untuk menggunakan. Ketika individu menggunakan aplikasi tersebut merasakan kegunaan dalam melakukan kegiatan, maka ia telah merasakan persepsi kegunaan tersebut. Individu akan merasakan persepsi kegunaan ketika ia telah merasakan persepsi kemudahan pada aplikasi *Video Conference* karena ia tidak perlu melakukan berbagai usaha untuk menjalankan fitur yang ada dan hal tersebut akan meningkatkan persepsi kegunaan pada teknologi tersebut. Hal ini dapat meningkatkan *Perceived Usefulness* antara pengguna dengan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams.

Hubungan signifikan positif pada *Perceived Ease of Use* pada *Perceived Usefulness* juga memiliki kesimpulan di mana persepsi kemudahan penting untuk dirasakan oleh individu, sehingga dapat memengaruhi persepsi kegunaannya. Ketika individu yakin bahwa teknologi tersebut mampu memberikan kemudahan dan kegunaan, maka ia akan berani untuk mengadopsi teknologi tersebut secara terus menerus. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus memberikan fitur yang mudah untuk diakses bagi setiap individu dan tidak menyulitkan ketika menggunakannya. Hasil ini dapat membantu aplikasi-aplikasi tersebut untuk memberikan kegunaan agar dapat meyakinkan pengguna bahwa aplikasi *Video Conference* tersebut dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari.

Keempat, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*. Hal tersebut menyimpulkan bahwa ketika persepsi kegunaan meningkat dalam menggunakan aplikasi *Video Conference*, maka individu tersebut akan memberikan sikap yang positif terhadap penggunaan dari teknologi itu. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan mampu memberikan sikap positif dari pengguna. Ketika individu berani mengambil langkah untuk menggunakan aplikasi *Video Conference*, maka sikap individu tersebut secara positif mau untuk menerima adanya teknologi. Hal ini dapat meningkatkan *Attitude* antara pengguna dengan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hubungan signifikan positif pada *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* juga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan mampu memengaruhi sikap individu untuk mengadopsi adanya

teknologi. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus mampu untuk memberikan manfaat kegunaan pada setiap fiturnya. Hasil ini dapat membantu aplikasi *Video Conference* untuk mengembangkan sistem mereka agar dapat diterima dengan baik oleh semua orang.

Kelima, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa ketika persepsi kemudahan meningkat dalam menggunakan aplikasi *Video Conference*, maka individu tersebut akan memberikan sikap yang positif terhadap penggunaan dari teknologi itu. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan mampu memberikan sikap positif dari pengguna, sehingga ia akan mengadopsi aplikasi tersebut untuk mempermudah kegiatannya sehari-hari. Hal ini dapat meningkatkan *Attitude* antara pengguna dengan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hubungan signifikan positif pada *Perceived Ease of Use* pada *Attitude* dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan mampu memengaruhi sikap individu untuk mengadopsi adanya teknologi. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus mampu untuk memberikan manfaat kemudahan dan tidak perlu untuk melakukan banyak usaha untuk mempelajari fitur-fitur tersebut. Hasil ini dapat membantu aplikasi *Video Conference* untuk mempermudah Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams masuk ke dalam setiap kegiatan yang dilakukan kapanpun dan di manapun tanpa hambatan.

Keenam, hipotesis hubungan yang signifikan positif pada *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning*. Hal tersebut menyimpulkan bahwa ketika sikap pengguna positif dalam menggunakan aplikasi *Video Conference*, maka individu tersebut akan mendapatkan dampak yang baik pada pembelajaran. Berdasarkan pada peristiwa di lapangan bahwa penggunaan Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams dalam melakukan kegiatan mampu memberikan dampak yang positif, seperti meningkatkan produktivitas, mendapatkan hasil yang efektif dan efisien, serta dapat memperluas jaringan kemana saja. Hal ini dapat meningkatkan *Perceived Impact on Learning* pengguna ketika menggunakan aplikasi *Video Conference* tersebut, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. Hubungan signifikan positif pada *Attitude* terhadap *Perceived Impact on Learning* juga dapat disimpulkan bahwa sikap positif mampu memengaruhi persepsi dampak pada pembelajaran yang baik. Ketiga aplikasi tersebut, yaitu Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams harus mampu meyakinkan individu untuk menggunakan agar mampu memberikan dampak yang baik pada pembelajaran yang dapat dirasakan oleh individu itu sendiri. Hasil ini dapat membantu aplikasi *Video Conference*, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams untuk memastikan penggunaan jangka panjang yang tidak terputus.

## **5.2. Implikasi Penelitian**

Manajer perusahaan mungkin mendapatkan beberapa wawasan dari temuan penelitian yang diperoleh berdasarkan pada hasil sampel 170 responden.

## 1. Implikasi Akademik

Menurut hasil penelitian ini, dapat diidentifikasi bahwa berkontribusi dalam mengaplikasikan teori *Technology Acceptance Model* pada *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Hal ini dapat mengkonfirmasi bahwa semakin cocok individu dalam menggunakan suatu teknologi, maka semakin baik pula dampak yang akan didapatkan dalam pembelajaran kedepannya. Teori *Technology Acceptance Model* dalam penelitian ini menjelaskan bahwa interpretasi individu mengenai cara mereka dalam menerima adanya teknologi. Teori ini juga menunjukkan penerimaan tersebut mampu memengaruhi persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan aplikasi *Video Conference*. Hal tersebut perlu diketahui oleh manajer perusahaan aplikasi *Video Conference* agar mampu meningkatkan perusahaan bahwa kegunaan dan kemudahan fitur dapat membentuk penerimaan aplikasi *Video Conference* serta mampu meningkatkan dampak pada pembelajaran yang dirasakan.

Berdasarkan pada hasil penelitian terdahulu, perusahaan atau manajer diharapkan untuk dapat memberikan kontribusi yang positif seperti memberikan manfaat kegunaan dan kemudahan bagi pengguna aplikasi agar mampu meyakinkan individu dalam mengadopsi aplikasi tersebut. Hal tersebut akan memengaruhi *Perceived Impact on Learning* karena mampu mempertahankan nama baik perusahaan dalam industri telekonferensi di Indonesia. *Task-Technology Fit* secara signifikan dapat memengaruhi *Perceived Impact on Learning* ketika pengguna menggunakan aplikasi *Video Conference* dan merasakan *Perceived*

*Usefulness* serta *Perceived Ease of Use* yang dapat dibuktikan secara empiris dari hasil penelitian bab sebelumnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik terkait hubungan antara *Task-Technology Fit* terhadap *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*. ketiga variabel tersebut memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pada pengguna aplikasi *Video Conference*, seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams. *Task-Technology Fit* mampu meningkatkan persepsi pengguna ketika menggunakan aplikasi *Video Conference* yang tepat dengan kegiatannya. Perusahaan dapat menyediakan fitur yang bermanfaat dan tidak sulit untuk digunakan agar pengguna dapat mudah dalam menjalankan fitur pada aplikasi tersebut. Hal tersebut membuat variabel *Task-Technology Fit* memiliki peran penting karena berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Impact on Learning*.

Penelitian ini dapat membantu terkait belum optimalnya konsep *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Impact on Learning* pada penggunaan aplikasi *Video Conference*. Ketepatan dalam memilih aplikasi yang tepat ketika akan melakukan kegiatan jarak jauh dapat menciptakan dampak pada pembelajaran yang dibuktikan secara empiris pada hasil penelitian ini. Hal ini dapat dibuktikan bahwa konsep pada penelitian ini dipengaruhi oleh kegunaan dan kemudahan yang disediakan oleh perusahaan dalam aplikasi *Video Conference* tersebut.

## 2. Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi serta diharapkan dapat memberikan wawasan berharga berdasarkan data empiris dari studi penelitian yang relevan mengenai *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Impact on Learning* yang dilakukan perusahaan telekonferensi bagi mahasiswa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa persepsi dampak pembelajaran terhadap penggunaan aplikasi *Video Conference*, mahasiswa dapat melihat dari fitur yang disediakan oleh perusahaan karena dapat memberikan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan bagi individu untuk menggunakan aplikasi *Video Conference*.

Temuan dari penelitian juga dapat digunakan sebagai bentuk referensi dan wawasan berdasarkan bukti empiris mengenai hasil penelitian terkait *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Impact on Learning* yang dilakukan perusahaan telekonferensi bagi peneliti. Pengguna aplikasi yang memberikan nilai positif dalam mengidentifikasi perusahaan, maka semakin tinggi tingkat penerimaannya terhadap pengadopsian aplikasi tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa saat melakukan penelitian, ketika memilih objek penelitian dapat memilih objek yang telah teridentifikasi dengan baik oleh pengguna atau responden.

Penelitian ini juga dapat membantu perusahaan atau manajer untuk mengetahui faktor yang dapat digunakan dalam menarik minat setiap individu dalam menggunakan aplikasi *Video Conference* ini. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan telekonferensi Zoom Meeting, Google Meet dan Microsoft Teams

yaitu dengan memberikan fitur yang dapat memberikan kegunaan dan kemudahan bagi para penggunanya, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pengguna aplikasi tersebut untuk meningkatkan produktivitasnya. Berdasarkan hal tersebut akan tercermin bahwa perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap aspek kegunaan dan aspek kemudahan yang akan memberikan pengaruh pada dampak pembelajaran ke depannya.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Terdapat beberapa kendala yang terkait dengan penelitian dari peneliti yang di mana adanya kendala pada penggunaan ukuran sampel yang hanya berjumlah 180 responden. Hal ini belum mewakili sampel pengguna aplikasi *Video Conference* dikarenakan terdapat beberapa responden yang tidak memenuhi kriteria yang dibutuhkan, sehingga harus digugurkan menjadi 170 karena merupakan hasil data yang optimal pada penelitian.

Pada penelitian ini hanya *Task-Technology Fit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude* yang digunakan untuk menentukan *Perceived Impact on Learning* pengguna aplikasi *Video Conference* tersebut. Namun, ternyata ada banyak faktor lain yang dapat memengaruhi *Perceived Impact on Learning* pengguna ketika menggunakan aplikasi *Video Conference*.

Keterbatasan pada penelitian dari peneliti hanya pada tahap memicu persepsi dampak pada pembelajaran ketika menggunakan aplikasi *Video Conference* dan tidak sampai pada tahap dampak yang dirasakan pada

pembelajaran, sehingga penelitian ini belum dapat menunjukkan dampak secara maksimal yang terjadi di lapangan bagi perusahaan.

#### **5.4. Saran**

Pada penelitian selanjutnya, peneliti berharap untuk mengganti teori yang telah digunakan pada penelitian ini yaitu *Technology Acceptance Model* dengan *Computers Are Social Actors (CASA) Paradigm* pada objek yang sama. Teori ini menyatakan setiap individu menggunakan atribut sosial yang di mana hal tersebut berasal dari teknologi komputer. Hal ini dapat dilihat dari semakin aktifnya perusahaan dalam melakukan perkembangan untuk mengikuti kemajuan teknologi saat ini untuk meningkatkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna yang akan memiliki pengaruh pada persepsi dampak pembelajaran dalam menggunakan aplikasi *Video Conference*.

Aplikasi *Video Conference* merupakan aplikasi yang digunakan secara umum oleh semua lapisan masyarakat, sehingga semua individu akan merasakan dampak dari adanya aplikasi tersebut. Penelitian ini berfokus pada pengguna aplikasi *Video Conference* dengan target seluruh generasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat berfokus pada kalangan yang lebih sempit seperti generasi Z dan Milenial agar hasil penelitian lebih akurat ketika dilakukan dengan topik yang sama. Faktor geografis juga menyebabkan semakin heterogennya hasil penelitian yang di mana akan menemukan temuan baru dan beragam pada penelitian selanjutnya.

Penelitian ini memberikan wawasan kepada manajer industri telekonferensi untuk dapat meningkatkan persepsi dampak pada pembelajaran secara positif pada pada aplikasi *Video Conference* tersebut. Hal yang dapat dilakukan oleh manajer perusahaan adalah dengan mengembangkan aplikasi agar semakin canggih namun tidak mempersulit penggunaannya, sehingga pengguna dapat menjalankan aplikasi tersebut dengan mudah dan cepat. Adanya fitur dan tampilan yang menarik pada aplikasi *Video Conference* tersebut akan memberikan daya tarik bagi individu dalam menggunakan. Individu juga pastinya akan memperhatikan aplikasi *Video Conference* yang tidak memiliki banyak masalah ketika digunakan, mudah untuk digunakan, serta masuk pada semua jenis perangkat. Penelitian ini juga diharapkan bagi perusahaan dapat menjadi acuan dalam melihat pola perilaku individu terhadap dampak yang dirasakan dalam pembelajaran ketika menggunakan aplikasi *Video Conference*. Peningkatan manfaat kegunaan dan manfaat kemudahan dalam aplikasi *Video Conference* dapat dilakukan dengan mempertahankan reputasi atau nama besar perusahaan dengan cara tidak memberikan penurunan kualitas pada aplikasi tersebut, sehingga pengguna dapat terus yakin untuk menggunakan aplikasi *Video Conference* secara berkelanjutan. Hal tersebut memiliki hubungan pada nilai yang dirasakan oleh pengguna pada perusahaan telekonferensi karena hanya menggunakan layanan komunikasi satu arah. Pembuatan fitur komunikasi dua arah, di mana pihak aplikasi *Video Conference* tersebut dengan pengguna dapat saling memberikan tanggapan atau pertanyaan dan respon dari pihak aplikasi *Video Conference*. Berdasarkan pada penjelasan diatas bahwa pentingnya saran yang diberikan peneliti kepada perusahaan diharapkan dapat meningkatkan minat

pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *Video Conference* dengan mempertimbangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahaan dari aplikasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afridi, K., Turi, J. A., Zaufishan, B., & Rosak-Szyrocka, J. (2023). Impact of digital communications on project efficiency through ease of use and top management support. *Heliyon*, 9(7), e17941. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17941>
- Aiolfi, S. (2023). How shopping habits change with artificial intelligence: smart speakers' usage intention. *International Journal of Retail & Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2022-0441>
- Akram, H., Aslam, S., Saleem, A., & Parveen, K. (2021). The Challenges of Online Teaching in COVID-19 Pandemic: A Case Study of Public Universities in Karachi, Pakistan. *Journal of Information Technology Education: Research*, 20, 263–282. <https://doi.org/10.28945/4784>
- Alamri, M. M., Almaiah, M. A., & Al-Rahmi, W. M. (2020). The role of compatibility and task-technology fit (TTF): On social networking applications (SNAs) usage as sustainability in higher education. *IEEE Access*, 8, 161668-161681.
- Alarabiat, A., & Wahbeh, N. (2021). Unearthing citizens' acceptance factors for e-participation initiatives through Facebook. *THE ELECTRONIC JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS IN DEVELOPING COUNTRIES*, 87(6). <https://doi.org/10.1002/isd2.12194>
- Alazab, M., Alhyari, S., Awajan, A., & Abdallah, A. B. (2021). Blockchain technology in supply chain management: an empirical study of the factors affecting user adoption/acceptance. *Cluster Computing*, 24(1), 83–101. <https://doi.org/10.1007/s10586-020-03200-4>
- Al-Emran, M. (2021). Evaluating the Use of Smartwatches for Learning Purposes through the Integration of the Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(19), 1874–1882. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1921481>
- Al-Emran, M., Arpaci, I., & Salloum, S. A. (2020). An empirical examination of continuous intention to use m-learning: An integrated model. *Education and Information Technologies*, 25(4), 2899–2918. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-10094-2>
- Al-Emran, M., Mezhyuev, V., & Kamaludin, A. (2020). Towards a conceptual model for examining the impact of knowledge management factors on mobile learning acceptance. *Technology in Society*, 61, 101247.
- Alexiou, A., Schippers, M. C., Oshri, I., & Angelopoulos, S. (2022). Narrative and aesthetics as antecedents of perceived learning in serious games. *Information Technology & People*, 35(8), 142–161. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2019-0435>

- Al-Hattami, H. M. (2023). Understanding perceptions of academics toward technology acceptance in accounting education. *Heliyon*, 9(1), e13141. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13141>
- Alizadeh, M., Andersson, K., & Schelén, O. (2022). DHT- and blockchain-based smart identification for video conferencing. *Blockchain: Research and Applications*, 3(2), 100066. <https://doi.org/10.1016/j.bcra.2022.100066>
- Al-Maatouk, Q., Othman, M. S., Aldraiweesh, A., Alturki, U., Al-Rahmi, W. M., & Aljeraiwi, A. A. (2020). Task-Technology Fit and Technology Acceptance Model Application to Structure and Evaluate the Adoption of Social Media in Academia. *IEEE Access*, 8, 78427–78440. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2990420>
- Almaiah, M. A., & Al-Khasawneh, A. (2020). Investigating the main determinants of mobile cloud computing adoption in university campus. *Education and Information Technologies*, 25(4), 3087–3107. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10120-8>
- Al-Omairi, L., Al-Samarraie, H., Alzahrani, A. I., & Alalwan, N. (2021). Students' intention to adopt e-government learning services: a developing country perspective. *Library Hi Tech*, 39(1), 308-334.
- Al-Omouh, K. S., Simón-Moya, V., & Sendra-García, J. (2020). The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 279-288.
- Al-Rahmi, A. M., Al-Rahmi, W. M., Alturki, U., Aldraiweesh, A., Almutairy, S., & Al-Adwan, A. S. (2021). Exploring the Factors Affecting Mobile Learning for Sustainability in Higher Education. *Sustainability*, 13(14), 7893. <https://doi.org/10.3390/su13147893>
- Alyoussef, I. Y. (2021). E-Learning Acceptance: The Role of Task–Technology Fit as Sustainability in Higher Education. *Sustainability*, 13(11), 6450. <https://doi.org/10.3390/su13116450>
- Alyoussef, I. Y. (2022). Acceptance of a flipped classroom to improve university students' learning: An empirical study on the TAM model and the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Heliyon*, 8(12), e12529. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12529>
- Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- Arfansyah, H. J., & Marsasi, E. G. (2023). The Effect of Attitude and Trust on Behavioral Intention In The Modern Market Industry. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 90–102. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.568>

- Ashfaq, M., Yun, J., Yu, S., & Loureiro, S. M. C. (2020). I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. *Telematics and Informatics*, *54*, 101473. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101473>
- Aufa, A. A., & Marsasi, E. G. (2023). The Influence of Perceived Risk and Loyalty on Purchase Intention of Fashion Products Based on the Theory of Perceived Risk. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, *22*(1), 67. <https://doi.org/10.19184/jeam.v22i1.37468>
- Bailey, D. R., Almusharraf, N., & Almusharraf, A. (2022). Video conferencing in the e-learning context: explaining learning outcome with the technology acceptance model. *Education and Information Technologies*, *27*(6), 7679–7698. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-10949-1>
- Barua, B., & Urme, U. N. (2023). Assessing the online teaching readiness of faculty member. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*. <https://doi.org/10.1108/JRIT-10-2022-0070>
- Bolodeoku, P. B., Igbino, E., Salau, P. O., Chukwudi, C. K., & Idia, S. E. (2022). Perceived usefulness of technology and multiple salient outcomes: the improbable case of oil and gas workers. *Heliyon*, *8*(4), e09322. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09322>
- Browning, M., Banik, B., Bourke, S., Abdelkader, A., Anish, L., & Muduwa, M. (2023). The impact of COVID 19 restrictions on Australian nurse academics attitudes to technology: A survey of Technology Readiness Index 2.0. *Nurse Education in Practice*, *71*, 103719. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2023.103719>
- Buil, I., Catalán, S., & Martínez, E. (2020). Understanding applicants' reactions to gamified recruitment. *Journal of Business Research*, *110*, 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.041>
- Cardy, R., Smith, C., Suganthan, H., Jiang, Z., Wang, B., Malihi, M., Anagnostou, E., & Kushki, A. (2023). Patterns and impact of technology use in autistic children. *Research in Autism Spectrum Disorders*, *108*, 102253. <https://doi.org/10.1016/j.rasd.2023.102253>
- Cash, P., Isaksson, O., Maier, A., & Summers, J. (2022). Sampling in design research: Eight key considerations. *Design Studies*, *78*, 101077. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2021.101077>
- Chatterjee, S., & Bhattacharjee, K. K. (2020). Adoption of artificial intelligence in higher education: a quantitative analysis using structural equation modelling. *Education and Information Technologies*, *25*(5), 3443–3463. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10159-7>
- Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights

- from India. *International Journal of Information Management*, 53, 102103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Chatterjee, S., Bhattacharjee, K. K., Tsai, C. W., & Agrawal, A. K. (2021). Impact of peer influence and government support for successful adoption of technology for vocational education: A quantitative study using PLS-SEM technique. *Quality & Quantity*, 1-24.
- Chatterjee, S., Nguyen, B., Ghosh, S. K., Bhattacharjee, K. K., & Chaudhuri, S. (2020). Adoption of artificial intelligence integrated CRM system: an empirical study of Indian organizations. *The Bottom Line*, 33(4), 359–375. <https://doi.org/10.1108/BL-08-2020-0057>
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Baabdullah, A. M. (2021). Understanding AI adoption in manufacturing and production firms using an integrated TAM-TOE model. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120880.
- Chen, J. (2022). Adoption of M-learning apps: A sequential mediation analysis and the moderating role of personal innovativeness in information technology. *Computers in Human Behavior Reports*, 8, 100237. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100237>
- Chen, Y., Khalid Khan, S., Shiwakoti, N., Stasinopoulos, P., & Aghabayk, K. (2023). Analysis of Australian public acceptance of fully automated vehicles by extending technology acceptance model. *Case Studies on Transport Policy*, 14, 101072. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.101072>
- Cheng, Y.-M. (2020). Understanding cloud ERP continuance intention and individual performance: a TTF-driven perspective. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1591–1614. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2019-0208>
- Cheng, Y.-M. (2021). Will robo-advisors continue? Roles of task-technology fit, network externalities, gratifications and flow experience in facilitating continuance intention. *Kybernetes*, 50(6), 1751–1783. <https://doi.org/10.1108/K-03-2020-0185>
- Choi, J.-C., & Song, C. (2020). Factors explaining why some citizens engage in E-participation, while others do not. *Government Information Quarterly*, 37(4), 101524. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101524>
- Creswell, W. J., & Creswell. (2022). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. *In Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Databoks, 2020. Zoom Jadi Aplikasi Favorit untuk Komunikasi Virtual Selama Pandemi. [Online]

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/05/zoom-jadi-aplikasi-favorit-untuk-komunikasi-virtual-selama-pandemi>

[Accessed 27 September 2023]

Databoks, 2021. Indeks Pembangunan TIK Jakarta Tertinggi Nasional pada 2020. [Online]

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/18/indeks-pembangunan-tik-jakarta-tertinggi-nasional-pada-2020>

[Accessed 29 Oktober 2023]

Debasa, F., Gelashvili, V., Martínez-Navalón, J.-G., & Saura, J. R. (2023). Do stress and anxiety influence users' intention to make restaurant reservations through mobile apps? *European Research on Management and Business Economics*, 29(1), 100205. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2022.100205>

Dhagarra, D., Goswami, M., & Kumar, G. (2020). Impact of Trust and Privacy Concerns on Technology Acceptance in Healthcare: An Indian Perspective. *International Journal of Medical Informatics*, 141, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104164>

Fearnley, M., Malay, C., & Fabia, J. N. (2022). Factors Affecting Student Satisfaction, Perceived Learning and Academic Performance in an Emergency Online Science Course. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(12), 1354–1362. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.12.1759>

Filieri, R., Acikgoz, F., Ndou, V., & Dwivedi, Y. (2021). Is TripAdvisor still relevant? The influence of review credibility, review usefulness, and ease of use on consumers' continuance intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), 199–223. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0402>

German Ruiz-Herrera, L., Valencia-Arias, A., Gallegos, A., Benjumea-Arias, M., & Flores-Siapo, E. (2023). Technology acceptance factors of e-commerce among young people: An integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior. *Heliyon*, 9(6), e16418. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16418>

Gil-Cordero, E., Rodriguez-Rad, C., Ledesma-Chaves, P., & Sánchez del Río-Vázquez, M.-E. (2023). Analysis of factors affecting the effectiveness of face-to-face marketing learning via TikTok, YouTube and video conferencing. *Heliyon*, 9(7), e17195. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17195>

Göl, B., Özbek, U., & Horzum, M. B. (2023). Digital distraction levels of university students in emergency remote teaching. *Education and*

- Information Technologies*, 28(7), 9149–9170.  
<https://doi.org/10.1007/s10639-022-11570-y>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*.
- Hernández-López, L., Del Barrio-García, S., & Prados-Peña, M. B. (2023). How do ecotourists co-create value on digital platforms? The moderating role of ecotourist typology. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*.  
<https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0018>
- Herzallah, D., Muñoz-Leiva, F., & Liebana-Cabanillas, F. (2022). Drivers of purchase intention in Instagram Commerce. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(2), 168–188. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2022-0043>
- Hoang, H., & Le Tan, T. (2023). Unveiling digital transformation: Investigating technology adoption in Vietnam’s food delivery industry for enhanced customer experience. *Heliyon*, 9(9), e19719.  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19719>
- Hossain, M. N., Talukder, Md. S., Khayer, A., & Bao, Y. (2021). Investigating the factors driving adult learners’ continuous intention to use M-learning application: a fuzzy-set analysis. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 14(2), 245–270. <https://doi.org/10.1108/JRIT-09-2019-0071>
- Hu, M., Pantano, E., & Stylos, N. (2023). “Home alone” no more: How does the internet of things (IoT) enhance travellers’ subjective well-being. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122563.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122563>
- Imlawi, J., AL-Shatnawi, A., AlFawwaz, B. M., AL-Shatnawi, H. M., & Al-Masaed, S. (2023). A MODEL PREDICTING STUDENT ENGAGEMENT AND INTENTION WITH MOBILE LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 149–172.  
<https://doi.org/10.28945/5099>
- Inthong, C., Champahom, T., Jomnonkwao, S., Chatpattananan, V., & Ratanavaraha, V. (2022). Exploring Factors Affecting Consumer Behavioral Intentions toward Online Food Ordering in Thailand. *Sustainability*, 14(14), 8493. <https://doi.org/10.3390/su14148493>
- Islam, M. N. (2023). Factors affecting adoption of self-service E-ticketing technology: A study on heritage sites in Bangladesh. *Heliyon*, 9(3), e14691. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14691>
- Jain, G., Singh, H., Chaturvedi, K. R., & Rakesh, S. (2020). Blockchain in logistics industry: in fizza customer trust or not. *Journal of Enterprise*

*Information Management*, 33(3), 541–558.  
<https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2018-0142>

- Jaiswal, D., Kaushal, V., Kant, R., & Kumar Singh, P. (2021). Consumer adoption intention for electric vehicles: Insights and evidence from Indian sustainable transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121089>
- Kamal, S. A., Shafiq, M., & Kakria, P. (2020). Investigating acceptance of telemedicine services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technology in Society*, 60, 101212. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101212>
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62, 101280. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>
- Kong, S.-C., & Yuen, C.-N. (2022). An analysis of the attitudes and behaviours of university students and perceived contextual factors in alternative assessment during the pandemic using the attitude–behaviour–context model. *Heliyon*, 8(10), e11180. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11180>
- Lin, C.-L., Jin, Y. Q., Zhao, Q., Yu, S.-W., & Su, Y.-S. (2021). Factors Influence Students' Switching Behavior to Online Learning under COVID-19 Pandemic: A Push–Pull–Mooring Model Perspective. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 30(3), 229–245. <https://doi.org/10.1007/s40299-021-00570-0>
- Ma, L. (2021). Understanding non-adopters' intention to use internet pharmacy: Revisiting the roles of trustworthiness, perceived risk and consumer traits. *Journal of Engineering and Technology Management*, 59, 101613. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2021.101613>
- Mailizar, M., Burg, D., & Maulina, S. (2021). Examining university students' behavioural intention to use e-learning during the COVID-19 pandemic: An extended TAM model. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7057–7077. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10557-5>
- Marsasi, E. G., & Barqiah, S. (2023). They The Role of Gender, Age, And Educational Groups in Utilitarian Motivation for Sharia Products. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.104>
- Masukujjaman, M., Alam, S. S., Siwar, C., & Halim, S. A. (2021). Purchase intention of renewable energy technology in rural areas in Bangladesh: Empirical evidence. *Renewable Energy*, 170, 639–651. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2021.01.125>

- Mathew, V., & Soliman, M. (2021). Does digital content marketing affect tourism consumer behavior? An extension of <scp>t</scp> echnology acceptance model. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 61–75. <https://doi.org/10.1002/cb.1854>
- Matubatuba, R., & De Meyer-Heydenrych, C. F. (2022). Developing an intention to use amongst non-users of the Bus Rapid Transit (BRT) System: An emerging market perspective. *Research in Transportation Business & Management*, 45, 100858. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100858>
- Mishra, A., Shukla, A., Rana, N. P., Currie, W. L., & Dwivedi, Y. K. (2023). Re-examining post-acceptance model of information systems continuance: A revised theoretical model using MASEM approach. *International Journal of Information Management*, 68, 102571. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102571>
- Mo, C. Y., Hsieh, T. H., Lin, C. L., Jin, Y. Q., & Su, Y. S. (2021). Exploring the critical factors, the online learning continuance usage during COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(10), 5471.
- Muangmee, C., Kot, S., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Factors determining the behavioral intention of using food delivery apps during COVID-19 pandemics. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 16(5), 1297-1310.
- Muchenje, G., & Seppänen, M. (2023). Unpacking task-technology fit to explore the business value of big data analytics. *International Journal of Information Management*, 69, 102619. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102619>
- Muñoz-Carril, P.-C., Hernández-Sellés, N., Fuentes-Abeledo, E.-J., & González-Sanmamed, M. (2021). Factors influencing students' perceived impact of learning and satisfaction in Computer Supported Collaborative Learning. *Computers & Education*, 174, 104310. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104310>
- Mutambara, D., & Bayaga, A. (2021). Determinants of mobile learning acceptance for STEM education in rural areas. *Computers & Education*, 160, 104010. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104010>
- Navarro, M. M., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Nadlifatin, R., & Redi, A. A. N. P. (2021). The Perceived Satisfaction in Utilizing Learning Management System among Engineering Students during the COVID-19 Pandemic: Integrating Task Technology Fit and Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability*, 13(19), 10669. <https://doi.org/10.3390/su131910669>
- Naveed, Q. N., Alam, M. M., & Tairan, N. (2020). Structural equation modeling for mobile learning acceptance by university students: An empirical study. *Sustainability*, 12(20), 8618.

- Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. (2022). Workplace literacy skills—how information and digital literacy affect adoption of digital technology. *Journal of Documentation*, 78(7), 371–391. <https://doi.org/10.1108/JD-12-2021-0241>
- Ning, Y., Yan, M., Xu, S. X., Li, Y., & Li, L. (2021). Shared parking acceptance under perceived network externality and risks: Theory and evidence. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 150, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.05.009>
- Okabe-Miyamoto, K., Durnell, E., Howell, R. T., & Zizi, M. (2022). Video conferencing during emergency distance learning impacted student emotions during COVID-19. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100199. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100199>
- Pal, D., & Patra, S. (2021). University Students' Perception of Video-Based Learning in Times of COVID-19: A TAM/TTF Perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(10), 903–921. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1848164>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pedram, S., Palmisano, S., Skarbez, R., Perez, P., & Farrelly, M. (2020). Investigating the process of mine rescuers' safety training with immersive virtual reality: A structural equation modelling approach. *Computers & Education*, 153, 103891. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103891>
- Perez, W. D. D., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Persada, S. F., Young, M. N., & Nadlifatin, R. (2023). Factors Influencing Non-Fungible Tokens (NFT) Game Engagement during the COVID-19 pandemic: The Theory of Planned Behavior (TPB) and Hedonic Motivation System Adoption Model (HMSAM) Approach. *Heliyon*, 9(9), e19847. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19847>
- Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199–3226. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0259>
- Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of artificial intelligence (AI) for talent acquisition in IT/ITeS organizations. *Benchmarking: An International Journal*, 27(9), 2599–2629. <https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2020-0186>
- Pillai, R., Sivathanu, B., & Dwivedi, Y. K. (2020). Shopping intention at AI-powered automated retail stores (AIPARS). *Journal of Retailing and*

- Qashou, A. (2021). Influencing factors in M-learning adoption in higher education. *Education and Information Technologies*, 26(2), 1755–1785. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10323-z>
- Qu, S., Zhou, M., Kong, N., & Campy, K. S. (2023). Factors influencing user acceptance of weight management apps among Chinese obese individuals during the COVID-19 pandemic. *Health Policy and Technology*, 12(2), 100758. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2023.100758>
- Rahi, S., Khan, M. M., & Alghizzawi, M. (2020). Extension of technology continuance theory (TCT) with task technology fit (TTF) in the context of Internet banking user continuance intention. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 38(4), 986–1004. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2020-0074>
- Rizun, M., & Strzelecki, A. (2020). Students' acceptance of the COVID-19 impact on shifting higher education to distance learning in Poland. *International journal of environmental research and public health*, 17(18), 6468.
- Rodríguez-Espíndola, O., Chowdhury, S., Dey, P. K., Albores, P., & Emrouznejad, A. (2022). Analysis of the adoption of emergent technologies for risk management in the era of digital manufacturing. *Technological Forecasting and Social Change*, 178, 121562. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121562>
- Savaş, B. Ç., & Turan, M. (2023). Exploring Perceived Learning Among Students of Sports Sciences in Distance Education. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 98(1), 13–26. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2023-0002>
- Sayaf, A. M., Alamri, M. M., Alqahtani, M. A., & Alrahmi, W. M. (2022). Factors influencing university students' adoption of digital learning technology in teaching and learning. *Sustainability*, 14(1), 493.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 8th Edition. John Wiley & Sons.
- Shakeel, S. I., Haolader, M. F. A., & Sultana, M. S. (2023). Exploring dimensions of blended learning readiness: Validation of scale and assessing blended learning readiness in the context of TVET Bangladesh. *Heliyon*, 9(1), e12766. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12766>
- Shao, M., Hong, J.-C., & Zhao, L. (2022). Impact of the self-directed learning approach and attitude on online learning ineffectiveness: The mediating roles of internet cognitive fatigue and flow state. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.927454>

- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Talantis, S., Shin, Y. H., & Severt, K. (2020). Conference mobile application: Participant acceptance and the correlation with overall event satisfaction utilizing the technology acceptance model (TAM). *Journal of Convention & Event Tourism*, 21(2), 100–122. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1719949>
- Tisza, G., & Markopoulos, P. (2021). Understanding the role of fun in learning to code. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 28, 100270. <https://doi.org/10.1016/j.ijcci.2021.100270>
- Vahdat, A., Alizadeh, A., Quach, S., & Hamelin, N. (2021). Would you like to shop via mobile app technology? The technology acceptance model, social factors and purchase intention. *Australasian Marketing Journal*, 29(2), 187–197. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.01.002>
- Vanduhe, V. Z., Nat, M., & Hasan, H. F. (2020). Continuance Intentions to Use Gamification for Training in Higher Education: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM), Social Motivation, and Task Technology Fit (TTF). *IEEE Access*, 8, 21473–21484. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2966179>
- Verlicchi, P., Lacasa, E., & Grillini, V. (2023). Quantitative and qualitative approaches for CEC prioritization when reusing reclaimed water for irrigation needs – A critical review. *Science of The Total Environment*, 900, 165735. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.165735>
- Wang, C., Ahmad, S. F., Bani Ahmad Ayassrah, A. Y. A., Awwad, E. M., Irshad, M., Ali, Y. A., Al-Razgan, M., Khan, Y., & Han, H. (2023). An empirical evaluation of technology acceptance model for Artificial Intelligence in E-commerce. *Heliyon*, 9(8), e18349. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18349>
- Wang, H., Tao, D., Yu, N., & Qu, X. (2020). Understanding consumer acceptance of healthcare wearable devices: An integrated model of UTAUT and TTF. *International Journal of Medical Informatics*, 139, 104156. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104156>
- Weidlich, J., Göksün, D. O., & Kreijns, K. (2022). Extending social presence theory: social presence divergence and interaction integration in online distance learning. *Journal of Computing in Higher Education*. <https://doi.org/10.1007/s12528-022-09325-2>
- Xia, L., Baghaie, S., & Mohammad Sajadi, S. (2023). The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic

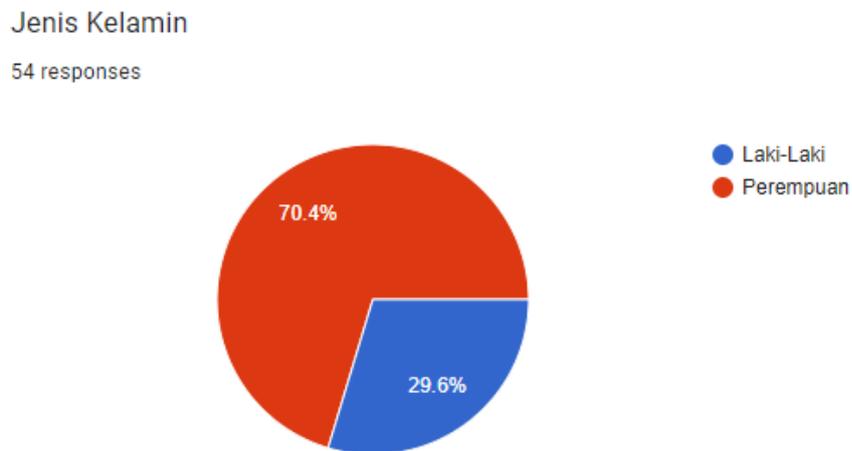
- communications. *Ain Shams Engineering Journal*, 102411.  
<https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Yakubu, M. N., Dasuki, S. I., Abubakar, A. M., & Kah, M. M. O. (2020). Determinants of learning management systems adoption in Nigeria: A hybrid SEM and artificial neural network approach. *Education and Information Technologies*, 25(5), 3515–3539.  
<https://doi.org/10.1007/s10639-020-10110-w>
- Yao, Y., Wang, P., Jiang, Y., Li, Q., & Li, Y. (2022). Innovative online learning strategies for the successful construction of student self-awareness during the COVID-19 pandemic: Merging TAM with TPB. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100252.  
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100252>
- Yao-Ping Peng, M., Xu, Y., & Xu, C. (2023). Enhancing students' English language learning via M-learning: Integrating technology acceptance model and S-O-R model. *Heliyon*, 9(2), e13302.  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13302>
- Zhang, T., Tao, D., Qu, X., Zhang, X., Zeng, J., Zhu, H., & Zhu, H. (2020). Automated vehicle acceptance in China: Social influence and initial trust are key determinants. *Transportation research part C: emerging technologies*, 112, 220-233.
- Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period? *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102683.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102683>
- Zikmund, B., & Griffin, C. (2016). *Business Research Methods* (8th Edition). Soth Western College.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Mini Riset

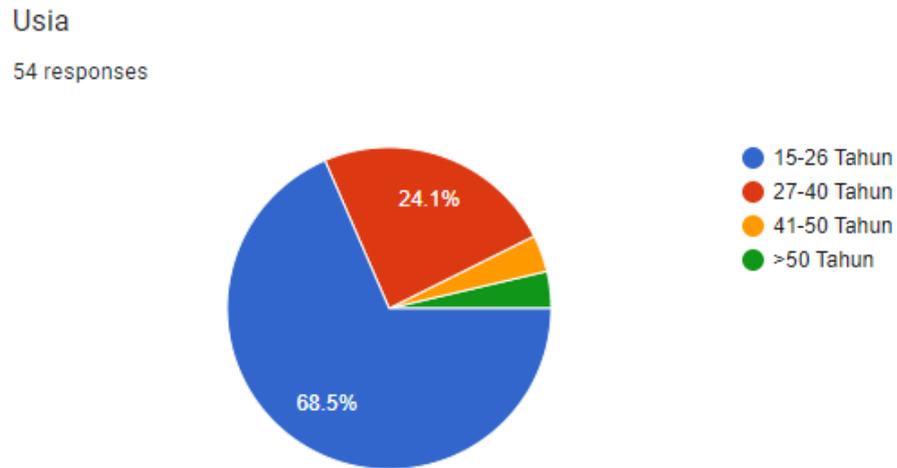
Penelitian ini melakukan mini riset kepada 54 responden dengan tujuan agar dapat menguatkan pilihan subjek dan objek pada penelitian ini dengan rangkuman sebagai berikut:

#### Lampiran 1.1 : Jenis Kelamin Responden



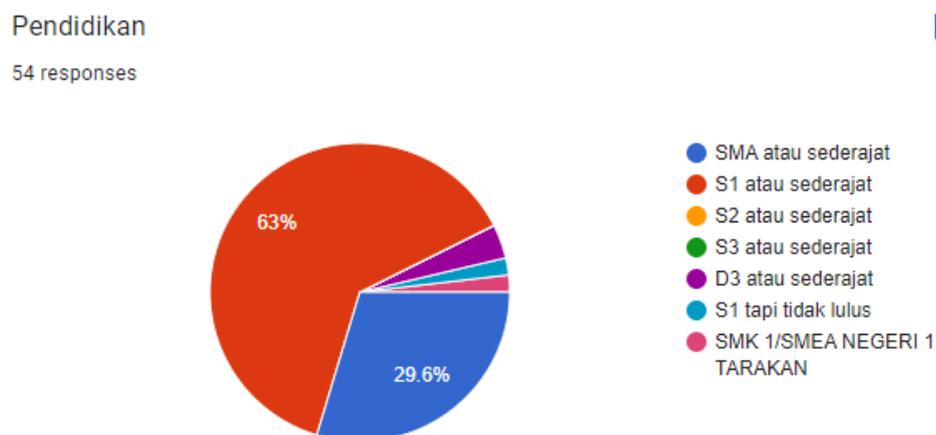
Berdasarkan data mini riset, mini riset mengenai jenis kelamin dari responden didominasi oleh responden perempuan berjumlah 38 responden atau 70,4%, daripada laki-laki berjumlah 16 responden atau 29,6%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini merupakan laki-laki dan perempuan dan tidak ada pembeda antara keduanya saat menggunakan aplikasi *video conference* karena dapat digunakan oleh keduanya.

### Lampiran 1.2 : Usia Responden



Berdasarkan data mini riset, mini riset mengenai usia dari responden didominasi oleh usia 15 sampai 26 tahun sebanyak 37 responden atau 68,5%, usia responden terkecil yaitu responden yang berusia 41 sampai 50 tahun sebanyak 2 responden atau 3,7%, dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 2 responden atau 3,7%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini berada pada semua generasi karena pada penggunaan aplikasi *video conference* dapat digunakan oleh semua umur.

### Lampiran 1.3 : Pendidikan Responden



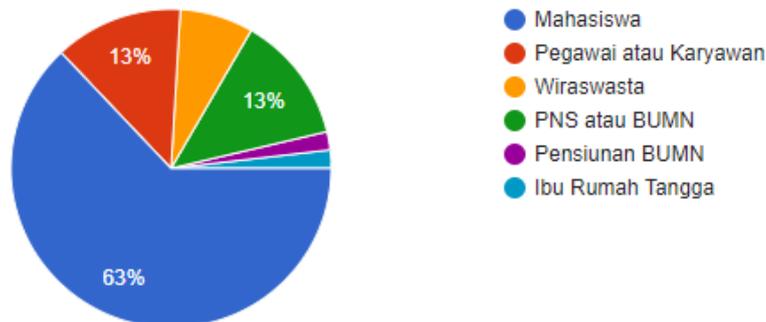
Berdasarkan data mini riset, mini riset mengenai pendidikan dari responden didominasi oleh S1 atau sederajat sebanyak 34 responden atau sebesar 63%, pendidikan responden lain yaitu S1 tapi tidak lulus sebanyak 1 responden atau sebesar 1,9% dan SMK sebanyak 1 responden atau sebesar 1,9%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua lapisan merupakan responden dari kuesioner ini dan merupakan pengguna dari aplikasi *video conference*.

#### Lampiran 1.4 : Pekerjaan Responden

Pekerjaan

54 responses

 Copy



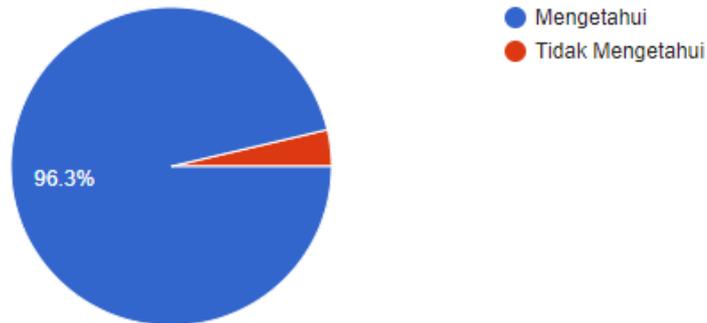
Berdasarkan mini riset, mini riset mengenai pekerjaan responden didominasi oleh mahasiswa sebanyak 34 responden atau sebesar 63%, pekerjaan responden lain yaitu pensiunan BUMN sebanyak 1 responden atau sebesar 1,9% dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 1 responden atau sebesar 1,9%. Dari hasil mini riset tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan aplikasi *video conference* dapat digunakan oleh siapa saja terutama yang ingin melakukan komunikasi tatap muka, namun terhalang oleh jarak yang jauh.

### Lampiran 1.5 : Pengetahuan Responden mengenai Aplikasi *Video Conference*

Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi komunikasi secara daring?

 Copy

54 responses



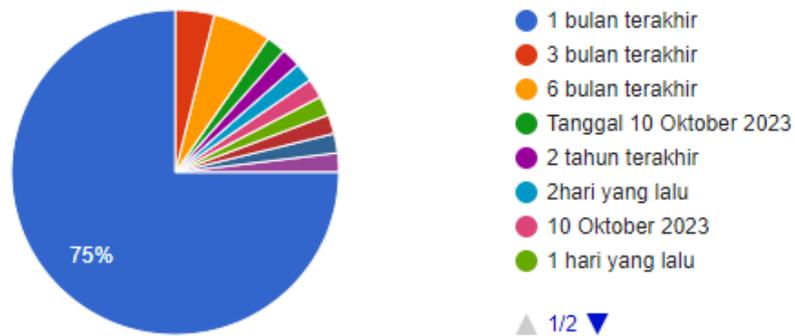
Berdasarkan mini riset, mini riset mengenai pengetahuan responden terkait dengan aplikasi *video conference* didominasi oleh responden yang mengetahui akan aplikasi tersebut sebanyak 52 responden atau sebesar 96,3%, dan 2 responden lainnya atau sebesar 3,7% tidak mengetahui mengenai aplikasi tersebut. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa responden telah mengetahui aplikasi *video conference* yang digunakan ketika akan melakukan pertemuan baik dengan kerabat, guru, dosen, atau rekan kerja.

### Lampiran 1.6 : Penggunaan Terakhir Aplikasi *Video Conference*

 Copy

Kapan anda terakhir menggunakan *Video Conference* untuk melakukan komunikasi secara daring?

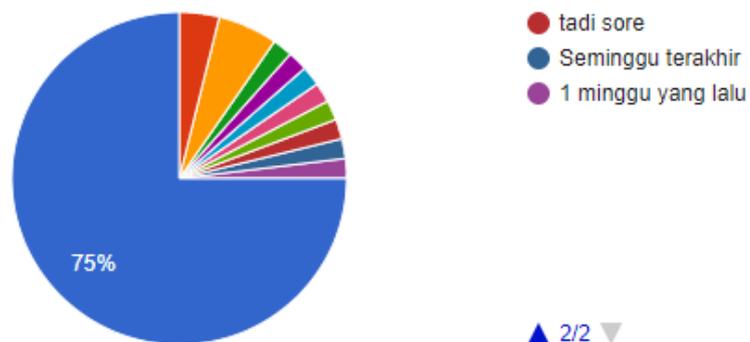
52 responses



 Copy

Kapan anda terakhir menggunakan *Video Conference* untuk melakukan komunikasi secara daring?

52 responses



Berdasarkan hasil mini riset, responden rata-rata menggunakan aplikasi *video conference* pada jangka waktu 1 bulan terakhir dengan total responden sebanyak 39 responden atau sebesar 75%. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa

pengguna aplikasi *video conference* masih menggunakan aplikasi tersebut hingga saat ini untuk kebutuhan yang beragam.

**Lampiran 1.7 : Peringkat Aplikasi *Video Conference***

Nama Aplikasi	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Total
Zoom Meeting	37	0	0	2	2	11	52
Microsoft Teams	4	19	10	5	12	2	52
Skype	1	11	22	13	3	2	52
Webex	1	5	12	19	12	3	52
Google Hangout	3	11	7	10	16	5	52
Lain-Lain	6	6	1	3	7	29	52

Ranking	Nama Aplikasi	N	%
1	Zoom Meeting	37	71%
2	Microsoft Teams	19	37%
3	Skype	22	42%
4	Webex	19	37%
5	Google Hangout	16	31%
6	Lain-Lain	29	56%

Berdasarkan dari hasil mini riset, lampiran 1.7 menunjukkan bahwa hasil dari pemeringkatan aplikasi *video conference* yang dipilih oleh responden pada peringkat pertama yaitu Zoom Meeting dengan perolehan sebanyak 37 responden

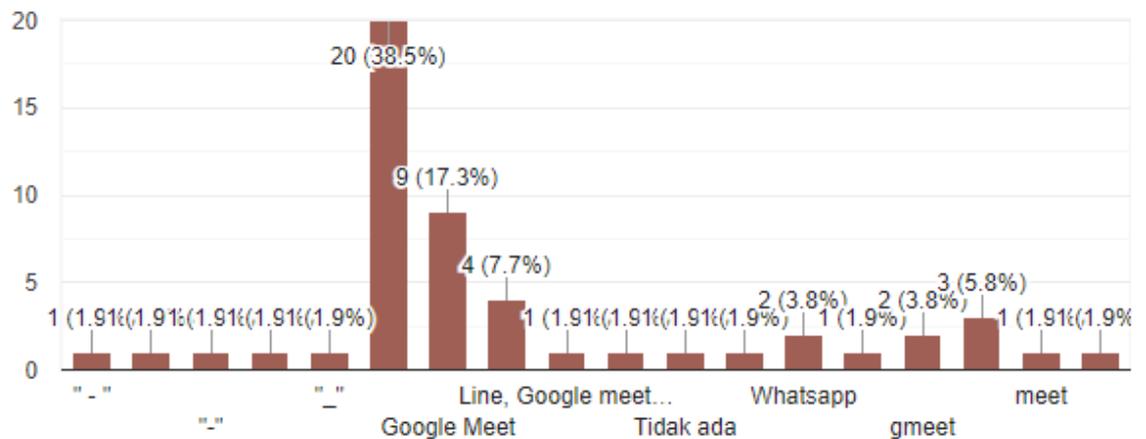
atau sebesar 71%. Pada peringkat kedua yaitu Microsoft Teams dengan perolehan sebanyak 19 responden atau sebesar 37%. Pada peringkat ketiga yaitu Skype dengan perolehan sebanyak 22 responden atau sebesar 42%. Pada peringkat keempat yaitu Webex dengan perolehan sebanyak 19 responden atau sebesar 37%. Pada peringkat kelima yaitu Google Hangout dengan perolehan sebanyak 16 responden atau sebesar 31%. Pada peringkat terakhir yaitu peringkat keenam merupakan pilihan Lain-Lain dengan perolehan sebanyak 29 responden atau sebesar 56%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Zoom Meeting menjadi pilihan pertama responden dalam menggunakan aplikasi video conference dibandingkan dengan aplikasi *video conference* lainnya.

### Lampiran 1.8 : Isian Lain-Lain untuk Aplikasi *Video Conference*

Selain pilihan aplikasi di atas, apakah ada aplikasi *Video Conference* lain yang Anda gunakan untuk melakukan komunikasi secara daring?

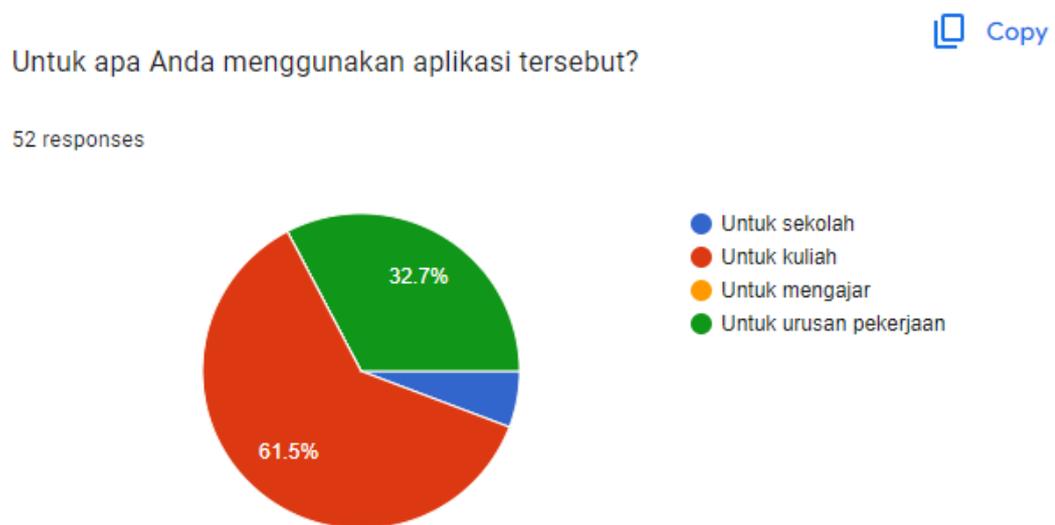


52 responses



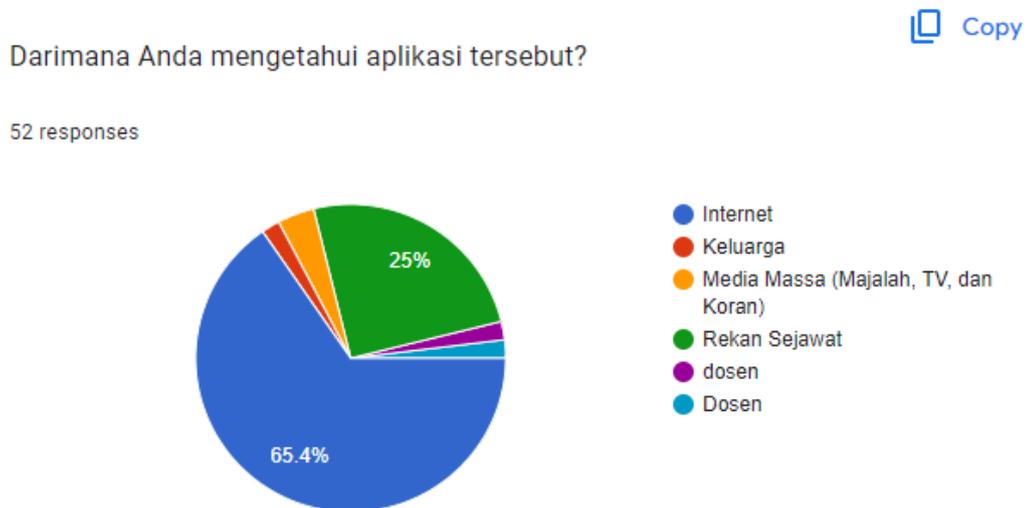
Berdasarkan dari hasil mini riset tersebut, sebanyak 21 responden menggunakan aplikasi Google Meet untuk pilihan selain aplikasi yang telah disebutkan diatas. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa selain aplikasi yang telah disebutkan di atas, terdapat aplikasi lain yang populer untuk digunakan yaitu Google Meet.

### Lampiran 1.9 : Alasan menggunakan Aplikasi *Video Conference*



Berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan, hasil tersebut didominasi oleh alasan menggunakan aplikasi *video conference* untuk kuliah sebanyak 32 responden atau sebesar 61,5% dan alasan untuk sekolah sebanyak 3 responden atau sebesar 5,8%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden menggunakan aplikasi *video conference* untuk melakukan aktivitasnya agar dapat meningkatkan produktivitas.

### Lampiran 1.10 : Asal Mula Mengetahui Aplikasi *Video Conference*



Dari hasil mini riset, dominan dari responden mengetahui aplikasi *video conference* dari internet sebanyak 34 responden atau sebesar 65,4%, dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1,9% yang mengetahui aplikasi *video conference* dari keluarganya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa, responden mengetahui aplikasi tersebut dari berbagai media dan orang-orang di sekitarnya, sehingga tidak membatasi siapapun untuk mengetahui dan menggunakan aplikasi *video conference* tersebut.

## **Lampiran 2: Lembar Kuesioner Penelitian Utama**

Hal: Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I

Ditempat

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Nur Saskia Aulia (20311219) mahasiswi program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Task Technology Fit* untuk Memaksimalkan *Perceived Impact on Learning* dengan Berbasis Teori *Technology Acceptance Model*”, dimana dalam penelitian ini saya menyusun kuesioner untuk menunjang penelitian tersebut.

Mohon kesediaannya untuk meluangkan waktu dan berpartisipasi dengan memilih jawaban yang disediakan pada daftar pernyataan yang telah disusun. Kebenaran dan kelengkapan jawaban akan sangat membantu saya dalam penelitian ini. Informasi yang bersifat pribadi akan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata digunakan hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab kuesioner penelitian, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya

Nur Saskia Aulia

### **Pertanyaan Saringan (Screening Question)**

Pertanyaan berikut bertujuan untuk penyaringan kriteria responden penelitian. Bapak/Ibu/Saudara/i diminta untuk memberi tanda pada jawaban yang paling sesuai.

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I berdomisili di wilayah ini? (Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, dan Makassar)

Ya  Tidak

\*Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya. Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Tidak, silahkan berhenti disini. Terima kasih.

2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I berusia antara 15 tahun hingga >50 tahun?

Ya  Tidak

\*Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya. Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Tidak, silahkan berhenti disini. Terima kasih.

3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I mengetahui aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi?

Ya  Tidak

\*Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya. Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Tidak, silahkan berhenti disini. Terima kasih.

4. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I menggunakan aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi seperti Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsot Teams?

Ya  Tidak

\*Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya.

Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab Tidak, silahkan berhenti disini. Terima kasih.

5. Aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi yang mana yang paling sering digunakan oleh Bapak/Ibu/Saudara/I?

Zoom Meeting     Google Meet     Microsoft Teams

6. Kapan terakhir kali Bapak/Ibu/Saudara/I menggunakan aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi?

Hari ini     Minggu ini     Bulan ini     Tahun ini

7. Berapa kali intensitas Bapak/Ibu/Saudara/I menggunakan aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi tersebut dalam 6 bulan terakhir?

1 - 2 kali     3 - 5 kali     >5 kali

### A. Identitas Responden

Pernyataan berikut berkenaan dengan jati diri saudara. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda pada jawaban yang paling sesuai.

#### 1. Nama

--

#### 2. Domisili berdasarkan Kabupaten/Kota

1	Jakarta
2	Yogyakarta
3	Samarinda

4	Tangerang
5	Tarakan
6	Surabaya
7	Makassar

## B. Data Demografi

Pernyataan berikut berkenaan dengan jati diri saudara. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda pada nomor yang dianggap sesuai.

### 1. Jenis Kelamin

1	Laki-Laki
2	Perempuan

### 2. Usia

1	15-26 tahun
2	27-40 tahun
3	41-50 tahun
4	>50 tahun

### 3. Pendidikan Terakhir

1	SD atau sederajat
2	SMP atau sederajat
3	SMA atau sederajat

4	S1 atau sederajat
5	S2 atau sederajat
6	S3 atau sederajat
7.	Lain-lain...

#### **4. Pekerjaan**

1	Pelajar atau Mahasiswa
2	Pegawai atau Karyawan
3	Wiraswasta
4	PNS atau BUMN
5	Lain-lain...

#### **5. Pendapatan/Uang Saku per Bulan**

1	< dari Rp 500.000
2	Rp 500.001 – Rp 1.000.000
3	Rp 1.000.001 – Rp 2.500.000
4	Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000
5	> Rp 4.000.000

Instruksi: Pertanyaan-pertanyaan berikut memiliki 5 alternatif jawaban, silahkan tandai salah satu dari kelima pilihan jawaban tersebut yang menunjukkan referensi Anda saat menggunakan **Aplikasi *Video Conference* atau Telekonferensi yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih antara Zoom Meeting, Google Meet, dan Microsoft Teams (hanya memilih salah satu antara ketiga aplikasi tersebut).**

Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

<b>BAGIAN 1</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan					
2.	Saya tidak yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari					
3.	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh					

	dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik					
4.	Saya tidak mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik					
5.	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini memiliki koneksi yang stabil					

<b>BAGIAN II</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
6.	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan					
7.	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja					
8.	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini sulit mencapai hasil maksimal					
9.	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi					

10.	Saya tidak yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih					
11.	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik					

<b>BAGIAN III</b>						
<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
.						
12.	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan					
13.	Saya kesulitan ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini					
14.	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus					
15.	Saya merasa penggunaan <i>Video Conference</i> ini sesuai untuk setiap pertemuan					

16.	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja					
17.	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan					

<b>BAGIAN IV</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
18.	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan					
19.	Saya tidak setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan					
20.	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang					
21.	Saya tidak mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini					
22.	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>					

23.	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas					
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<b>BAGIAN V</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
24.	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>					
25.	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini tidak memberikan peningkatan dalam kinerja					
26.	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti					
27.	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini					
28.	Saya tidak mengetahui penggunaan <i>Video Conference</i> ini sedang menjadi tren saat ini					

29.	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik					
-----	------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<b>BAGIAN VI</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
30.	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan					
31.	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas					
32.	Saya tidak yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan					
33.	Saya beranggapan dengan <i>Video Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi					
34.	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus					
35.	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan					

<b>BAGIAN VII</b>						
<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
36.	Saya senang menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan					
37.	Saya merasa penggunaan <i>Video Conference</i> ini membosankan					
38.	Saya menganggap menggunakan <i>Video Conference</i> ini adalah hal yang menarik untuk dilakukan					
39.	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan merupakan hal yang mengasyikkan karena dapat meningkatkan kemampuan kolaborasi					
40.	Saya percaya melakukan pertemuan dengan <i>Video Conference</i> ini dapat menyenangkan					
41.	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini membosankan					
42.	Saya merasa senang berdiskusi menggunakan <i>Video Conference</i> ini					

### Lampiran 3: Data Responden

TTF2	TTF3	TTF4	TTF5	TTF6	TTF7
3	4	4	3	1	4
4	4	3	3	4	3
1	5	4	4	4	4
2	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4
3	4	5	5	3	5
2	4	4	4	2	4
4	5	4	3	5	3
1	5	5	5	1	5
3	4	3	3	3	3
1	5	5	5	3	5
3	4	3	3	3	3
5	5	4	4	5	3
2	4	3	4	3	4
3	3	2	2	3	3
5	5	5	5	4	5
3	5	3	5	4	3
5	4	4	5	5	5
3	5	3	4	4	4
3	4	4	5	4	5
2	4	4	4	2	4
5	5	4	5	5	5
3	5	3	4	2	3
2	4	4	3	2	3
3	4	3	3	3	4
2	5	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	2	4
2	4	4	4	4	5
2	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	5
2	4	5	4	3	4
2	5	4	4	4	3
4	5	3	3	3	4
5	5	4	4	4	5

4	4	5	5	4	5
2	3	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3
4	4	3	4	2	4
3	4	4	4	2	4
5	4	5	5	5	4
1	5	4	4	1	3
2	5	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4
5	4	3	3	4	3
3	4	3	3	3	4
4	5	4	4	3	4
1	5	5	5	1	5
2	5	4	5	1	5
3	4	2	3	3	2
4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5
3	4	5	5	4	3
3	5	4	3	2	2
2	4	5	4	2	5
3	4	4	3	3	4
3	1	1	2	2	2
4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	1	5
3	4	3	4	3	3
4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4
3	5	5	5	4	5
3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4
3	4	3	3	3	4
3	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	2	4
2	5	2	3	2	4
1	5	5	5	1	5

5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4
4	4	3	3	4	3
5	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4
2	4	4	4	4	4
2	4	4	5	1	4
3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
2	5	4	4	5	4
2	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	4
2	2	4	4	4	4
5	5	5	5	1	4
1	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5
2	4	2	3	3	2
3	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
1	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4
2	3	3	4	2	4
3	4	5	4	3	5
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4
4	3	3	3	1	3

4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	1	5
1	4	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5
2	5	2	4	2	3
3	4	4	5	4	4
5	5	4	4	5	3
4	3	4	4	5	4
3	4	5	5	3	4
5	5	5	4	5	3
2	5	3	4	2	4
4	4	4	4	2	4
2	5	5	4	2	5
3	5	4	4	2	4
4	5	4	5	4	3
2	4	4	4	4	4
2	4	4	3	2	4
5	5	2	5	5	2
5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4
3	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4

4	4	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5
2	4	5	4	2	4
3	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PU7
4	4	2	5	5	3	4
2	4	4	3	4	4	4
5	4	1	4	4	5	4
4	3	2	3	4	4	3
5	5	1	5	1	5	5
5	3	2	4	4	5	4
5	5	2	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	3
5	1	4	2	4	3	4
5	5	1	5	1	5	5
4	4	3	3	3	3	3
5	5	1	5	3	5	3
3	3	4	3	3	3	3
5	5	5	4	5	4	4
3	3	3	3	4	3	3
3	3	2	5	4	2	2
5	5	1	5	4	4	5
5	5	3	5	4	3	5
5	4	5	5	5	5	5
2	4	3	3	3	4	4
4	3	5	4	4	4	4

4	4	2	3	2	4	4
5	3	5	5	4	5	5
5	2	4	2	4	3	4
4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	3	3
4	3	5	1	1	1	4
4	4	2	4	2	4	4
3	2	2	1	2	2	4
5	4	5	4	5	3	4
4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	3	4	4
4	4	3	4	2	5	4
5	4	2	2	3	3	5
5	4	5	3	4	3	4
5	5	3	4	4	4	5
5	4	2	4	1	4	5
2	3	1	4	4	4	4
4	4	4	3	2	4	4
4	4	2	4	3	4	4
3	4	3	4	2	3	4
4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	2	4	5
5	4	1	3	4	4	3
5	1	4	4	4	4	4
4	3	5	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	1	4	4	3	4
5	5	1	5	1	5	5
5	5	1	5	3	3	5
3	3	5	3	4	3	3
4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	3
4	4	2	5	1	5	5
5	4	5	3	4	3	4
4	5	1	5	2	5	3
5	5	3	3	3	3	4
1	2	3	2	2	2	1
4	5	4	4	4	5	5

5	5	3	5	5	5	5
3	2	3	3	3	3	4
5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5
4	4	2	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4
4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5
4	4	2	4	2	3	4
5	4	4	3	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5
4	3	4	3	3	3	4
5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5
3	3	4	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	2	4	3
4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	1	5	3	3	5
4	4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5

4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4
4	3	4	3	4	2	4
4	4	2	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3
5	5	1	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	4	2	4	4
3	3	4	4	1	4	5
4	4	3	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4
4	4	1	4	1	4	3
3	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	1	2	4
3	4	1	4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4
5	4	2	4	5	5	5
3	4	4	4	1	4	4
4	4	2	3	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	5
5	4	2	4	4	4	4
5	5	3	4	4	4	4
5	5	4	3	3	3	5
4	4	1	4	2	4	3
4	4	4	4	2	4	4
5	4	1	4	2	5	5
4	4	1	4	4	3	4
5	4	3	3	2	4	5
4	4	2	4	4	4	4
5	4	2	4	2	4	4
5	5	5	2	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5

4	4	2	4	3	4	4
4	4	2	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4
4	5	2	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4
4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5
4	4	2	4	2	4	3
4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5

PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	PEOU5	PEOU6	PEOU7
4	5	3	3	3	4	5
4	4	4	4	4	3	4
5	5	4	5	4	3	5
4	5	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	3
3	4	4	4	3	3	2
3	5	3	3	3	3	4
1	5	5	5	5	5	1
4	4	4	4	3	3	3
3	5	5	5	5	5	1
3	5	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	4	5
3	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	4
5	5	3	3	3	3	5
5	5	5	5	4	4	5
3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	3	5
4	5	5	4	3	2	4
2	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	2
4	5	4	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3
5	5	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	2	4	4	4
3	4	4	5	4	4	2
4	4	5	5	5	4	3
3	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	3	5	5
3	5	4	5	4	4	3
2	4	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	4	2
3	5	4	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5

5	5	3	5	3	4	2
4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	5	3	3	4
4	5	3	4	3	3	3
4	4	4	5	3	3	4
1	5	5	5	5	5	1
3	4	5	5	5	4	1
3	4	3	4	2	2	4
5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	3	4
4	4	5	4	5	5	1
5	5	4	3	4	3	5
2	5	4	5	5	5	2
3	5	3	4	3	4	4
2	1	2	1	1	2	2
4	4	4	4	2	4	4
5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	3	3	3	2
5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	4
4	5	5	5	5	5	3
5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	1
2	4	3	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	5
3	5	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4

3	5	4	4	4	4	2
3	5	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3
4	5	3	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	2
4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5
3	4	5	4	5	5	1
4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4
3	4	3	4	3	3	4
3	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3
1	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	4	3	4
4	5	4	5	4	5	1
1	3	3	4	3	4	4
4	5	5	5	4	4	4
5	5	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3
4	3	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	2
3	4	5	5	3	5	4
4	4	4	2	4	4	1
4	4	5	4	4	4	2
4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4
3	3	3	4	4	3	1

3	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	3
4	4	5	5	4	5	5
3	5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	1
4	5	4	4	4	5	2
4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	2
3	4	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	4	5
3	5	5	4	5	4	4
2	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5

5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	3
3	3	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

ATT1	ATT2	ATT3	ATT4	ATT5	ATT7
5	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4
5	2	5	4	5	5
3	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
4	2	5	4	5	3
4	2	4	4	4	4
1	5	4	4	4	3
5	1	5	5	5	5
4	4	3	3	4	3
5	3	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3
5	5	4	5	5	4
3	3	3	3	4	4
4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5
3	1	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3
4	3	4	4	4	4

4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
4	1	4	4	4	5
4	2	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
4	1	5	4	4	3
5	4	4	5	4	4
5	3	5	4	4	4
5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	5
4	3	3	4	4	4
4	2	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	2	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	1	4	3	4	5
4	1	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
3	2	4	3	4	3
4	4	5	4	4	3
5	1	5	5	5	5
5	3	4	5	4	5
4	3	3	3	4	3
5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
5	2	4	5	4	5
4	3	4	3	5	4
5	1	4	5	5	5
5	3	4	4	4	3
1	3	2	2	1	2
5	2	4	4	5	4
5	1	5	5	5	5
5	3	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4

4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4
4	2	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
5	2	5	4	5	5
4	2	3	4	3	2
5	5	5	1	5	5
5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	2	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	4
4	2	3	4	3	4
3	4	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	3	5
4	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	3
4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3
5	1	5	5	5	5

4	3	4	4	4	4
3	2	4	4	5	4
5	3	3	3	3	3
5	2	5	5	4	5
4	4	3	3	4	3
5	2	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5
4	2	2	5	5	4
3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
4	2	4	5	4	5
3	3	5	3	3	4
4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4
3	1	4	4	4	4
3	2	4	5	4	4
5	3	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4
4	2	4	5	5	4
5	3	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5
4	2	4	4	4	4
4	2	4	5	4	4
5	1	5	5	5	5
4	1	3	4	3	4
5	5	4	4	5	4
4	2	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4
5	1	5	5	5	5
5	1	5	5	5	5
5	1	5	5	5	4
5	2	5	5	5	5
4	2	4	4	4	4
4	2	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4
5	5	4	4	4	4

5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	5	4
3	3	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5
4	2	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

PIOL1	PIOL3	PIOL4	PIOL5	PIOL6	PIOL7
5	4	3	5	4	5
4	4	3	3	2	4
3	5	4	4	5	5
3	5	4	3	4	3
5	5	5	1	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	3	3
4	4	4	3	4	4
2	5	3	4	4	3
5	1	5	1	5	5
3	4	3	3	3	3
5	1	4	3	5	3

3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	4
4	3	3	3	4	4
4	3	5	3	3	2
5	5	3	1	5	5
3	5	3	3	5	5
5	5	4	5	5	4
3	4	3	3	4	4
4	5	4	3	4	5
4	2	4	2	4	4
4	5	3	1	5	5
2	5	3	3	4	4
4	5	4	2	3	4
3	3	3	3	4	3
3	5	2	1	2	3
4	4	4	2	4	4
4	5	2	2	4	4
4	5	4	4	4	4
2	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
1	5	4	2	5	4
4	3	5	3	4	4
4	5	3	4	3	4
4	5	3	4	4	4
4	5	4	4	5	4
4	5	3	4	5	4
4	4	4	2	5	4
3	2	3	2	4	4
4	5	4	4	4	4
4	2	4	3	3	4
5	5	4	5	5	5
4	5	2	3	3	4
4	5	4	4	4	3
4	4	3	1	5	4
3	4	3	4	5	4
3	3	3	3	4	3
4	4	3	4	4	4
5	1	5	1	5	5
4	1	3	3	4	5

3	4	3	3	4	3
4	5	4	5	4	4
5	5	3	5	4	4
5	4	4	3	4	5
2	5	4	3	5	4
5	2	5	1	4	4
4	5	3	3	4	4
2	1	2	4	2	2
4	4	4	4	5	5
2	5	3	3	5	5
3	4	2	3	5	4
5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4
3	5	3	2	4	4
5	5	5	5	5	5
3	5	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4
4	5	3	2	4	4
3	3	3	3	5	4
4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5
3	3	1	2	3	2
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4
4	4	3	3	3	4
4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	5	4	2	5	4
3	3	2	3	3	3
3	4	3	2	4	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	3	4	4
4	2	4	3	4	4

3	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4
5	5	5	3	5	5
5	5	4	3	5	5
5	5	5	4	5	4
1	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5
4	5	2	3	4	3
3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3
5	5	5	1	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
3	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	5
3	4	5	4	4	4
4	3	4	3	4	4
5	5	4	4	4	4
4	3	3	3	4	2
4	4	4	2	4	4
4	2	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4
3	3	4	2	4	4
4	4	4	2	4	4
5	5	4	4	4	4
4	5	5	3	4	3
4	2	3	3	4	3
4	3	4	3	5	5
5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5
4	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4

4	4	5	4	5	5
4	4	4	3	3	4
5	4	3	4	4	5
4	4	4	2	4	4
5	2	4	2	4	4
2	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	2	5	5
5	5	5	3	5	5
4	4	4	2	4	4
3	4	3	2	4	4
4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5
3	5	3	3	3	3
5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4
4	2	3	2	4	4
4	4	2	2	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

#### Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas Utama

##### Validitas Pernyataan *Task-Technology Fit*

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Task-Technology Fit (TTF)</i>	TTF2	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini sesuai fungsi untuk menyederhanakan pertemuan dengan banyak orang dengan menyediakan layar yang jernih	.659**	<,001	Valid
	TTF3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini dapat mengelola fungsi pertemuan jarak jauh dengan menyediakan kejelasan suara dan ucapan yang baik	.455**	<,001	Invalid
	TTF4	Saya memandang penggunaan <i>Video Conference</i> ini sangat cocok untuk melakukan pertemuan	.717**	<,001	Valid
	TTF5	Saya merasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan terutama dalam kolaborasi secara <i>real-time</i>	.723**	<,001	Valid
	TTF6	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini mampu untuk memenuhi tujuan pertemuan yang dilakukan	.702**	<,001	Valid
	TTF7	Saya percaya penggunaan <i>Video Conference</i> ini merupakan hal yang tepat dan perlu ketika melakukan pertemuan	.656**	<,001	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

##### Validitas Pernyataan *Perceived Usefulness*

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
----------	------	------------	---------------------	------	------------

<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	Saya dapat berpartisipasi secara <i>online</i> menggunakan aplikasi <i>Video Conference</i> ini kapan saja dan di mana saja	.605**	<,001	Valid
	PU2	Saya yakin berpartisipasi secara <i>online</i> lebih efektif menggunakan <i>Video Conference</i>	.619**	<,001	Valid
	PU3	Saya yakin aplikasi <i>Video Conference</i> ini berguna dalam kehidupan sehari-hari	.550**	<,001	Valid
	PU4	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan produktivitas	.673**	<,001	Valid
	PU5	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Video Conference</i> ini memberikan peningkatan dalam kinerja	.688**	<,001	Valid
	PU6	Saya merasa dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja	.677**	<,001	Valid
	PU7	Saya yakin <i>Video Conference</i> ini berguna untuk pertemuan karena hemat pada segi biaya dan memiliki cakupan yang luas	.688**	<,001	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

### Validitas Pernyataan *Perceived Ease of Use*

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	PEOU1	Saya mendapatkan kemudahan ketika bekerja dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.670**	<,001	Valid
	PEOU2	Saya rasa <i>Video Conference</i> ini mudah digunakan	.667**	<,001	Valid

	PEOU3	Saya menganggap penggunaan <i>Video Conference</i> ini mudah dilakukan untuk melakukan pertemuan	.726**	<,001	Valid
	PEOU4	Saya berharap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan memudahkan evaluasi dan umpan balik	.681**	<,001	Valid
	PEOU5	Saya beranggapan dengan <i>Video Conference</i> ini mudah untuk digunakan terutama ketika melakukan diskusi	.732**	<,001	Valid
	PEOU6	Saya yakin berinteraksi menggunakan <i>Video Conference</i> ini jelas dan dapat dimengerti	.651**	<,001	Valid
	PEOU7	Saya setuju jika <i>Video Conference</i> ini nyaman dan mudah untuk digunakan	.594**	<,001	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

### Validitas Pernyataan *Attitude*

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Attitude (ATT)</i>	ATT1	Saya menganggap dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk pertemuan daring adalah ide bagus	.744**	<,001	Valid
	ATT2	Saya mengetahui jika <i>Video Conference</i> ini dapat membuat pertemuan daring menjadi lebih menarik	.524**	<,001	Valid
	ATT3	Saya beranggapan <i>Video Conference</i> ini memberikan kemudahan dan sangat trendi	.737**	<,001	Valid
	ATT4	Saya memandang <i>Video Conference</i> ini merupakan ide baru dan unik	.681**	<,001	Valid

	ATT5	Saya yakin menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk melakukan pertemuan daring adalah ide bagus	.711**	<,001	Valid
	ATT7	Saya menyukai penggunaan <i>Video Conference</i> ini di era sekarang	.700**	<,001	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

### Validitas Pernyataan *Perceived Impact on Learning*

Variabel	Item	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Perceived Impact on Learning (PIOL)</i>	PIOL1	Saya mampu meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dengan menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.629**	<,001	Valid
	PIOL3	Saya mengerti menggunakan <i>Video Conference</i> ini	.597**	<,001	Valid
	PIOL4	Saya percaya menggunakan <i>Video Conference</i> ini dapat memahami materi yang disajikan	.683**	<,001	Valid
	PIOL5	Saya pikir menggunakan <i>Video Conference</i> ini mudah mencapai hasil maksimal	.658**	<,001	Valid
	PIOL6	Saya setuju menggunakan <i>Video Conference</i> ini di masa depan	.644**	<,001	Valid
	PIOL7	Saya berniat menggunakan <i>Video Conference</i> ini untuk mendukung kegiatan	.660**	<,001	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

### Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	<i>Task-Technology Fit (TTF)</i>	.717	Reliabel
2	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	.736	Reliabel
3	<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	.777	Reliabel

4	<i>Attitude (ATT)</i>	.707	Reliabel
5	<i>Perceived Impact on Learning (PIOL)</i>	.701	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2023

## Lampiran 5: Uji Standar Deviasi

### A. Standar Deviasi dan *Average Instrument*

#### 1. *Task-Technology Fit*

	Mean	Std. Deviation	N
TTF2	3.42	1.165	170
TTF3	4.29	.640	170
TTF4	4.02	.795	170
TTF5	4.05	.731	170
TTF6	3.62	1.170	170
TTF7	4.09	.778	170

#### 2. *Perceived Usefulness*

	Mean	Std. Deviation	N
PU1	4.24	.752	170
PU2	4.06	.785	170
PU3	3.52	1.310	170
PU4	4.01	.845	170
PU5	3.66	1.130	170
PU6	3.98	.817	170
PU7	4.20	.728	170

#### 3. *Perceived Ease of Use*

	Mean	Std. Deviation	N
PEOU1	3.90	.980	170
PEOU2	4.44	.670	170
PEOU3	4.14	.699	170
PEOU4	4.14	.690	170
PEOU5	4.06	.777	170
PEOU6	3.96	.712	170
PEOU7	3.73	1.164	170

#### 4. *Attitude*

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
ATT1	4.27	.744	170
ATT2	3.42	1.304	170
ATT3	4.23	.673	170
ATT4	4.22	.729	170
ATT5	4.25	.662	170
ATT7	4.14	.667	170

**5. Perceived Impact on Learning****Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
PIOL1	4.02	.859	170
PIOL3	4.20	1.019	170
PIOL4	3.85	.830	170
PIOL5	3.54	1.141	170
PIOL6	4.24	.701	170
PIOL7	4.10	.688	170

**Lampiran 6: Uji *Outlier***

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
18	74,341	,000	,000
135	64,067	,000	,000
76	61,600	,000	,000
16	55,657	,000	,000
29	52,414	,000	,000
33	51,591	,000	,000
9	51,516	,000	,000
59	48,892	,001	,000
114	48,546	,001	,000
7	48,317	,001	,000
118	46,989	,001	,000
75	46,816	,002	,000
44	46,135	,002	,000
117	43,337	,004	,000
96	43,035	,005	,000
1	42,266	,006	,000
24	41,949	,006	,000
54	41,698	,007	,000
27	40,380	,010	,000
62	39,296	,013	,000
56	38,647	,015	,000
111	38,311	,017	,000
60	37,963	,018	,000
46	36,975	,024	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
2	36,486	,027	,000
122	35,989	,030	,000
109	35,158	,037	,000
103	34,994	,039	,000
127	34,432	,044	,000
39	33,946	,050	,000
12	32,362	,071	,000
94	32,230	,074	,000
35	31,595	,085	,000
38	30,773	,101	,000
58	30,159	,115	,000
21	29,356	,135	,004
55	29,309	,136	,002
51	29,116	,142	,003
166	29,059	,143	,002
132	28,436	,162	,008
61	27,948	,177	,022
124	27,940	,178	,014
23	27,554	,191	,028
142	26,701	,223	,150
97	26,700	,223	,113
49	26,215	,243	,221
52	26,031	,250	,240
31	25,953	,254	,219
159	25,660	,267	,287

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
155	25,637	,268	,241
15	25,379	,279	,300
57	24,990	,298	,435
67	24,831	,305	,455
47	24,787	,307	,414
45	24,777	,308	,356
158	24,769	,308	,301
144	24,694	,312	,281
110	24,456	,324	,341
126	24,296	,332	,365
90	24,241	,335	,334
20	24,143	,340	,326
153	24,105	,342	,289
131	24,100	,342	,239
160	24,055	,344	,211
164	23,979	,348	,197
141	23,841	,356	,209
121	23,718	,362	,215
81	23,674	,365	,189
102	23,337	,383	,294
145	23,040	,400	,400
113	23,021	,401	,352
3	22,489	,431	,607
149	22,261	,444	,680
98	22,171	,450	,674

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
87	21,460	,493	,922
74	21,423	,495	,907
99	21,399	,496	,886
34	21,350	,499	,871
115	21,344	,500	,838
72	21,257	,505	,834
161	21,027	,519	,883
163	21,008	,520	,857
95	20,950	,524	,843
14	20,933	,525	,810
6	20,863	,529	,800
88	20,817	,532	,777
4	20,771	,535	,753
42	20,769	,535	,703
104	20,768	,535	,648
101	20,444	,555	,776
148	20,025	,581	,902
36	19,637	,606	,963
123	19,509	,614	,968
151	19,489	,615	,958
79	19,486	,615	,943
91	19,402	,620	,941
85	19,376	,622	,927
154	19,240	,630	,937
116	18,702	,664	,989

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
100	18,556	,673	,992

**Lampiran 7: Uji Structural Model**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PEOU <--- TTF	,945	,110	8,596	***	par_19
PU <--- TTF	,785	,319	2,459	,014	par_18
PU <--- PEOU	,075	,301	,249	,803	par_20
ATT <--- PU	,303	,285	1,065	,287	par_21
ATT <--- PEOU	,726	,259	2,799	,005	par_22
PIOL <--- ATT	,922	,127	7,259	***	par_23
TTF7 <--- TTF	1,000				
TTF5 <--- TTF	1,152	,114	10,137	***	par_1
TTF4 <--- TTF	1,204	,123	9,796	***	par_2
PU1 <--- PU	1,000				
PU2 <--- PU	1,156	,153	7,576	***	par_3
PU4 <--- PU	1,239	,164	7,546	***	par_4
PU6 <--- PU	1,222	,159	7,668	***	par_5
PU7 <--- PU	1,100	,142	7,722	***	par_6
PEOU6 <--- PEOU	1,000				
PEOU5 <--- PEOU	1,152	,108	10,650	***	par_7
PEOU4 <--- PEOU	,895	,098	9,170	***	par_8
PEOU3 <--- PEOU	,988	,098	10,103	***	par_9
PEOU2 <--- PEOU	,727	,096	7,548	***	par_10
ATT1 <--- ATT	1,000				
ATT3 <--- ATT	,891	,099	8,981	***	par_11
ATT4 <--- ATT	,926	,108	8,608	***	par_12
ATT5 <--- ATT	,843	,098	8,632	***	par_13
ATT7 <--- ATT	,967	,098	9,842	***	par_14
PIOL1 <--- PIOL	1,000				
PIOL4 <--- PIOL	1,002	,156	6,416	***	par_15
PIOL6 <--- PIOL	,995	,138	7,185	***	par_16
PIOL7 <--- PIOL	1,045	,139	7,505	***	par_17

**Lampiran 8: Uji Structural Model (Modification Indices)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PEOU <--- TTF	1,023	,114	9,004	***	par_19
PU <--- TTF	,535	,182	2,938	,003	par_18
PU <--- PEOU	,317	,157	2,018	,044	par_20
ATT <--- PU	,495	,258	1,918	,055	par_21
ATT <--- PEOU	,497	,214	2,324	,020	par_22
PIOL <--- ATT	,884	,116	7,609	***	par_23
TTF7 <--- TTF	1,000				
TTF5 <--- TTF	1,170	,116	10,057	***	par_1
TTF4 <--- TTF	1,226	,126	9,753	***	par_2
PU1 <--- PU	1,000				
PU2 <--- PU	1,132	,148	7,651	***	par_3
PU4 <--- PU	1,184	,158	7,475	***	par_4
PU6 <--- PU	1,275	,164	7,767	***	par_5
PU7 <--- PU	1,092	,138	7,888	***	par_6
PEOU6 <--- PEOU	1,000				
PEOU5 <--- PEOU	1,056	,104	10,130	***	par_7
PEOU4 <--- PEOU	,814	,093	8,756	***	par_8
PEOU3 <--- PEOU	,913	,094	9,730	***	par_9
PEOU2 <--- PEOU	,662	,091	7,295	***	par_10
ATT1 <--- ATT	1,000				
ATT3 <--- ATT	,911	,101	8,973	***	par_11
ATT4 <--- ATT	,946	,110	8,601	***	par_12
ATT5 <--- ATT	,843	,100	8,458	***	par_13
ATT7 <--- ATT	,976	,101	9,687	***	par_14

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PIOL1 <--- PIOL	1,000				
PIOL4 <--- PIOL	1,041	,170	6,124	***	par_15
PIOL6 <--- PIOL	1,000	,147	6,807	***	par_16
PIOL7 <--- PIOL	1,107	,155	7,130	***	par_17

## Lampiran 9: Uji Goodness of Fit

### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	60	316,613	193	,000	1,640
Saturated model	253	,000	0		
Independence model	22	2416,811	231	,000	10,462

### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,030	,847	,799	,646
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,256	,167	,088	,153

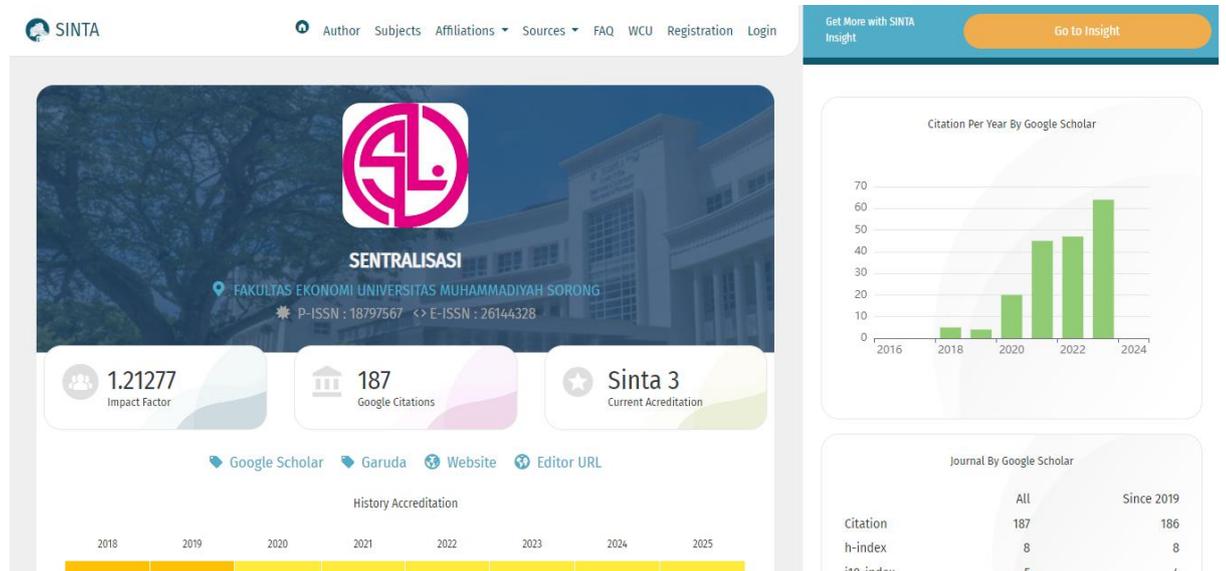
### Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,869	,843	,944	,932	,943
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

### RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,062	,049	,074	,062
Independence model	,237	,228	,245	,000

## Lampiran 10: Indeksasi Jurnal



## Lampiran 11: Surat LoA Jurnal



Jl. Pendidikan No. 27 Mafainkedi, Kota Sorong Telp. (0951) 322382, 328073 Fax. (0951)  
<http://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/sentralisasi>

### **LoA ( Letter of Acceptance)**

No : 011/Penerimaan/Sentralisasi.Vol13.11/X/2023

Thank you for sending a scientific article to be published in the Sentralisasi Journal (ISSN 2614-4328) with the Title:

Title : The Role Perceived Usefulness and Perceived Ease of use to Increase Perceived Impact on Learning  
Author : Nur Saskia Aulia<sup>1</sup>, Endy Gunanto Marsasi<sup>\*2</sup>  
Afiliation : Universitas Islam Indonesia<sup>1,2</sup>  
Email : [\\*183111301@uii.ac.id](mailto:*183111301@uii.ac.id)  
\*Corresponding Author

Has fulfilled the prerequisites to be published in the Sentralisasi ( SL ) Vol. 13, No. 1, January 2024.

To avoid double publication and scientific publication ethic infringement, we hope that the manuscript is not sent or published by the other publishers.

Similarly, this letter was delivered, thank you for your kind attention.

Sorong, 21 Desember 2023

Hormat kami,

  
**RAIS DERA P. RAWI, S.E.M.M**  
Editor in chief

Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Muhammadiyah Sorong

INDEXED BY



## Lampiran 12: Naskah Publikasi



### The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Task Technology Fit to Increase Perceived Impact on Learning

Nur Saskia Aulia<sup>1</sup>, Endy Gunanto Marsasi<sup>2\*</sup>

<sup>1, 2</sup> Faculty of Business and Economics, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

E-mail : [\\*183111301@uii.ac.id](mailto:*183111301@uii.ac.id)  
Corresponding Author

revised: /12/2023 published: 05/01/2024

**Abstract.** This study aims to explore Task-Technology Fit, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on users' Attitudes toward Video Conferencing applications, as well as their impact on Perceived Impact on Learning. Researchers added Task-Technology Fit as an element of novelty and used the Technology Acceptance Model as the main theory used. This research uses a survey method with the participation of 170 respondents who actively use Video Conference applications in various contexts and are of all ages with productive age specifications. The results of the analysis show that there is a significant positive correlation between Task-Technology Fit and Perceived Usefulness, as well as Task-Technology Fit and Perceived Ease of Use. In addition, a significant positive relationship was detected between Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. Furthermore, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have a positive impact on users' Attitudes toward Video Conferencing applications. Apparently, user Attitude also has a proven positive influence on the Perceived Impact on Learning. Structural Equation Modeling (SEM) was used as the analysis technique conducted using AMOS Graphics 24. The practical implications of these findings involve recommendations for Video Conferencing application developers to improve features and design to enhance user experience. Hopefully, these findings can support the development of video conferencing-based technologies to be more effective and have a positive impact on virtual learning and interaction.

**Keywords:** Task Technology Fit, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Perceived Impact on Learning

### Introduction

The implementation of video conferencing technology, which is progressively utilised in many facets of everyday existence, signifies a substantial transformation in the manner in which individuals engage and collaborate. This study aims to investigate the impact of Task-Technology Fit, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use of Video Conferencing programs (such as Zoom Meeting, Google Meet, and Microsoft Teams) on users' Attitudes toward these applications and their influence on Perceived Impact on Learning.

This study is based on the Technology Acceptance Model (TAM) theory, which seeks to predict and explain an individual's tendency to adopt and use technology that is relevant to their professional pursuits. Suppose a technology system is felt to provide benefits to individuals, especially to improve performance and efficiency, in that case, individuals tend to accept the technology, and there is little possibility of rejecting changes (German Ruiz-Herrera et al., 2023). Satisfaction triggers a user response, which can be a positive or negative reaction (Aufa, A. A., & Marsasi, 2023). The application of Video Conferencing applications is very effective in facilitating



communication over the internet, even though participants are at a distance and in different time zones. This provides a strong and consistent foundation for the implementation of virtual meetings (Alizadeh, M., Andersson, K., & Schelén, 2022).

The element of novelty used in this study is Task-Technology Fit. This variable is a form of relationship that includes the needs of the task, the characteristics of the individual, there are functions in the technology, and there are also benefits obtained when using the technology. The high fit between the task and the technology will form individual intentions to use the technology in everyday life, such as using video conferencing. Users realize that easy access to unfavorable information can hinder their intentions because the information is easily accessible (Marsasi, E. G., & Barqiah, 2023).

**Table 1.** Research Gap

<b>Relationship</b>	Chen et al	Debasa et al	Herzallah et al	Alyoussef
Perceived Ease of Use - Attitude	Significant			
Perceived Ease of Use - Attitude		Insignificant		
Perceived Ease of Use - Perceived Usefulness			Significant	
Perceived Ease of Use - Perceived Usefulness				Insignificant

*Source: Secondary Data*

Chen et al., (2023) conducted a study that demonstrated a notable correlation between Perceived Ease of Use and Attitude. This discovery suggests that there is a positive correlation between the user's perception of how easy it is to utilize technology and their overall attitude toward that technology. According to Debasa et al., (2023) in their investigation, While there is an association between Perceived Ease of Use and Attitude, it lacks statistical significance. This suggests that Perceived Ease of Use does not consistently have a major impact on users' Attitudes toward technology in all situations.

The study conducted by Herzallah et al., (2022) on the association between Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness is quite intriguing. The research outcomes demonstrate a noteworthy correlation between these two variables. These findings suggest that people consider technology to be more beneficial when it is easier to use. Nevertheless, the study conducted by Alyoussef, (2022) revealed that while there was a correlation between Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness, it did not reach statistical significance. This implies that the perceived level



of ease in utilizing technology is not always the primary element in evaluating its effectiveness within a specific environment.

The context of the global pandemic has further increased the reliance on video conferencing technology as a key means to communicate, work, and learn virtually. In light of this phenomenon, it is important to understand the factors that influence users' perceptions of video conferencing applications, as this can have an impact on the effective use of the technology. Task suitability is an important factor in measuring the extent to which an application can meet user needs in the context of work or learning activities. An optimistic mindset will have an impact on high-quality output (Arfansyah & Marsasi, 2023). In addition, perceived benefits and ease of use also play a significant role in shaping users' views of the technology.

Task-Technology Fit in this study has a definition of how far individuals assess a technology can fit or match their work when using the Video Conference application. The amount of assistance of certain technologies in individual efforts to complete certain jobs is represented by Task-Technology Fit (Al-Maatouk et al., 2020). User behavior represents the characteristics of the task in converting input to output in order to be able to meet information needs, while the interface platform represents the characteristics of technology that are useful for carrying out certain activities (Alazab et al., 2021). Task-Technology Fit is used in order to measure how technology is able to improve performance (Vanduhe et al., 2020). The online meeting style has become a hallmark of technology, and the purpose of the meeting is task-related, especially during the COVID-19 pandemic (Lin et al., 2021).

Perceived Usefulness in this study is one of the important components that has a definition, namely individual beliefs when using a technology that is able to provide performance and have an impact on the productivity and effectiveness of these individuals when doing their work when using the Video Conference application. Individuals who use technology are expected to be able to harmonize the latest technology when individuals find the potential usefulness of technology (Chatterjee et al., 2020). When using technology, it is hoped that perceived usefulness can be felt by users in order to be able to improve their performance (Mutambara & Bayaga, 2021). Individuals tend to accept and use technology more when they have confidence that the technology can help them achieve their goals (Yakubu et al., 2020). Users will experience high levels of satisfaction with a technological system if it is capable of enhancing their performance (Qashou, 2021).

In this study, Perceived Ease of Use refers to the degree to which individuals have trust in their capacity to operate and understand the Video Conference application easily. Perceived ease of use and effortlessness are key factors influencing users' belief in the benefits of utilizing a specific technology (Pillai & Sivathanu, 2020). Users can efficiently get pertinent information through the utilization of information retrieval functionalities, filters, and mobile applications



(Fileri et al., 2021). This pertains to the degree to which individuals or organizations have confidence in the ability of technology to offer convenience for future consumers (Almaiah & Al-Khasawneh, 2020). Consumers are more inclined to embrace novel technologies or associated products in their purchasing choices when they perceive the technology to be user-friendly and convenient (Jaiswal et al., 2021).

Attitude in this study definition is an individual's attitude towards acceptance and enthusiasm or also fear and rejection regarding the use of technology when using Video Conference applications. When understanding a person's intention and motivation to use technology, attitude is considered an important component (Jain et al., 2020). Individuals show their feelings when they are about to perform positive or negative behaviors (Chatterjee & Bhattacharjee, 2020). Within the realm of technology adoption, attitude refers to an individual's comprehensive emotional response toward the utilization of novel technology (Al-Rahmi et al., 2021). Attitude is described as a psychological concept that serves to evaluate a person's performance, either positively or negatively (Akram et al., 2021).

Perceived Impact on Learning in this study has a definition, namely how far individual thoughts about technology have an impact on the learning process. In addition to the amount of learning, students' perceptions of learning must also be considered (Savaş & Turan, 2023). The utilization of social media and mobile devices in higher education is a recently emerged occurrence that has not been well studied (Ansari & Khan, 2020). Individual motivation is closely linked to the effectiveness of learning, whether it is formal or informal, as self-directed learning serves as the foundation for all types of learning (Shao et al., 2022). Digital technologies have an impact on perceived learning (Alexiou et al., 2022).

## Research Methods

This research utilizes a quantitative approach that focuses on numerical data or quantitative variables. This approach consists of two main steps: the selection of variables to characterize and equations for their estimation, and the development of procedures or aggregation functions that take into account these variables to measure their impact (Verlicchi, P., Lacasa, E., & Grillini, 2023).

In determining the sample size, several factors, such as the complexity of the measurement model, the number of construction models, the observed variables, and the commonality, are taken into consideration. Therefore, the sample size was set at 170 respondents spread across seven regions, namely Jakarta, Yogyakarta, Samarinda, Tangerang, Tarakan, Surabaya, and Makassar. The research uses judgment sampling because the subjects set may be expected to have expert knowledge because they have had direct experience and processes, and they may be able to provide useful data or information to researchers (Sekaran & Bougie, 2020). Researchers employ judgment

sampling, a type of convenience sampling in which the researcher selects population elements based on their judgment. Nonprobability sampling is employed for extensive data collection in the absence of a database. In contrast, purposive sampling is utilized when the researcher has already identified the specific respondents who will be the focus of the research.

This research utilized the Likert Scale in the data collection process, a method commonly used in the completion of survey questionnaires. Participants express their views on the Likert Scale by indicating the extent to which they show agreement or disagreement with the given statement, with a range from very positive to very negative attitudes. The Likert scale used in this study consists of five levels, namely 1 = Strongly Disagree (STS), 2 = Disagree (TS), 3 = Neutral (N), 4 = Agree (S), 5 = Strongly Agree (SS), used to measure the level of response and sentiment of respondents to the various statements submitted.

Methodology for analyzing data Structural Equation Modeling (SEM) is a statistical technique used to analyze the relationships between observed and latent variables in a complex system. The purpose of employing this structural equation model is to analyze the acquired data. This study used AMOS software to conduct data analysis, this decision was taken considering the large volume of data. Various stages of testing were carried out, including hypothesis testing, structural model, goodness of fit, outliers and normality, reliability and validity, and measurement model. This test aims to ensure the suitability of indicator variables with the explanation of existing latent constructs. Data was inputted at the Structural Equation Model (SEM) testing stage using Confirmatory Factor Analysis (CFA).

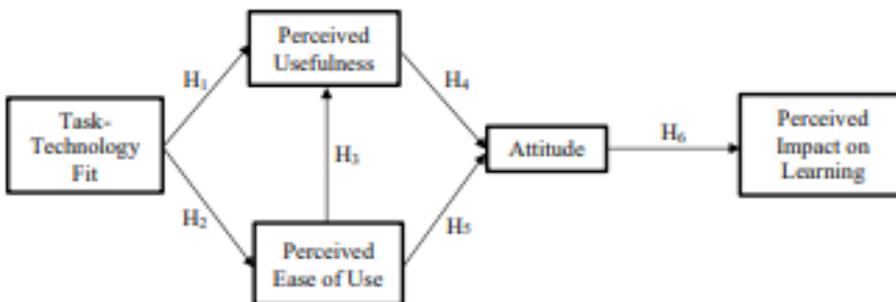


Figure 1. Research Model

## Results and Discussion

### Respondent Profile

A total of 170 respondents have met the criteria in the screening question to be used in this study. These respondents live in 7 predetermined areas, namely Jakarta as many as 36 respondents or 21.1%, Yogyakarta as many as 40 respondents or 23.5%, Samarinda as many as 15 respondents or 8.8%, Tangerang as many as 20 respondents or 12%, Tarakan as many as 35 respondents or

20.7%, Surabaya as many as 15 respondents or 8.6%, and Makassar as many as 9 respondents or 5.2%. Respondents aged between 15 years and more than 50 years are aware of this application.

#### Validity Test and Reliability Test

In this study, a correlation test was conducted to determine the validity of an indicator on a variable. The test examined if the Pearson correlation coefficient was greater than or equal to 0.5 and yielded a positive value. The validity test was measured using IBM SPSS Statistics 29 software, with a sample size of 170 respondents.

**Table 2.** Validity Test

Variables	Indicator	Pearson Correlation	Description
Task-Technology Fit	TTF4: I see the use of Video Conferencing as very suitable for conducting meetings.	.717**	Valid
	TTF5: I find this Video Conference easy to use, especially in real-time collaboration.	.723**	Valid
	TTF7: I believe the use of Video conferences is appropriate and necessary when conducting meetings.	.656**	Valid
Perceived Usefulness	PU1: I can participate online using this Video Conference application anytime and anywhere.	.605**	Valid
	PU2: I believe participating online is more effective using Video Conferencing	.619**	Valid
	PU4: I feel that using this Video Conference can increase productivity	.673**	Valid
	PU6: I feel that using Video Conferencing can increase my effectiveness at work.	.677**	Valid
	PU7: I believe Video Conferencing is useful for meetings because it is cost-effective and has a wide coverage.	.688**	Valid
Perceived Ease of Use	PEOU2: I think this video conference is easy to use.	.667**	Valid
	PEOU3: I consider the use of Video Conferencing is easy to do to conduct meetings	.726**	Valid
	PEOU4: I hope using video conferencing for meetings will facilitate evaluation and feedback.	.681**	Valid
	PEOU5: I think Video Conferencing is easy to use, especially when conducting discussions.	.732**	Valid
	PEOU6: I believe that interacting with this video conference is clear and understandable.	.651**	Valid

Attitude	ATT1: I think using this Video Conference for online meetings is a good idea.	.744**	Valid
	ATT3: I think this Video Conference provides convenience and is very trendy.	.737**	Valid
	ATT4: I see this Video Conference as a new and unique idea.	.681**	Valid
	ATT5: I believe using this Video Conference to conduct online meetings is a good idea.	.711**	Valid
	ATT7: I like the use of video conferencing in this era	.700**	Valid
Perceived Impact on Learning	PIOL1: I am able to improve my ability to communicate in meetings by using this Video Conference	.629**	Valid
	PIOL4: I believe that using this Video Conference can help understand the material presented	.683**	Valid
	PIOL6: I agree to use this Video Conference in the future	.644**	Valid
	PIOL7: I intend to use this Video Conference to support my activities.	.660**	Valid

Source: Primary Data

The findings of the validity test indicate that 22 indicators are deemed valid and suitable for use as an evaluation in this study. Subsequently, perform a reliability assessment to evaluate the interdependence of the question items in the questionnaire and verify that respondents are capable of providing consistent responses to each question item. A variable can only be considered dependable if its Cronbach Alpha value exceeds 0.70. The test results are displayed in the subsequent table.

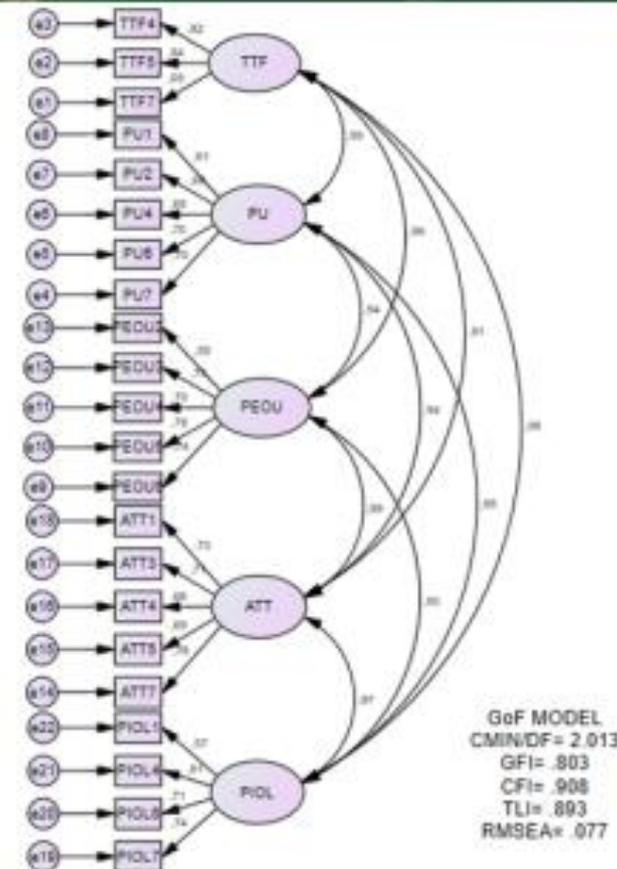
**Table 3.** Reliability Test

No.	Variables	Cronbach's Alpha	Description
1	Task Technology Fit	.717	Reliable
2	Perceived Usefulness	.736	Reliable
3	Perceived Ease of Use	.777	Reliable
4	Attitude	.707	Reliable
5	Perceived Impact on Learning	.701	Reliable

Source: Primary Data

#### Measurement Test

The results of data processing were acquired utilizing the AMOS 24 program in this investigation. At this stage, Confirmatory Factor Analysis (CFA) is employed to quantify the correlation link between research variables. The correlation relationship is visually depicted by a curving arrow with two arrows, each corresponding to a study variable.



**Figure 2. Measurement Test**

Figure 2 shows that the data totaling 22 indicators are at a value > 0.5, which means that the indicator is declared valid. These results were obtained after eliminating the instrument in the previous test.

**Goodness of Fit Test**

Researchers made modifications to the AMOS 24 software with the aim of improving the results of the Goodness of Fit model index, which is not good, and the results of hypotheses that have a weak relationship. A flowchart will be formed in this model to assist researchers in identifying the relationship between the variables to be tested. The relationship between variables is connected by two-way arrows in AMOS 24 software.

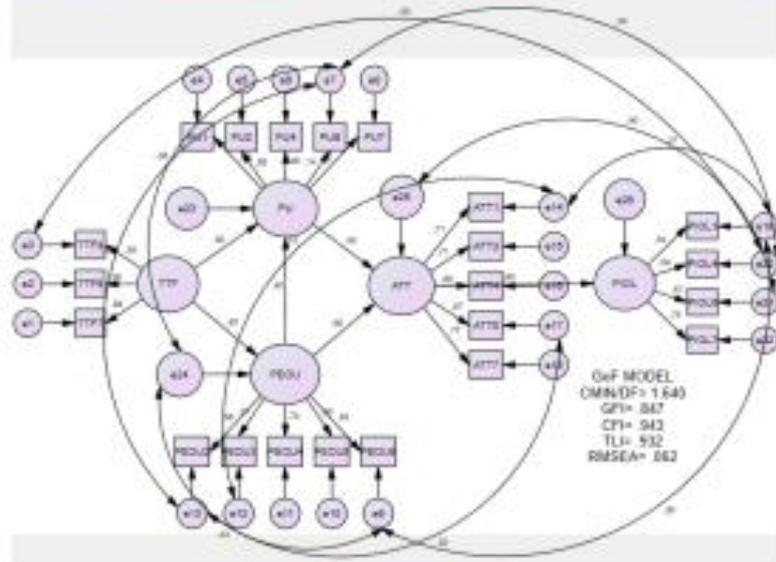


Figure 3. Structural Model

Table 4. Goodness of Fit Results

No.	Index	Criteria	Results	Description
1	CMIN/DF	CMIN/DF $\leq$ 3.0	1.640	Good Fit
2	GFI	GFI 0.8 - 0.9	0.847	Marginal Fit
3	CFI	CFI 0.8 - 0.9	0.943	Good Fit
4	TLI	TLI 0.8 - 0.9	0.932	Good Fit
5	RMSEA	RMSEA $\leq$ 0.08	0.062	Good Fit

Source: Primary Data

### Hypothesis Test

Next, after all the model fit tests have met all the requirements, hypothesis testing is carried out using AMOS 24 software.

Table 5. Hypothesis Test

Hypothesis	Path	Std Estimation	C.R.	P	Std. Reg Weight	Description
H1	TTF - PU	0,535	2,938	0,003	0,601	Supported
H2	TTF - PEOU	1,023	9,004	***	0,920	Supported
H3	PEOU - PU	0,317	2,018	0,044	0,396	Supported
H4	PU - ATT	0,495	1,918	0,055	0,445	Supported



H5	PEOU - ATT	0,497	2,324	0,020	0,558	Supported
H6	ATT - PIOL	0,884	7,609	***	0,991	Supported

Source: Primary Data

Table 5 in the hypothesis test displays a standardized estimated value, which indicates the extent of the impact between variables and also illustrates the link proposed in this study. Table 5 presents the findings indicating that all hypotheses, specifically H1, H2, H3, H4, H5, and H6, demonstrate a positive and statistically significant association.

### Hypothesis Development

Research conducted by Imlawi et al., (2023) stated that there is a positive relationship between Task-Technology Fit and Perceived Usefulness in the context of mobile Learning Management Systems (m-LMS). Research Cheng, (2021) also found an influence on end-user sustainability intentions of robo-advisors. H. Wang et al., (2020) in their research also found the need to understand the factors that can influence consumer acceptance of HWD.

H1 : Task-Technology Fit has a positive effect on Perceived Usefulness

Research conducted by Rahi et al., (2020) conducted tests on the performance of several factors such as user satisfaction, perceived benefits, and confirmation of expectations in determining user intentions on an ongoing basis in the use of Internet Banking. Research Cheng, (2020) states that organizational users have a positive contribution to the benefits, confirmation, and perceived ease of use of cloud ERP. Another study, namely Rodriguez-Espindola et al., (2022) examines the adoption of new technologies for risk management in the digital manufacturing era.

H2 : Task-Technology Fit has a positive effect on Perceived Ease of Use

Research conducted by Chen, (2022) there is a mediating role of perceived benefits and student satisfaction as well as the total effect of perceived ease of use. Research Yao-Ping Peng et al., (2023) aims to be able to explore the behavior and learning attitudes of students when learning English using M-learning. Research C. Wang et al. (2023) found the influence of Perceived Ease of Use on Perceived Usefulness.

H3 : Perceived Ease of Use has a positive effect on Perceived Usefulness

Research conducted by Y. Chen et al., (2023) revealed that attitude is the most significant variable and correlates with behavioral intention which leads to full AV acceptance. Research Islam, (2023) assists cultural heritage authorities in developing implementation strategies in order to increase the use of e-tickets and other self-service technologies by tourists. In the research Qu



et al., (2023) found that perceived usefulness, ease of use, attitude, and perceived risk were to predict behavioral intentions significantly.

H4 : Perceived Usefulness has a positive effect on Attitude

Research conducted by Matubataba & De Meyer-Heydenrych, (2022) was conducted in order to increase the adoption rate and ensure the efficiency and sustainability of transportation in developing countries. Research by Yao et al., (2022) was conducted in order to assess the impact of self-awareness on the decision to continue using online learning and provide valid assessment results regarding the management of online learning. In the research Masukujjaman et al., (2021) discovered that there is a correlation between knowledge and perceived usefulness with attitudes and perceived usefulness, additionally, information influences perceived ease of use, and perceived usefulness influences attitudes toward acquiring renewable energy technologies.

H5 : Perceived Ease of Use has a positive effect on Attitude

Research conducted by Pedram et al., (2020) intends to contribute to the literature by providing decision support tools for industrial instructors and trainers to plan more effective use of VR technology. Research by Tisza & Markopoulos, (2021) aims to investigate the role of fun in learning coding for students and its impact on their attitude towards coding. In the research of Gil-Cordero et al., (2023) the objective is to assess the influence of ICT utilization in a traditional in-person setting and propose a method for evaluating the efficacy of technological resources in university marketing courses after the pandemic.

H6 : Attitude has a positive effect on Perceived Impact on Learning

#### **Effect of Task-Technology Fit on Perceived Usefulness**

The relationship between the Task-Technology Fit variable and Perceived Usefulness has a P-value of 0.003. This value indicates that Task-Technology Fit has a significant positive effect on Perceived Usefulness. This aligns with the results of prior research, such as those conducted by Imlawi et al., (2023) which states that the use of suitable technology can effectively meet student demand for online learning platforms that are interactive, effective, and easy to use. Previous research conducted by Cheng, (2021) stated that there is a positive relationship between Task-Technology Fit on Perceived Usefulness in the use of this technology. Research results H. Wang et al., (2020) also stated the importance of user perceptions of the use of health devices that can affect acceptance for consumers. Based on these findings, the use of appropriate technology has a major influence on the perceived usefulness of each individual. The Video Conference application has demonstrated its ability to impact the perceived utility experienced by users through the alignment of the task and the technology employed.



#### **Effect of Task-Technology Fit on Perceived Ease of Use**

The relationship between the Task-Technology Fit variable and Perceived Ease of Use has a P-value of 0.000. This value indicates that Task-Technology Fit has a significant positive effect on Perceived Ease of Use. This is in line with the findings in previous studies such as those conducted by Rahi et al., (2020) which states that there is a positive relationship between Task-Technology Fit on Perceived Ease of Use. Previous research conducted by Cheng, (2020) stated that the perception of Task-Technology Fit (TTF) of organizational users has a positive contribution to the benefits, confirmation, and perceived ease of use of the technology used, so that directly or indirectly on individual satisfaction with the technology used. Research results Rodriguez-Espindola et al., (2022) also states that there is a relationship between the suitability of using technology with tasks on the perception of ease when using technology. The Video Conference application has demonstrated its ability to impact the perception of how easy it is to use, based on the compatibility between the task and the technology employed. When consumers deem it appropriate to utilize one of these applications for their tasks, they will experience a sense of convenience in using the program.

#### **Effect of Perceived Ease of Use on Perceived Usefulness**

The relationship between the Perceived Ease of Use variable and Perceived Usefulness has a P-value of 0.044. This value indicates that Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Perceived Usefulness. This is in line with the findings in previous studies such as those conducted by Chen, (2022) which states that there is a mediating role of perceived benefits and student satisfaction, the total effect of perceived ease of use on information technology. Previous research conducted by Yao-Ping Peng et al., (2023) stated that there is a positive relationship between Perceived Ease of Use on Perceived Usefulness on the use of online learning applications. Research results C. Wang et al., (2023) also stated that the use of appropriate technology can provide the usefulness and convenience felt by its users. The existence of this match is able to trigger a positive attitude in individuals in using the application. Researchers can conclude that the stronger the Perceived Ease of Use, the stronger the Perceived Usefulness of individuals in using this application.

#### **Effect of Perceived Usefulness on Attitude**

The relationship between the Perceived Usefulness variable and Attitude has a P-value of 0.055. This value indicates that Perceived Usefulness has a significant positive effect on Attitude. This is in line with the findings in previous studies such as those conducted by Y. Chen et al., (2023) which states that attitude is the most significant variable and correlates with behavioral intention which leads to full acceptance of technology. Previous research conducted by Islam,



(2023) stated that ease of use and subjective norms have a positive and significant relationship to attitudes and intentions to use. Research results Qu et al., (2023) also stated that perceived usefulness, ease of use, attitudes, and perceived risk were found to significantly predict behavioral intentions. The Video Conference application is proven to be able to influence the perception of perceived usefulness with the attitude of its users. When individuals feel that the use of a technology is able to provide good use in every job they do, then they have felt that the technology is suitable for use in every job and dare to take action in adopting the technology.

#### **Effect of Perceived Ease of Use on Attitude**

The relationship between the Perceived Ease of Use variable and Attitude has a P-value of 0.020. This value indicates that Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Attitude. This is in line with the findings in previous studies such as those conducted by Matubatuba & De Meyer-Heydenrych, (2022) The study posits that there exists a direct correlation between the perceived ease of use and the attitude of non-users towards the technology being utilized. Previous research conducted by Yao et al., (2022) stated that there is a relationship between perceived ease that can influence the intention to continue using online learning applications. Research results Masakujjaman et al., (2021) also state that knowledge affects perceived ease of use and perceived usefulness affects attitudes toward technology purchases. The research findings indicate that the perceived ease of use has a substantial and favorable impact on user perceptions. Individuals who perceive technology as a means to achieve convenience and minimize effort in their tasks are more inclined to adopt and utilize it. Thus, the existence of this match is able to trigger a positive attitude in individuals using the application.

#### **Effect of Attitude on Perceived Impact on Learning**

The relationship of the Attitude variable to the Perceived Impact on Learning has a P-value of 0.000. This value indicates that Attitude has a significant positive effect on Perceived Impact on Learning. This is in line with the findings in previous studies such as those conducted by Pedram et al., (2020) which state that in-depth technology training has a positive impact on actual and perceived learning in training. Previous research conducted by Tisza & Markopoulos, (2021) stated that there is a relationship between student attitudes in learning coding using technology. Research results Gil-Cordero et al., (2023) additionally assert that there is a correlation between attitudes toward student satisfaction and the efficacy of marketing education using digital tools and online applications in traditional classroom settings. Video Conference applications are proven to be able to influence the perception of the perceived impact on learning with the attitude of its users. When individuals feel they have a good impact when using technology, especially in learning, then they



adopt the technology. Thus, the match is able to trigger a positive attitude in individuals using the application.

## Conclusion

Based on the research findings, the authors can conclude about the impact felt in learning when using the Video Conference application. These results show that the more suitable the Task-Technology Fit used by individuals, the better the Perceived Usefulness felt in carrying out their work. The better the Task-Technology Fit chosen, the more the Perceived Ease of Use of technology will increase and will also have a good impact on the Perceived Usefulness of the Video Conference application. A high level of Perceived Usefulness can influence Attitude, resulting in a good Perceived Impact on Learning. Users with good Perceived Ease of Use will tend to influence user Attitude and have an impact on Perceived Impact on Learning in using. According to the results of this study, it can be identified that it contributes to applying the Technology Acceptance Model theory on Task-Technology Fit to the Perceived Impact on Learning in the use of Video Conference applications. This can confirm that the more suitable an individual is in using technology, the better the impact that will be obtained in future learning.

In future studies, researchers hope to replace the theory that has been used in this study, namely the Technology Acceptance Model with the Computers Are Social Actors (CASA) Paradigm, on the same object by adding the Perceived Enjoyment variable. This can be seen from the more active companies in making developments to keep up with current technological advances to increase perceived usefulness and perceived user-friendliness, which will influence the perceived learning impact of using Video Conference applications. Subsequent investigations may direct their attention towards a more specific demographic, like Generation Z and Millennials, in order to enhance the precision of study findings pertaining to the same subject matter. What can be done by company managers is to develop applications to make them more sophisticated but not difficult to use, so that users can run these applications easily and quickly. The existence of features and an attractive appearance in the Video Conference application will provide an attraction for individuals to use.

## References

- Akram, H., Aslam, S., Saleem, A., & Parveen, K. (2021). The Challenges of Online Teaching in COVID-19 Pandemic: A Case Study of Public Universities in Karachi, Pakistan. *Journal of Information Technology Education: Research*, 20, 263–282. <https://doi.org/10.28945/4784>



- Alazab, M., Alhyari, S., Awajan, A., & Abdallah, A. B. (2021). Blockchain technology in supply chain management: an empirical study of the factors affecting user adoption/acceptance. *Chester Computing*, 24(1), 83–101. <https://doi.org/10.1007/s10586-020-03200-4>
- Alexiou, A., Schippers, M. C., Oshri, I., & Angelopoulos, S. (2022). Narrative and aesthetics as antecedents of perceived learning in serious games. *Information Technology & People*, 35(8), 142–161. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2019-0435>
- Alizadeh, M., Andersson, K., & Schelén, O. (2022). DHT- and blockchain-based smart identification for video conferencing. *Blockchain: Research and Applications*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bcr.2022.100066>
- Al-Maatouk, Q., Othman, M. S., Aldraiweesh, A., Alturki, U., Al-Rahmi, W. M., & Aljeraiwi, A. A. (2020). Task-Technology Fit and Technology Acceptance Model Application to Structure and Evaluate the Adoption of Social Media in Academia. *IEEE Access*, 8, 78427–78440. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2990420>
- Al-Rahmi, A. M., Al-Rahmi, W. M., Alturki, U., Aldraiweesh, A., Almutairy, S., & Al-Adwan, A. S. (2021). Exploring the Factors Affecting Mobile Learning for Sustainability in Higher Education. *Sustainability*, 13(14), 7893. <https://doi.org/10.3390/su13147893>
- Alyoussef, I. Y. (2022). Acceptance of a flipped classroom to improve university students' learning: An empirical study on the TAM model and the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Heliyon*, 8(12), e12529. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12529>
- Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- Arfanyah, H. J., & Marsasi, E. G. (2023). The Effect of Attitude and Trust on Behavioral Intention In The Modern Market Industry. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 90–102. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.568>
- Aufa, A. A., & Marsasi, E. G. (2023). The Influence of Perceived Risk and Loyalty on Purchase Intention of Fashion Products Based on the Theory of Perceived Risk. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/jeam.v22i1.37468>
- Chatterjee, S., & Bhattacharjee, K. K. (2020). Adoption of artificial intelligence in higher education: a quantitative analysis using structural equation modelling. *Education and Information Technologies*, 25(5), 3443–3463. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10159-7>
- Chatterjee, S., Nguyen, B., Ghosh, S. K., Bhattacharjee, K. K., & Chaudhuri, S. (2020). Adoption of artificial intelligence integrated CRM system: an empirical study of Indian



- organizations. *The Bottom Line*, 33(4), 359-375. <https://doi.org/10.1108/BL-08-2020-0057>
- Chen, J. (2022). Adoption of M-learning apps: A sequential mediation analysis and the moderating role of personal innovativeness in information technology. *Computers in Human Behavior Reports*, 8, 100237. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100237>
- Chen, Y., Khalid Khan, S., Shiwakoti, N., Stasinopoulos, P., & Aghabayk, K. (2023). Analysis of Australian public acceptance of fully automated vehicles by extending technology acceptance model. *Case Studies on Transport Policy*, 14, 101072. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.101072>
- Cheng, Y.-M. (2020). Understanding cloud ERP continuance intention and individual performance: a TTF-driven perspective. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1591-1614. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2019-0208>
- Cheng, Y.-M. (2021). Will robo-advisors continue? Roles of task-technology fit, network externalities, gratifications and flow experience in facilitating continuance intention. *Kybernetes*, 50(6), 1751-1783. <https://doi.org/10.1108/K-03-2020-0185>
- Debasa, F., Gelashvili, V., Martinez-Navalón, J.-G., & Saura, J. R. (2023). Do stress and anxiety influence users' intention to make restaurant reservations through mobile apps? *European Research on Management and Business Economics*, 29(1), 100205. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2022.100205>
- German Ruiz-Herrera, L., Valencia-Arias, A., Gallegos, A., Benjumea-Arias, M., & Flores-Siapo, E. (2023). Technology acceptance factors of e-commerce among young people: An integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior. *Heliyon*, 9(6), e16418. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16418>
- Gil-Cordero, E., Rodriguez-Rad, C., Ledesma-Chaves, P., & Sánchez del Río-Vázquez, M.-E. (2023). Analysis of factors affecting the effectiveness of face-to-face marketing learning via TikTok, YouTube and video conferencing. *Heliyon*, 9(7), e17195. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17195>
- Herzallah, D., Muñoz-Leiva, F., & Liebana-Cabanillas, F. (2022). Drivers of purchase intention in Instagram Commerce. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(2), 168-188. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2022-0043>
- Imlawi, J., AL-Shatnawi, A., AlFawwaz, B. M., AL-Shatnawi, H. M., & Al-Masaeed, S. (2023). A MODEL PREDICTING STUDENT ENGAGEMENT AND INTENTION WITH MOBILE LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 149-172. <https://doi.org/10.28945/5099>



- Islam, M. N. (2023). Factors affecting adoption of self-service E-ticketing technology: A study on heritage sites in Bangladesh. *Heliyon*, 9(3), e14691. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14691>
- Jain, G., Singh, H., Chaturvedi, K. R., & Rakesh, S. (2020). Blockchain in logistics industry: in fizz customer trust or not. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(3), 541–558. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2018-0142>
- Lin, C.-L., Jin, Y. Q., Zhao, Q., Yu, S.-W., & Su, Y.-S. (2021). Factors Influence Students' Switching Behavior to Online Learning under COVID-19 Pandemic: A Push-Pull-Mooring Model Perspective. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 30(3), 229–245. <https://doi.org/10.1007/s40299-021-00570-0>
- Marsasi, E. G., & Barqiah, S. (2023). They The Role of Gender, Age, And Educational Groups in Utilitarian Motivation for Sharia Products. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.104>
- Masukujjaman, M., Alam, S. S., Siwar, C., & Halim, S. A. (2021). Purchase intention of renewable energy technology in rural areas in Bangladesh: Empirical evidence. *Renewable Energy*, 170, 639–651. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2021.01.125>
- Matubatuba, R., & De Meyer-Heydenrych, C. F. (2022). Developing an intention to use amongst non-users of the Bus Rapid Transit (BRT) System: An emerging market perspective. *Research in Transportation Business & Management*, 45, 100858. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100858>
- Mutambara, D., & Bayaga, A. (2021). Determinants of mobile learning acceptance for STEM education in rural areas. *Computers & Education*, 160, 104010. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104010>
- Pedram, S., Palmisano, S., Skarbez, R., Perez, P., & Farrelly, M. (2020). Investigating the process of mine rescuers' safety training with immersive virtual reality: A structural equation modelling approach. *Computers & Education*, 153, 103891. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103891>
- Qashou, A. (2021). Influencing factors in M-learning adoption in higher education. *Education and Information Technologies*, 26(2), 1755–1785. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10323-z>
- Qu, S., Zhou, M., Kong, N., & Campy, K. S. (2023). Factors influencing user acceptance of weight management apps among Chinese obese individuals during the COVID-19 pandemic. *Health Policy and Technology*, 12(2), 100758. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2023.100758>
- Rahî, S., Khan, M. M., & Alghizzawi, M. (2020). Extension of technology continuance theory (TCT) with task technology fit (TTF) in the context of Internet banking user continuance



- intention. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 38(4), 986–1004. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2020-0074>
- Rodríguez-Espindola, O., Chowdhury, S., Dey, P. K., Albores, P., & Emrouznejad, A. (2022). Analysis of the adoption of emergent technologies for risk management in the era of digital manufacturing. *Technological Forecasting and Social Change*, 178, 121562. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121562>
- Savaş, B. Ç., & Turan, M. (2023). Exploring Perceived Learning Among Students of Sports Sciences in Distance Education. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 98(1), 13–26. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2023-0002>
- Shao, M., Hong, J.-C., & Zhao, L. (2022). Impact of the self-directed learning approach and attitude on online learning ineffectiveness: The mediating roles of internet cognitive fatigue and flow state. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.927454>
- Tisza, G., & Markopoulos, P. (2021). Understanding the role of fun in learning to code. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 28, 100270. <https://doi.org/10.1016/j.ijcci.2021.100270>
- Vanduhe, V. Z., Nat, M., & Hasan, H. F. (2020). Continuance Intentions to Use Gamification for Training in Higher Education: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM), Social Motivation, and Task Technology Fit (TTF). *IEEE Access*, 8, 21473–21484. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2966179>
- Verlicchi, P., Lacasa, E., & Grillini, V. (2023). Quantitative and qualitative approaches for CEC prioritization when reusing reclaimed water for irrigation needs – A critical review. *Science of The Total Environment*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.165735>
- Wang, C., Ahmad, S. F., Bani Ahmad Ayassrah, A. Y. A., Awwad, E. M., Irshad, M., Ali, Y. A., Al-Razgan, M., Khan, Y., & Han, H. (2023). An empirical evaluation of technology acceptance model for Artificial Intelligence in E-commerce. *Heliyon*, 9(8), e18349. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18349>
- Wang, H., Tao, D., Yu, N., & Qu, X. (2020). Understanding consumer acceptance of healthcare wearable devices: An integrated model of UTAUT and TTF. *International Journal of Medical Informatics*, 139, 104156. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104156>
- Yakubu, M. N., Dusuki, S. I., Abubakar, A. M., & Kah, M. M. O. (2020). Determinants of learning management systems adoption in Nigeria: A hybrid SEM and artificial neural network approach. *Education and Information Technologies*, 25(5), 3515–3539. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10110-w>
- Yao, Y., Wang, P., Jiang, Y., Li, Q., & Li, Y. (2022). Innovative online learning strategies for the successful construction of student self-awareness during the COVID-19 pandemic:



Merging TAM with TPB. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100252.  
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100252>

Yao-Ping Peng, M., Xu, Y., & Xu, C. (2023). Enhancing students' English language learning via M-learning: Integrating technology acceptance model and S-O-R model. *Heliyon*, 9(2), e13302. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13302>