

Analisis Pengaruh Penerimaan Aplikasi *E-Commerce* Menggunakan *Multigroup-Partial Least Square* (MGA-PLS)

Gita Yantika Sari^{*}, Marizsa Herlina

Prodi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

^{*}gitayantika9d@gmail.com, Marizsa.herlina@unisba.ac.id

Abstract. The existence of technology has affected society and the surrounding environment, because technology can help in various things such as improving the economy. In the economic field, technological developments can be in the form of the development of the financial system used, for example electronic commerce or better known as *Electronic Commerce/E-Commerce*. After the Covid-19 outbreak, the development of *E-Commerce* began to increase because it could reduce the spread of the epidemic, until it began to develop in rural areas. Technology Acceptance Model (TAM) is one of the models built to analyze and understand the factors that influence the acceptance of the use of computer technology. In addition, in understanding the factors that influence the acceptance of the use of computer technology, Multigroup Structural Equation Model analysis with Partial Least Square (MGA-PLS) is used which aims to predict and analyze determinant factors in measuring the influence of independent variables on the dependent variable and to find out whether or not there is a difference in influence between two or more groups/groups. Based on the analysis, the factors that influence user interest in accepting *E-Commerce* applications among the people of Karang Sari Village, Garut Regency are Perceived Usefulness, Trust, and Attitude Towards Using. In addition, by using Multigroup analysis, it can be concluded that there is no difference in the effect on the income group, which means that the views or responses of the respondents of each income group to the factors that influence the acceptance of *E-Commerce* applications are the same.

Keywords: *E-Commerce*, *Multigroup-Partial Least Square*, *income*, *TAM*, *Technology*.

Abstrak. Keberadaan teknologi telah mempengaruhi masyarakat dan lingkungan sekitar, karena teknologi dapat membantu dalam berbagai hal seperti memperbaiki ekonomi. Dalam bidang ekonomi perkembangan teknologi dapat berupa perkembangan sistem keuangan yang digunakan, contohnya perdagangan elektronik atau lebih dikenal dengan istilah *Electronic Commerce/E-Commerce*. Setelah adanya wabah Covid-19, perkembangan *E-Commerce* mulai meningkat karena dapat mengurangi penyebaran wabah, hingga hal tersebut pun mulai berkembang di pedesaan. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Selain itu, dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer tersebut digunakan analisis *Multigroup Structural Equation Model* dengan *Partial Least Square* (MGA-PLS) yang bertujuan untuk memprediksi maupun analisis faktor determinan dalam mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan pengaruh antara dua atau lebih kelompok/grup. Berdasarkan analisis diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* di kalangan masyarakat Desa Karang Sari Kabupaten Garut adalah *Perceived Usefulness* (Kegunaan/Manfaat), Kepercayaan, dan *Attitude Towards Using* (Sikap Terhadap Penggunaan). Selain itu, dengan menggunakan analisis *Multigroup* didapat kesimpulan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh pada kelompok pendapatan yang artinya pandangan atau tanggapan responden setiap kelompok pendapatan terhadap faktor yang menjadi pengaruh dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* adalah sama.

Kata Kunci: *E-Commerce*, *Multigroup-Partial Least Square*, *Pendapatan*, *TAM*, *Teknologi*.

A. Pendahuluan

Adanya suatu teknologi sudah mempengaruhi masyarakat serta lingkungan sekitar, hal ini dikarenakan teknologi bisa membantu dalam berbagai hal seperti membantu memperbaiki ekonomi. Menurut Kadir dan Triwahyuni (1) menyatakan bahwa teknologi informasi merupakan studi penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan dan gambar.

Dalam bidang ekonomi perkembangan teknologi dapat berupa perkembangan sistem keuangan yang digunakan, seperti *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Laudon et al. (2) berpendapat bahwa proses menjual dan membeli suatu produk secara elektronik oleh konsumen atau dari perusahaan ke perusahaan dengan memanfaatkan jaringan dan media komputer disebut dengan *E-Commerce*. Baum (3) juga berpendapat bahwa *E-Commerce* merupakan satu perangkat teknologi, konsumen, serta masyarakat melalui perdagangan elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi yang berlangsung secara elektronik.

Setelah adanya wabah Covid-19, perkembangan *E-Commerce* mulai meningkat karena dapat mengurangi penyebaran wabah, hal tersebut pun mulai berkembang di daerah pedesaan. Menurut Abdul Halim selaku Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Mendes PDTT), saat ini sudah ada 1.852 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang mulai menggunakan aplikasi *E-Commerce* sebagai pendukung dalam perkembangan desa.

TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi. TAM dikembangkan oleh Davis (4) dengan tujuan untuk meneliti faktor-faktor determinan dari penggunaan sistem informasi oleh pengguna. Menurut Jogiyanto (5) pada model TAM terdapat dua variabel laten utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kebergunaan (*Perceived Usefulness*). Untuk memprediksi minat dapat juga dengan sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*), namun variabel laten tersebut masih jarang digunakan. Selain pada TAM, risiko dan kepercayaan juga termasuk faktor dari luar yang dapat digunakan dalam memprediksi minat.

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (6) kelebihan dari analisis PLS yaitu model dapat tidak struktural maupun struktural, variabelnya dapat berupa reflektif atau formatif, skala pengukuran variabel dapat parametrik dan non parametrik, dan sampel yang digunakan pun terbilang kecil. Selain itu, PLS merupakan analisis yang berbasis varian sehingga tidak perlu adanya korelasi antara indikator maupun variabel laten dalam proses iterasi. PLS pun dapat dipergunakan tanpa teori yang kuat sehingga tidak perlu memenuhi beberapa asumsi dan parameter ketepatan model prediksinya dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R-Square*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat pengguna dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karang Sari Kab. Garut.
2. Mengetahui apakah ada perbedaan kelompok pendapatan dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* di Desa Karang Sari Kab. Garut.

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif menggunakan metode pengambilan sampel berupa *sampling non probability* dengan teknik *purposive sampling*. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Karang Sari yang menggunakan aplikasi *E-Commerce* sebagai alat untuk bertransaksi. Proses pengisian kuesioner dilakukan secara langsung atau wawancara dan melalui pengisian link.

Dengan menggunakan kriteria ukuran sampel menurut Cohen (7) yaitu minimal 45 responden, didapat 70 responden dengan keterangan 44 responden berjenis kelamin wanita dan 26 responden berjenis kelamin pria. Rentang usia responden yang mengisi kuesioner adalah 17-55 tahun. Penelitian ini memiliki target pengelompokan yaitu berdasarkan pendapatan.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Identifikasi Variabel	Indikator
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X ₁)	Mengukur kepercayaan seseorang dalam menggunakan dan memahami teknologi dengan mudah.	Kemudahan dalam penggunaan aplikasi
		Mudahnya memahami aplikasi dalam bertransaksi
		Akses aplikasi dengan mudah
		Kemudahan dalam pemahaman proses transaksi keuangan
		Fleksibilitas pada pembelian melalui aplikasi
		Intensitas bantuan seseorang pada pemakaian aplikasi
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₂)	Memprediksi sejauh mana teknologi dapat meningkatkan kinerja seseorang, sehingga para pengguna yakin bahwa suatu teknologi dapat memberikan hasil yang baik untuk meningkatkan kinerja.	Kegiatan transaksi yang efektif serta efisien
		Membandingkan produk yang sama dari penjual yang berbeda
		Mendapat keterangan terkait produk
		Lancarnya proses jual beli
		Menghemat durasi
		Perhitungan transaksi pada aplikasi
Risiko (X ₃)	Memprediksi ketidakpastian, rasa khawatir dan merasa rugi akan muncul jika kemungkinan risiko buruk yang terjadi semakin meningkat, hal ini juga dapat membuat minat setiap pengguna dalam menggunakan teknologi menurun.	Risiko dalam proses bertransaksi
		Keamanan dalam transaksi
		Keamanan terkait keterangan pribadi
		Kekhawatiran memberi keterangan pribadi
		Membaca peraturan dan kebijakan

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Identifikasi Variabel	Indikator
Kepercayaan (X ₄)	Untuk mengetahui sebuah tujuan pada suatu teknologi agar kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dengan baik dapat dipercaya.	Kepercayaan terkait amannya bertransaksi
		Jaminan produk yang sesuai
		Keyakinan pada aplikasi untuk menjaga keterangan pribadi
		Kepercayaan terkait penyimpanan uang dalam aplikasi
		Kepercayaan terkait penggunaan aplikasi
<i>Attitude Towards Using</i> (X ₅)	Sikap individu tentang sistem informasi ialah hal yang penting, karena bisa mempengaruhi perilaku dan pengaruh sosial.	Ketertarikan terhadap tampilan aplikasi
		Sikap terkait ide penggunaan
		Sikap terkait penyimpanan kata sandi
		Tanggapan pengguna tentang aplikasi

		Sikap terkait pihak yang tak memiliki kepentingan
Minat Penggunaan (Y)	Adanya suatu keinginan untuk melakukan transaksi secara berkelanjutan melalui <i>E-Commerce</i> yang disebabkan karena pernah melakukan hal tersebut sebelumnya, merupakan minat dalam penggunaan aplikasi tersebut.	Intensitas penggunaan aplikasi
		Minat terkait penawaran
		Minat penggunaan berkepanjangan
		Rekomendasi pada orang lain
	Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kelompok pendapatan dalam penerimaan aplikasi <i>E-Commerce</i> .	-
Pendapatan (Z)		

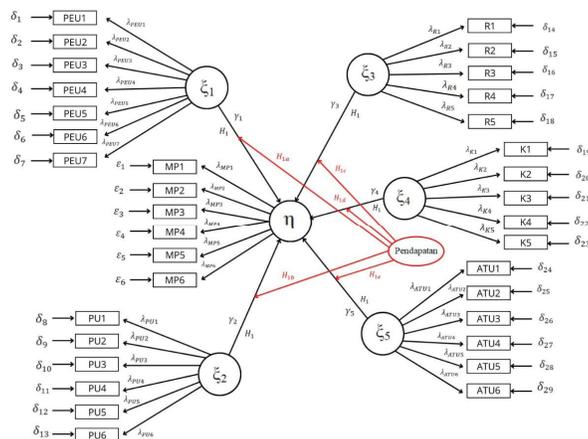
Selain itu, penelitian ini menggunakan skala ordinal yaitu pendekatan skala *Likert* untuk mengevaluasi masing-masing hasil kuesioner. Alternatif jawaban yang diberikan, yaitu:

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

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan
Perancangan Model Struktural (*Inner Model*)

Pada penelitian ini, variabel eksogen (ξ) yang digunakan adalah *Perceived Ease of Use* (ξ_1), *Perceived Usefulness* (ξ_2), Risiko (ξ_3), Kepercayaan (ξ_4), dan *Attitude Towards Using* (ξ_5), kemudian variabel endogen (η) yang digunakan adalah Minat Penggunaan, dan variabel moderasi yaitu Pendapatan.

Di bawah ini adalah model struktural variabel laten beserta variabel *manifest* (indikator), yaitu:



Gambar 1. Kerangka Model Struktural Penelitian

Dapat dilihat dari Gambar 1. bahwa semua variabel indikator bersifat reflektif, sehingga outer model yang merepresentasikan hubungan antara variabel laten dan indikatornya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 PEU1 &= \lambda_{PEU1}\xi_1 + \delta_1 & PU6 &= \lambda_{PU6}\xi_2 + \delta_{13} & ATU2 &= \lambda_{ATU2}\xi_5 + \delta_{25} \\
 PEU2 &= \lambda_{PEU2}\xi_1 + \delta_2 & R1 &= \lambda_{R1}\xi_3 + \delta_{14} & ATU3 &= \lambda_{ATU3}\xi_5 + \delta_{26} \\
 PEU3 &= \lambda_{PEU3}\xi_1 + \delta_3 & R2 &= \lambda_{R2}\xi_3 + \delta_{15} & ATU4 &= \lambda_{ATU4}\xi_5 + \delta_{27} \\
 PEU4 &= \lambda_{PEU4}\xi_1 + \delta_4 & R3 &= \lambda_{R3}\xi_3 + \delta_{16} & ATU5 &= \lambda_{ATU5}\xi_5 + \delta_{28} \\
 PEU5 &= \lambda_{PEU5}\xi_1 + \delta_5 & R4 &= \lambda_{R4}\xi_3 + \delta_{17} & ATU6 &= \lambda_{ATU6}\xi_5 + \delta_{29} \\
 PEU6 &= \lambda_{PEU6}\xi_1 + \delta_6 & R5 &= \lambda_{R5}\xi_3 + \delta_{18} & MP1 &= \lambda_{MP1}\eta_1 + \varepsilon_1 \\
 PEU7 &= \lambda_{PEU7}\xi_1 + \delta_7 & K1 &= \lambda_{K1}\xi_4 + \delta_{19} & MP2 &= \lambda_{MP2}\eta_1 + \varepsilon_2 \\
 PU1 &= \lambda_{PU1}\xi_2 + \delta_8 & K2 &= \lambda_{K2}\xi_4 + \delta_{20} & MP3 &= \lambda_{MP3}\eta_1 + \varepsilon_3 \\
 PU2 &= \lambda_{PU2}\xi_2 + \delta_9 & K3 &= \lambda_{K3}\xi_4 + \delta_{21} & MP4 &= \lambda_{MP4}\eta_1 + \varepsilon_4 \\
 PU3 &= \lambda_{PU3}\xi_2 + \delta_{10} & K4 &= \lambda_{K4}\xi_4 + \delta_{22} & MP5 &= \lambda_{MP5}\eta_1 + \varepsilon_5 \\
 PU4 &= \lambda_{PU4}\xi_2 + \delta_{11} & K5 &= \lambda_{K5}\xi_4 + \delta_{23} & MP6 &= \lambda_{MP6}\eta_1 + \varepsilon_6 \\
 PU5 &= \lambda_{PU5}\xi_2 + \delta_{12} & ATU1 &= \lambda_{ATU1}\xi_5 + \delta_{24} & & \\
 \end{aligned}$$

Berikut adalah model struktural pada penelitian ini, yaitu:

$$\eta = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \gamma_4\xi_4 + \gamma_5\xi_5 + \zeta$$

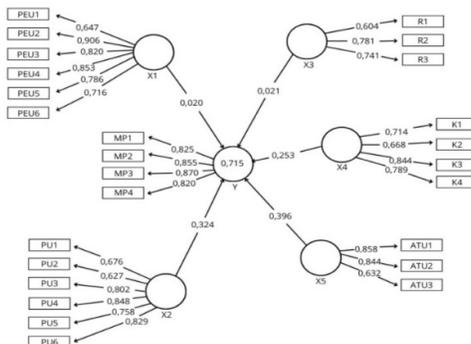
Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

1. Uji Validitas Konvergen



Gambar 2. Output Loading Factor Pemodelan

Pada Gambar 2. dapat diketahui bahwa tidak semua indikator-indikator yang digunakan valid, yaitu pada PEU7, R1, R4, K4, ATU1, ATU3, ATU4, MP1, dan MP2 sehingga harus menghapus atau menghilangkan indikator yang tidak valid tersebut.



Gambar 3. Output Loading Factor Pemodelan

Pada Gambar 3. dapat diketahui output terkait *loading factor* memberikan nilai diatas nilai yang disarankan yaitu $> 0,5$. Sehingga indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

2. Uji Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan ini menggunakan hasil output *Heterotrait-Monotriat Ratio of Correlations* (HTMT). Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai HTMT $< 0,9$.

Tabel 2. Discriminant Validity

Variabel	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y
X ₁	0,793					
X ₂	0,722	0,761				
X ₃	0,518	0,463	0,713			
X ₄	0,365	0,470	0,575	0,757		
X ₅	0,574	0,677	0,481	0,477	0,785	
Y	0,584	0,735	0,517	0,613	0,757	0,843

Dari Tabel 2. dapat diketahui bahwa semua nilai HTMT kurang dari standar yang ditentukan yaitu 0,9. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut valid.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Construct Reliability and Validity

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
X ₁	0,909	0,628
X ₂	0,891	0,579
X ₃	0,754	0,508
X ₄	0,842	0,573
X ₅	0,826	0,616
Y	0,907	0,710

Pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa seluruh variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

1. Nilai R-Square (R²)

Nilai *R-Square* yang diperoleh pada penelitian ini adalah 0,715 yang berarti bahwa variabel eksogen secara serentak mempengaruhi Y sebesar 71,50%. Kemudian nilai *R-Square Adjusted* lebih dari 33% maka pengaruh semua variabel terhadap Y termasuk kuat. Setelah mendapatkan nilai *R*², dicari nilai *Q*² untuk menguji prediksi model. Didapat nilai *Q*² pada penelitian ini yaitu 0,715 maka dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memiliki nilai prediktif yang relevan dan dapat menjelaskan informasi yang ada dalam data penelitian sebesar 71,50%.

Selain digunakan untuk menghitung besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel laten endogen, nilai *R*² digunakan untuk menghitung *Goodness of Fit*. Nilai *GoF* pada penelitian ini adalah 0,7126 maka dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen yang terdiri dari *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, Risiko, Kepercayaan, dan *Attitude Towards Using* dapat menjelaskan sebesar 71,26% dari Minat Penggunaan *E-Commerce*.

2. Uji Signifikansi

Pengujian hipotesis uni dilakukan dengan proses *bootstrapping*. Berikut adalah hasil

perhitungan *bootstrapping* menggunakan *software smartPLS*, yaitu:

Tabel 4. Hasil Perhitungan *Bootstrapping* Data Penelitian

Hubungan Variabel	Sampel Original	<i>T-Statistic</i>	<i>P Values</i>	Kesimpulan
<i>Perceived Ease of Use</i> -> Minat Penggunaan	0,020	0,195	0,846	H ₀ diterima
<i>Perceived Usefulness</i> -> Minat Penggunaan	0,324	2,415	0,016	H ₀ ditolak
Risiko -> Minat Penggunaan	0,021	0,192	0,848	H ₀ diterima
Kepercayaan -> Minat Penggunaan	0,253	2,006	0,045	H ₀ ditolak
<i>Attitude Towards Using</i> -> Minat Penggunaan	0,396	3,935	0,000	H ₀ ditolak

Dari Tabel 4. didapat model struktural pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Minat Penggunaan (Y) = 0,020 *Perceived Ease of Use* (X₁) + 0,324 *Perceived Usefulness* (X₂) + 0,021 Risiko (X₃) + 0,253 Kepercayaan (X₄) + 0,396 *Attitude Towards Using* (X₅)

H₀ : $\gamma = 0$; Tidak ada pengaruh antara Variabel Eksogen (X) dengan Variabel Endogen (Y) dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karang Sari Kab. Garut.

H₁ : $\gamma \neq 0$; Ada pengaruh antara Variabel Eksogen (X) dengan Variabel Endogen (Y) dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karang Sari Kab. Garut.

Dari Tabel 4. dapat dilihat bahwa hubungan variabel X₂, X₄, dan X₅ variabel Y memiliki kesimpulan H₀ diterima. Artinya bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness*, Kepercayaan, dan *Attitude Towards Using* dengan Minat Penggunaan dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karang Sari Kab. Garut.

Multigroup-Partial Least Square (MGA-PLS)

MGA-PLS bertujuan untuk menguji hasil apakah ada perbedaan pandangan atau tidak terkait tanggapan responden pada setiap kelompok yang telah ditentukan. Prosedur ini menggunakan asumsi bahwa kemungkinan semua kelompok dan setiap anggota kelompok sebelum pengambilan sampel dimulai adalah sama.

Keterangan:

Kelompok 1 => Rp. 3.500.000

Kelompok 2 => Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000

Kelompok 3 = Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000

Kelompok 4 = < Rp. 1.500.000

Kelompok 5 = < Tidak Memiliki Pendapatan

Tabel 5. Hasil MGA-PLS Kelompok Pendapatan

Hubungan Variabel	Kelompok 1 & 2	Kelompok 2 & 3	Kelompok 3 & 4	Kelompok 4 & 5
<i>Perceived Ease of Use</i> -> Minat Penggunaan	0,922	0,943	0,641	0,95
<i>Perceived Usefulness</i> -> Minat Penggunaan	0,131	0,901	0,432	0,261
Risiko -> Minat Penggunaan	0,248	0,063	0,416	0,532
Kepercayaan -> Minat Penggunaan	0,173	0,098	0,273	0,072
<i>Attitude Towards Using</i> -> Minat Penggunaan	0,099	0,259	0,843	0,695

H₀ : $\theta_k = \theta_{k+1}$; Tidak ada perbedaan pandangan responden antara kelompok *k* dengan kelompok *k+1* terkait faktor pengaruh penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan

masyarakat Desa Karangsari Kab. Garut.

$H_1 : \theta_k \neq \theta_{k+1}$; Ada perbedaan pandangan responden antara kelompok k dengan kelompok $k+1$ terkait faktor pengaruh penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karangsari Kab. Garut.

Keterangan:

k = Kelompok

Berdasarkan hasil output pada Tabel V. untuk nilai p -value seluruh kelompok memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Sehingga H_0 diterima, artinya tidak ada perbedaan pandangan responden antara masing-masing kelompok pendapatan terkait faktor pengaruh penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karangsari Kab. Garut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pada hasil analisis mengenai faktor yang berpengaruh terhadap minat pengguna dalam penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karangsari Kab. Garut menggunakan *Multigroup-Partial Least Square* (MGA-PLS) menunjukkan bahwa dari lima variabel laten eksogen yaitu *Perceived Ease of Use* (X_1), *Perceived Usefulness* (X_2), Risiko (X_3), Kepercayaan (X_4), *Attitude Towards Using* (X_5) yang mempengaruhi variabel laten endogen yaitu Minat Penggunaan (Y) secara signifikan adalah variabel *Perceived Usefulness* (X_2), Kepercayaan (X_4), dan *Attitude Towards Using* (X_5).
2. Pengujian MGA-PLS pada lima kelompok pendapatan yaitu (>Rp. 3.500.000), (>Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000), (Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000), (<Rp. 1.500.000), dan (Tidak Memiliki Pendapatan) mendapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan pengaruh antara kelompok pendapatan yang artinya pandangan atau tanggapan responden pada setiap kelompok pendapatan terhadap faktor yang menjadi pengaruh penerimaan aplikasi *E-Commerce* dikalangan masyarakat Desa Karangsari Kab. Garut adalah sama.

Daftar Pustaka

- [1] Kadir, Abdul dan Terra CH. Triwahyuni. 2013. Pengenalan teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi.
- [2] Laudon, Kenneth C. & Jane Laudon P. 1998. *Management information system-new approaches to organization & technology*. 5th edition, New Jersey: Prentice Hall.
- [3] Baum, David. 1999. *E-Commerce*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, hal 319-340.
- [5] Jogiyanto, H. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.
- [6] Abdillah, W dan Jogiyanto. 2009. *Partial Least Square* (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis. Hal 262. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- [7] Cohen, J. 1992. *A power primer*. *Psychological Bulletin*, 112 (1), 155-159.
- [8] Oktoriandi, Dilla. (2021). *Penerapan uji Q Cochran terhadap Atribut Produk Laptop Menggunakan Multiple Response Analysis (MRA)*, *Jurnal Riset Statistika*, 1(2), 127-134.