

BAB I

PENDAHULUAN

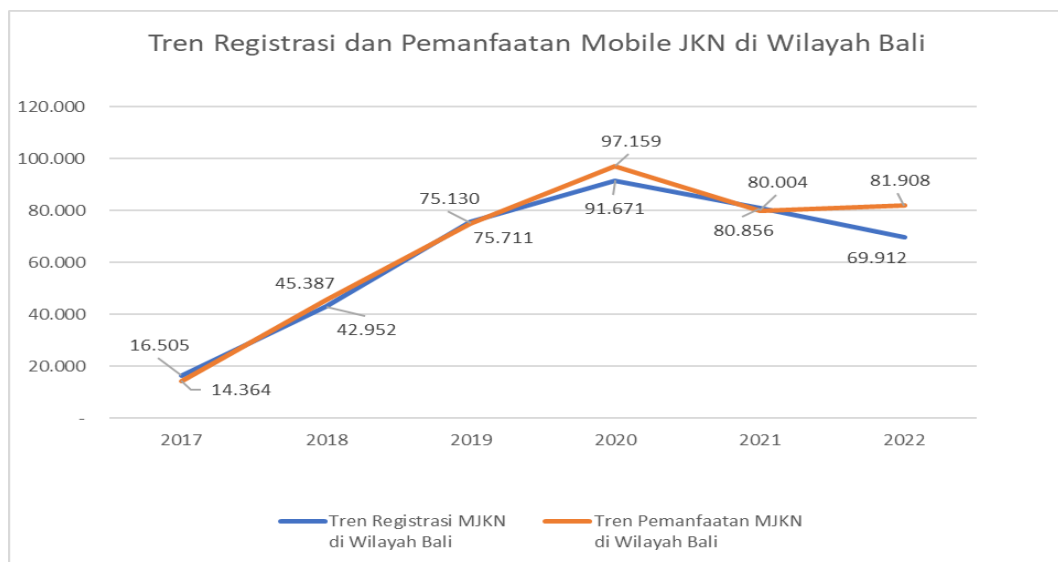
1.1. Latar Belakang

Memasuki era digital ini, kita semua membutuhkan inovasi baru dalam hal pelayanan publik. Pelayanan publik digital adalah solusi untuk mengubah sistem pelayanan publik konvensional yang terkenal lambat dan boros. BPJS Kesehatan pun dalam upaya meningkatkan pelayanan dan kepuasan peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) membuat suatu inovasi berupa digitalisasi sistem informasi dan pelayanan administrasi berupa Mobile JKN. Harapannya peserta dapat lebih cepat dan mudah mengakses informasi maupun pelayanan administrasi hanya dengan mempergunakan *smartphone* sehingga tidak perlu datang ke Kantor Cabang BPJS Kesehatan. Terlebih kondisi pandemi COVID-19, pelayanan tatap muka kepada peserta sangat dibatasi. Hanya saja kondisi sampai dengan saat ini minat peserta JKN untuk registrasi dan memanfaatkan *Mobile JKN* masih belum optimal padahal manfaat *Mobile JKN* ini sangat besar bagi Peserta. Sampai dengan September 2022 jumlah peserta JKN yang telah melakukan registrasi sebanyak 380.820 dari jumlah peserta JKN di BPJS Kesehatan Wilayah Bali pada September tahun 2022 sebesar 4.226.941 (9,01%). Adapun pemanfaatan *Mobile JKN* sampai dengan September 2022 tercapai sebanyak 394.057 (103,48%) dari peserta yang sudah melakukan registrasi *Mobile JKN*.

Tabel 1.1
Tren Registrasi dan Pemanfaatan *Mobile JKN*
di BPJS Kesehatan Wilayah Bali tahun 2017 s.d. 2022

Tahun	Tren Registrasi MJKN di Wilayah Bali	Tren Pemanfaatan MJKN di Wilayah Bali
2017	16.505	14.364
2018	42.952	45.387
2019	75.711	75.130
2020	91.671	97.159
2021	80.856	80.004
2022	69.912	81.908

Grafik 1.1
Tren Registrasi dan Pemanfaatan *Mobile JKN*
di BPJS Kesehatan Wilayah Bali tahun 2017 s.d. 2022



Selain informasi jumlah pengguna masih sangat rendah, berdasarkan Tabel 1.1 dan Gambar 1.1 menunjukkan terjadi lonjakan peningkatan jumlah pengguna terutama pada masa Pandemi COVID-19 tahun 2020 sampai dengan 2021. Terdapat ekspresi penangkapan makna (*formulated of Meaning*) yang ditunjukkan pada Tabel

1.1. COVID telah mendorong masyarakat untuk memaksa menggunakan layanan *Mobile JKN* sebagai upaya kontak langsung dengan layanan dan peserta lainnya.

Selain ketakutan tertular COVID-19 yaitu *Fear of COVID-19* (PC), Lampiran 1 juga menjelaskan beberapa makna yang dapat ditangkap terkait dengan keluhan dan pernyataan masyarakat tentang *Mobile JKN* adalah: persepsi masyarakat tentang kegunaan *Mobile JKN* yaitu *Perceived Usefulness* (PU), persepsi masyarakat tentang kemudahan dalam menggunakan aplikasi *Mobile JKN* *Perceive Ease of Use* (PEOU), Sikap masyarakat untuk menggunakan *Mobile JKN* *Attitude Torward Using* (AT). Keempat elemen seperti: *Perceived Usefulness* (PU), *Perceive Ease of Use* (PEOU), *Attitude Torward Using* (AT) dan *Fear of COVID-19* (FC), merupakan faktor kunci yang diduga mempengaruhi niat atau *Behavior Intention* (BI) masyarakat untuk menggunakan *Mobile JKN*. Keempat elemen seperti: *Perceived Usefulness* (PU), *Perceive Ease of Use* (PEOU), *Attitude Torward Using* (AT) dan *Fear of COVID-19* (FC), merupakan faktor kunci yang diduga mempengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan *Mobile JKN*. Data lebih lengkap formulasi makna komplain dapat dilihat pada Lampiran 1.

Penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh TAM terhadap niat sudah banyak dilakukan tetapi masih terbatas menyertakan mempertimbangkan faktor risiko dalam konteks masalah atau fenomena ini adalah risiko penularan COVID-19. Penelitian pengaruh PU (sebagai salah satu dimensi TAM) terhadap BI ditemukan belum sepenuhnya seragam, ada yang menemukan signifikan yaitu Wu and Liao (2011); Hattami (2021); To and Trinh (2021); Aji et al. (2020); Nguyen and Ha

(2021); Mew and Elena (2021); Leon (2018); dan sebaliknya ada menemukan tidak signifikan yaitu Emran *et al.* (2019); Mailizar *et al.* (2020).

Demikian pula pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceive Ease of Use*) terhadap niat menggunakan (*Behavior Intention*), terjadi ketidakkonsistenan hasil riset. Sebagian ada yang menemukan signifikan yaitu To and Trinh (2021); AlHamad (2020); Emran *et al.* (2019); Winarno *et al.* (2021); Al-Hamad *et al.* (2021); Leon (2018); Ngoc *et al.* (2022); dan sebagian lagi ada yang menemukan tidak signifikan yaitu Harryanto *et al.* (2018); Mailizar *et al.* (2020).

Penelitian terkait pengaruh persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap (*Attitude Torward Using*) juga ditemukan hal yang sama. Belum sepenuhnya seragam, ada yang menemukan signifikan yaitu Vanduhe *et al.* (2020); Mew & Millan (2021); Rizun and Strzelecki (2020); Mailizar *et al.* (2020); Rahmayanti *et al.* (2021); Rivera *et al.* (2015); Rizkitysha *et al.* (2022); Upadhyay *et al.* (2018); Mohhamadi (2015); Wang *et al.* (2017); Chen *et al.* (Upadhyay 2016); Safari *et al.* (2022); Laksamana *et al.* (2022); Elhajjar dan Quaida (2020); Sathar *et al.* (2022); Oloveze *et al.* (2022). Sedangkan yang menemukan tidak signifikan yaitu Kashive and Powale (2020); Sukendro *et al.* (2020).

Penelitian pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceive Ease of Use*) terhadap sikap (*Attitude Torward Using*) juga demikian. Yang menemukan pengaruh signifikan yaitu Kashive and Powale (2020); Vanduhe *et al.* (2020); Sukendro *et al.* (2020); Rizun and Strzelecki (2020), Mailizar *et al.* (2020); Yu and Huang (2020); Laksamana *et al.* (2022); Elhajjar and Quaida (2020); Sathar *et al.* (2022); Oloveze *et al.* (2022). Sebaliknya penelitian yang menyatakan pengaruh Persepsi

Kemudahan (*Perceive Ease of Use*) terhadap sikap (*Attitude Torward Using*) tidak signifikan yaitu Yusoff *et al.* (2021); Namahoota and Jantasri (2021).

Selain itu juga terdapat penelitian terkait pengaruh sikap (*Attitude Torward Using*) terhadap niat menggunakan (*Behavior Intention*) dengan hasil signifikan yaitu Mew and Millan (2021); Novita and Husna (2020); Arpaci (2019); Bae and Chang (2020); Kim (2021); Leon (2018); Ngoc *et al.* (2022); Kashive *et al.* (2021); Sathar *et al.* (2022); Oloveze *et al.* (2022). Dan hasil tidak signifikan terdapat pada penelitian Mailizar and Johar (2020); Majid (2021).

Berdasarkan fenomena lapangan dan kesenjangan kajian empiris (*research gap*) penelitian sebelumnya, maka ditawarkan takut tertular COVID-19 sebagai moderasi pengaruh sikap (*Attitude Torward Using*) terhadap Niat (*Behavior intention to Use*) untuk menggunakan *Mobile JKN*. Penelitian ini menawarkan wawasan baru karena pada penelitian sebelumnya sangat terbatas bahkan belum pernah dilakukan untuk mengadopsi takut tertular COVID-19 sebagai moderasi TAM terhadap niat pada konteks COVID di BPJS Kesehatan Wilayah Bali. Secara ringkas dapat dinyatakan diperlukan kajian empiris yang membuktikan adanya, “Peran moderasi Takut Tertular COVID-19 (Fear of COVID-19) pada pengaruh TAM terhadap niat menggunakan *Mobile JKN*.”

Terdapat juga hasil penelitian Pengaruh *Attitude Torward Using* dalam memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* dengan hasil yang berbeda antar peneliti. Yang menemukan *Attitude Torward Using* memiliki peran signifikan dalam memediasi *Perceived Usefulness* dan *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* yaitu Hasan

(2022); Astari *et al.* (2022); Sinurat and Sugiyanto (2022); William and Tjokrosaputro (2020); Handayati and Trisnawati (2023); Wang and Zhao (2017) dan juga oleh Mew and Millan (2021). Sedangkan temuan berbeda didapatkan pada penelitian Saputra *et al.* (2022) dengan hasil *Attitude Torward Using* tidak memiliki peran untuk memediasi hubungan antara *usefulness* terhadap *behavioral intention to use*.

Penelitian ini memiliki urgencitas tinggi dalam rangka mendukung pengambilan keputusan pada BPJS Kesehatan.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention*?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention*?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Torward Using*?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceive Ease of Use* terhadap *Attitude Torward Using*?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *Attitude Torward Using* terhadap *Behavior Intention Mobile JKN*?
6. Apakah *Fear of COVID-19* memoderasi hubungan antara *Attitude Torward Using* dan *Behavior Intention Mobile JKN*?

7. Apakah *Attitude Torward Using* dapat memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention*?
8. Apakah *Attitude Torward Using* dapat memediasi pengaruh *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention Mobile JKN*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Torward Using*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceive Ease of Use* terhadap *Attitude Torward Using*
5. Untuk mengetahui dan menganalisis *Attitude Torward Using* terhadap *Behavior Intention*
6. Untuk mengetahui dan menganalisis peran *Fear of COVID-19* pada hubungan *Attitude Torward Using* dan *Behavior Intention* menggunakan *Mobile JKN*
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Attitude Torward Using* dalam memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention*

8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Attitude Torward Using* dalam memediasi pengaruh *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention*

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang permasalahan yang dikaji serta dapat dijadikan media untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh melalui perkuliahan, terutama dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis situasi dan mengadakan penelitian formal, diharapkan pula dapat membangkitkan minat dan semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi.

2. Bagi Pihak BPJS Kesehatan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi organisasi untuk menyusun keputusan strategi jangka panjang terutama dalam optimalisasi pemanfaatan Aplikasi *Mobile JKN*.

3. Bagi Pihak Mahasaraswati Denpasar

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang Analisis Pengaruh Penerimaan Aplikasi *Mobile JKN* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu kunci awal bagi keberhasilan implementasi teknologi informasi dan komunikasi adalah kemauan untuk menerima teknologi tersebut dikalangan pengguna. Salah satu metode pendekatan untuk memahami sikap pengguna terhadap teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model TAM sendiri mendefinisikan dua hal yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakan teknologi. Model ini menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat bagi penggunanya.

Ajzen and Fishbein (1977) menyebutkan *Theory of Reason Action (TRA)* mengasumsikan bahwa perilaku didasari oleh niat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. Niat ditentukan oleh dua faktor, yaitu sikap individu terhadap hasil tindakan dan pendapat lingkungan sosial individu tersebut. Teori ini menunjukkan bahwa seseorang sering bertindak berdasarkan persepsi mereka mengenai apa yang orang lain pikir mereka harus lakukan. Konsep TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989), menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu

memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut (Lee *and* Panteli, 2010).

2.1.1. *Perceived Ease of Use*

2.1.1.1. *Pengertian Perceived Ease of Use*

Persepsi tentang kemudahan untuk menggunakan teknologi (*Perceived ease of use*) diartikan sebagai suatu ukuran akan kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan memudahkan dari kesulitan atau usaha yang besar (Davis, 1989). Menurut Venkatesh *and* Davis (2000) *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan sistem akan bebas dari upaya.

2.1.1.2. *Indikator Perceived Ease of Use*

Studi tentang indikator kemudahan untuk menggunakan teknologi (*perceived Ease of Use*) banyak diadaptasi dari Davis (1989) seperti; dilakukan oleh Buabeng-Andoh (2018); Okonkwo *et al.* (2022); Oloveze *et al.* (2022); Indikator kemudahan untuk menggunakan teknologi akan di adaptasi dari Oloveze *et al.* (2022) yang menggunakannya pada belanja online. Tabel 2.1 berikut merupakan proses adaptasi kemudahan menggunakan Teknologi.

Tabel 2.1
Adaptasi Indikator Persepsi Tentang Kemudahan Menggunakan Teknologi

No	Original	Adaptasi Bahasa Indonesia dan model Penelitian	Indikator formulasi
1	I think it is Ease to use online shopping for my shopping need	Menurut saya mudah menggunakan <i>Mobile</i> JKN untuk kebutuhan BPJS Kesehatan saya	Kemudahan menggunakan
2	Using online shopping system does not need much effort	Menggunakan sistem <i>Mobile</i> JKN tidak membutuhkan banyak usaha	Kemudahan dan ketidakrumitan sistem
3	Using online shopping system is clear and understanding	Menggunakan sistem <i>Mobile</i> JKN jelas dan mudah dipahami	Mudah memahami

Sumber diadaptasi dari: Oloveze *et al.* (2022)

2.1.2. *Perceived Usefulness*

2.1.2.1. Pengertian *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Fred D. Davis, 1989). Ini mengikuti dari definisi kata berguna: "mampu digunakan menguntungkan." Menurut Venkatesh *and* Davis (2000) juga mendefinisikan *Perceived Usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

2.1.2.2. Indikator *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness dapat diukur melalui beberapa indikator seperti meningkatkan kinerja, memudahkan pekerjaan, serta merasakan keseluruhan manfaat teknologi (Davis, 1989). Pengembangan indikator sebagian besar

bersumber dari Davis (1989) seperti; Oloveze *et al.* (2022) mengadaptasi pada belanja online. Tabel 2.1 menunjukkan proses adaptasi skala *Perceived Usefulness* dari Oloveze *et al.* (2022)

Tabel 2.2
Indikator *Perceived Usefulness* Teknologi

No	Original	Adaptasi Bahasa Indonesia dan Model Penelitian	Indikator formulasi
1	Shopping online is very useful for me	Menggunakan <i>Mobile JKN</i> sangat bermanfaat bagi saya	Kebermanfaatan
2	It helps me to become efficient with shopping	<i>Mobile JKN</i> membantu saya menjadi efisien dalam bertransaksi	Membantu untuk efisien
3	It is very useful	<i>JKN Mobile</i> sangat berguna	Berguna

Oloveze *et al.* (2022)

2.1.3. *Behavior Intention to Use*

2.1.3.1. Pengertian *Behavior Intention to Use*

Behavioral Intention to Use didefinisikan sebagai kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi di masa depan. Konstruk ini sangat penting dalam menentukan apakah pengguna akan melanjutkan menggunakan teknologi di masa depan (Mailizar and Johar, 2020). *Behavioral Intention to Use* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa dia akan terus menggunakan suatu sistem (Arpaci, 2017, hal.384). Menurut Ajzen (1991), perilaku manusia ditentukan oleh niat perilaku, yaitu dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

2.1.3.2. *Indikator Behavior Intention to Use*

Behavior Intention to Use adalah prasyarat yang diperlukan untuk indikasi perilaku; itu juga pengambilan keputusan sebelum kinerja berperilaku (Wang and Li, 2016). Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Indikator niat perilaku telah banyak digunakan diberbagai bidang ilmu. Pada konteks ilmu pemasaran, indikator *Behavior Intention* digunakan untuk mengukur niat berperilaku untuk membeli. Ketika situasi COVID-19 banyak indikator niat perilaku digunakan untuk mengukur niat untuk megggunakan teknologi digital seperti; Hasan (2022) untuk mengukur niat menggunakan *mobile* aplikasi di Banglades, selanjutnya Esawe (2022) digunakan mengukur niat menggunakan e-Wallet untuk transaksi dengan cara mengadaptasi dari Venkatesh *et al.* (2003) dan Venkatesh *et al.* (2012). Tabel 2.3 merupakan bentuk adaptasi indikator niat menggunakan yang dikembangkan oleh Esawe (2022).

Tabel 2.3
Adaptasi Indikator *Behavior Intention to Use*

No	Original	Adaptasi Pada Model Penelitian	Indikator
1	<i>Assuming I had access to the e-wallet, I intend to use it</i>	Saya memiliki hak fasilitas <i>Mobile</i> JKN, saya berniat untuk menggunakannya	Berniat menggunakan
2	<i>Given that I had access to the e-wallet, I predict that I would use it</i>	Mengingat saya memiliki akses <i>Mobile</i> JKN, saya memprediksi bahwa saya akan menggunakannya	Memperkirakan akan menggunakan

No	Original	Adaptasi Pada Model Penelitian	Indikator
3	<i>I plan to use the e-wallet in the future</i>	Saya berencana untuk menggunakan <i>Mobile JKN</i> di masa mendatang	Berencana untuk menggunakan
4	<i>I recommend e-wallets to my colleagues</i>	Saya merekomendasikan menggunakan <i>Mobile JKN</i> kepada rekan-rekan saya sebagai anggota BPJS kesehatan	Merekomendasikan untuk menggunakan

Sumber: diadaptasi dari Esawe (2022)

2.1.4. *Fear of COVID-19*

2.1.4.1. Pengertian *Fear of COVID-19*

Fear of COVID-19 mengacu pada kekhawatiran dan kecemasan di antara individu yang menghasilkan negatif keadaan emosional akibat stres dan depresi kemungkinan konsekuensi dari COVID-19 pandemi, seperti kemungkinan terinfeksi Virus Corona (Jian *et al.*, 2020). Ketakutan akan COVID-19 telah membuat panik orang karena tingkat kematian dan penularannya yang tinggi (Rahman dan Arif, 2021).

2.1.4.2. Indikator *Fear of COVID-19*

Dampak COVID-19 membuat banyak para peneliti mengembangkan dan mengadaptasi indikator dan skala takut terhadap Virus Corona seperti; Hasan (2022) menggunakan sebagai moderasi pada pengaruh sikap konsumen pada *Foodpanda Mobile App* terhadap niat menggunakan aplikasi *foodpanda mobile*. Tabel 2.4 berikut menunjukkan bentuk item indikator dan skala pengukurannya.

Tabel 2.4
Adaptasi Indikator *Fear of COVID-19*

No	Original Skala	Skala Adaptasi Bahasa Indonesia dan Model Penelitian	Indikator
1	I am afraid of the coronavirus	Saya takut dengan Virus Corona	Takut pada Virus Corona
2	It makes me uncomfortable to think about the coronavirus	Itu membuat saya tidak nyaman memikirkan tentang Virus Corona	Tidak nyaman terhadap Virus Corona
3	I am afraid of losing my life because of the coronavirus	Saya takut kehilangan nyawa saya karena Virus Corona	Takut kehilangan nyawa akibat Corona
4	When watching news and stories about the coronavirus on social media, I become nervous or anxious	Saat menonton berita dan cerita tentang Virus Corona di media sosial, saya menjadi gugup atau cemas	Cemas atau gugup jika tertular Virus Corona

Sumber: Hasan (2022)

2.1.5 *Attitude Toward Using*

2.1.5.1 *Pengertian Attitude Toward Using*

Attitude Toward Using dalam TAM dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Fred D. Davis, 1989). Sikap dipegang sehubungan dengan beberapa aspek dunia individu, seperti orang lain, objek fisik, perilaku, atau aturan. Ajzen and Fishbein (1977) mendefinisikan sikap sebagai penilaian keseluruhan dari hasil perilaku diukur dengan keyakinan seseorang dan evaluasi konsekuensi dari perilaku itu. TRA mendalilkan bahwa sikap terhadap suatu tindakan cenderung mengarah pada niat

untuk memberlakukan suatu tindakan tertentu perilaku karena orang menilai implikasi dari melakukan perilaku. Jika hasil yang diharapkan adalah positif (negatif), maka individu tersebut akan berniat untuk tampil (hindari) perilaku ini. Menurut Arpaci (2017) sikap terhadap penggunaan teknologi didefinisikan sebagai reaksi afektif keseluruhan individu untuk menggunakan sistem tertentu.

2.1.5. Indikator *Attitude Toward Using* Terhadap Aplikasi

Indikator sikap sudah banyak dikembangkan seiring dengan kebutuhan penelitian pada berbagai disiplin ilmu sosial dan manajemen. Ketika COVID-19 mulai berkembang para ahli mengembangkan sikap masyarakat terhadap penggunaan aplikasi *mobile* untuk memudahkan transaksi tanpa kotak langsung. Ahli seperti Hasan (2022) telah melakukan pengembangan dengan cara mengadaptasi indikator sikap yang telah ada untuk digunakan mengukur sikap konsumen terhadap aplikasi untuk belanja online. Tabel 2.5 menunjukkan bentuk indikator dan pengembangan dan pengadaptasian pada kebutuhan model penelitian ini.

Tabel 2.5
Adaptasi *Attitude Toward Using* Pada Aplikasi Teknologi

No	Original Skala	Adaptasi Bahasa Indonesia	Adaptasi Pada Penelitian
1	Purchasing food using foodpanda mobile app is wise	Membeli makanan menggunakan aplikasi seluler foodpanda adalah bijaksana	Menggunakan <i>Mobile JKN</i> untuk urusan BPJS adalah bijaksana
2	Purchasing food using foodpanda mobile app is good	Membeli makanan menggunakan aplikasi seluler foodpanda itu bagus	Menggunakan <i>Mobile JKN</i> untuk memudahkan urusan BPJS

No	Original Skala	Adaptasi Bahasa Indonesia	Adaptasi Pada Penelitian
3	Purchasing food using foodpanda mobile app is sensible	Membeli makanan menggunakan aplikasi seluler foodpanda masuk akal	Menggunakan Aplikasi <i>Mobile</i> JKN untuk urusan BPJS adalah masuk akal
4	Purchasing food using foodpanda mobile app is rewarding	Membeli makanan menggunakan aplikasi seluler foodpanda sangat bermanfaat	Menggunakan Aplikasi <i>Mobile</i> JKN sangat bermanfaat

Sumber; diadaptasi dari Hasan (2022)

2.1.6. Penelitian Terdahulu

1. Beberapa penelitian terkait hubungan *Perceived Usefulness* dengan *Behavior Intention* dilaksanakan oleh Wu and Liao, 2011; Hattami, 2021; To and Trinh, 2021; Aji *et al.*, 2020; Nguyen and Ha, 2021 didapatkan hasil *perceived usefulness* juga berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Namun penelitian oleh Emran *et al.*, 2019; Mailizar *et al.*, 2020 menyampaikan hasil yang berbeda dimana *Perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to use*.
2. Dan penelitian terkait pengaruh *Perceived Ease of Use* dengan *Behavior Intention* oleh To *et al.*, 2021 menyatakan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavior Intention*. Hasil yang sama juga disampaikan oleh AlHamad, 2020; Emran *et al.*, 2019; Winarno *et al.*, 2021; Al-Hamad *et al.*, 2021. Namun pendapat yang berbeda disampaikan oleh Harryanto *et al.*, 2018; Mailizar *et al.*, 2020. yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention*.

3. Penelitian terkait *Perceived Usefulness* yang mempengaruhi *Attitude Toward Using* oleh Vanduhe *et al.*, 2020 menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap niat. Hasil yang sama juga disampaikan oleh Mew and Millan, 2021; Rizun and Strzelecki, 2020; Mailizar *et al.*, 2020; Rahmayanti *et al.*, 2021. Namun pendapat yang berbeda disampaikan oleh Kashive and Powale, 2020; Sukendro *et al.*, 2020. yang menyatakan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi.
4. Penelitian pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap mempengaruhi *Attitude Toward Using* juga demikian. Yang menemukan pengaruh signifikan yaitu Kashive and Powale, 2020; Vanduhe *et al.*, 2020; Sukendro *et al.*, 2020; Rizun and Strzelecki, 2020; Mailizar *et al.*, 2020. Dan yang menyatakan pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap mempengaruhi *Attitude Toward Using* tidak signifikan yaitu Yusoff *et al.*, 2021; Namahoota and Jantasri, 2021.
5. Penelitian terkait pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavior Intention* dengan hasil signifikan yaitu Mew and Millan, 2021; Novita and Husna, 2020; Arpaci, 2019; Bae and Chang, 2020; Hwanga *et al.*, 2019. Dan hasil tidak signifikan terdapat pada penelitian Mailizar and Johar (2020), Majid (2021).
6. Penelitian terkait *Fear of COVID-19* memoderasi pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *intention* untuk menggunakan *Mobile JKN* yaitu pada penelitian Astari *et.al.*, 2022; Hasan, 2022.
7. Penelitian Pengaruh *Attitude Torward Using* dalam memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention*

dengan hasil memiliki peran signifikan dalam memediasi *Perceived Usefulness* dan *Perceive Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* yaitu Hasan (2022); Astari *et al.* (2022); Sinurat and Sugiyanto (2022); William and Tjokrosaputro (2020); Handayati and Trisnawati (2023); Wang and Zhao (2017) dan juga oleh Mew and Millan (2021). Sedangkan hasil tidak memiliki peran memediasi didapatkan pada penelitian Saputra *et al.* (2022).