

**Technology Acceptance Model (TAM): Penerimaan Teknologi E-Learning
Terhadap Mahasiswa Dalam Pembelajaran Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

*A Technology Acceptance Model (TAM): Acceptance of E-Learning
Technology to Students in Masters of Management Learning, University of
Muhammadiyah Yogyakarta*

TESIS

Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister



Oleh:

MOCHAMMAD KHOIRUDDIN

20181020042

MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mochammad Khoiruddin

Nomor Mahasiswa : 20181020042

Menyatakan bahwa tesis ini dengan judul: "A Technology Acceptance Model (TAM): Penerimaan Teknologi E-Learning Terhadap Mahasiswa Dalam Pembelajaran Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam tesis ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 10 Januari 2022,


METERAI
TEMPEL
55AJX712909064
Mochammad Khoiruddin

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “A Technology Acceptance Model (TAM): Penerimaan Teknologi E-Learning Terhadap Mahasiswa Dalam Pembelajaran Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

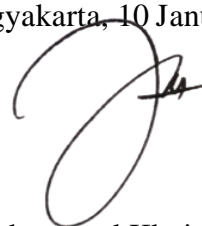
Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Strata-2 (S2) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dr. Arni Surwanti, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si., dan Bapak Dr. Nuryakin, MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
3. Kedua orang tuaku yang dengan penuh kasih sayang memberikan semangat, nasihat, serta fasilitas dalam penulisan tesis ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Magister Manajemen Pascasarjana yang telah ikhlas mengajarkan ilmunya pada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, doa dan semangat dalam proses penyelesaian tesis ini.
6. Almamaterku.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, baik ditinjau dari materi, tata bahasa, dan penyusunannya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kesempurnaannya. Sebagai akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua baik bagi penulis khususnya orang lain.

Yogyakarta, 10 Januari 2022



Mochammad Khoiruddin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN AWAL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Alasan Untuk Bertindak (TRA).....	12
2. Teori Planned Behavior (TPB).....	13
3. Penerimaan Teknologi (TAM)	15
4. Pembahasan E-learning	18
B. Pengembangan Hipotesis	20
1. Hubungan Persepsi Kegunaan dengan Sikap Terhadap Penggunaan.....	20
2. Hubungan Sikap Terhadap Penggunaan dengan Niat Berperilaku	23
3. Hubungan Persepsi Kegunaan dengan Persepsi Kemudahan.....	26
4. Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Sikap Terhadap Penggunaan ..	30

5. Hubungan Persepsi Kegunaan dengan Norma Subjektif.....	33
6. Hubungan Norma Subjektif dengan Sikap Terhadap Penggunaan	37
7. Hubungan Norma Subjektif dengan Niat Berperilaku	40
8. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan melalui persepsi kemudahan.....	43
9. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan melalui norma subjektif	47
C. Model Penelitian	50
BAB III.....	51
METODE PENELITIAN.....	51
A. Objek dan Subjek Penelitian	51
B. Populasi dan Sampel	51
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	51
D. Jenis Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Instrumen Penelitian.....	56
G. Uji Kualitas Instrumen	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reabilitas	57
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	57
1. Analisis Deskriptif.....	58
2. Asumsi-Asumsi Penggunaan SEM.....	59
I. Uji Signifikansi Parameter	66
J. Interpretasi dan Modifikasi Model.....	67
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Hasil Penelitian	68
B. Analisis Deskriptif.	69
1. Gambaran Umum Responden.....	69
2. Analisis Pendapat Responden.....	71
C. Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	73
1. Uji Validitas.....	73
2. Uji Reliabilitas.....	80

3. Uji Normalitas Data.....	82
4. Identifikasi Outliers.....	83
5. Uji Model Goodness-of-Fit	84
6. Uji Hipotesis.....	86
7. Uji Mediasi Menggunakan Tes Sobel	87
D. Pembahasan.....	92
1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan.....	93
2. Pengaruh Sikap Penggunaan terhadap Niat Berperilaku.....	94
3. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Persepsi Kemudahan	95
4. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan.....	96
5. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Norma Subjektif.....	97
6. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Sikap Penggunaan.....	98
7. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Berperilaku.....	99
8. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan melalui Persepsi Kemudahan sebagai variabel intervening.....	101
9. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan melalui norma subjektif sebagai variabel intervening	102
BAB V.....	103
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN.....	103
A. Kesimpulan Penelitian	103
B. Keterbatasan Penelitian.....	104
C. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persepsi Kegunaan dengan Sikap Terhadap Penggunaan.....	21
Tabel 2. 2 Sikap Terhadap Penggunaan dengan Niat Berperilaku.....	24
Tabel 2. 3 Persepsi Kegunaan dengan Persepsi Kemudahan.....	27
Tabel 2. 5 Persepsi Kemudahan dengan Sikap Terhadap Penggunaan.....	30
Tabel 2. 6 Persepsi Kegunaan dengan Norma Subjektif.....	34
Tabel 2. 7 Norma Subjektif dengan Sikap Terhadap Penggunaan.....	37
Tabel 2. 8 Norma Subjektif dengan Niat Berperilaku.....	40
Tabel 3. 2 Varibel Dimensi	52
Tabel 3. 3 Goodness Fit Index	66
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2 . Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	70
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan E-Learning	70
Tabel 4. 4 Kategori Jawaban Responden	72
Tabel 4. 5 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	72
Tabel 4. 6 Hasil Uji Variabel Persepsi Kegunaan.....	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Variabel Persepsi Kemudahan.....	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Variabel Norma Subjektif.....	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji Variabel Sikap Penggunaan.....	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Variabel Niat Berperilaku.....	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Data.....	82
Tabel 4. 13 Hasil Identifikasi Outliers	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji Goodness-of-Fit.....	85
Tabel 4. 15 Hubungan Antar Variabel	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 CFA Persepsi Kegunaan.....	75
Gambar 4. 2 CFA Persepsi Kemudahan	76
Gambar 4. 3 CFA Norma Subjektif	77
Gambar 4. 4 CFA Sikap Penggunaan	78
Gambar 4. 5 CFA Niat Berperilaku	79
Gambar 4. 6 Full Model.....	85
Gambar 4. 7 Mediasi H8.....	88
Gambar 4. 8 Mediasi H9.....	89