

ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI MCDONALD'S DENGAN MENGUNAKAN METODE *TECHNOLOGI ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

Mh. Khathamy Fhadlullah Haq Syahlevy¹, Pradita Eko Prasetyo Utomo², Zainil Abidin³

^{1,2,3}Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Jambi

E-mail: ¹mhkhathamy@gmail.com, ²pradita.eko@unja.ac.id, ³zainil.abidin@unja.ac.id

Abstract *This research aims to analyze user acceptance of the McDonald's application using the Technology Acceptance Model (TAM) framework. TAM is a theoretical model used to understand the factors influencing technology adoption. In this study, five main variables were examined to determine the relationships between user acceptance elements: Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), Attitude Toward Using (ATU), Behavioral Intention to Use (BI), and Actual Use (AU). The sample size in this study consisted of 80 respondents, determined using Hair's formula. The questionnaires were distributed in two ways: by handing out paper leaflets at McDonald's outlets and by distributing them online via Google Forms. The data analysis in this study involved testing several models and conducting hypothesis testing. The results indicate that Perceived Usefulness has a significant positive effect on Attitude Toward Using, while Perceived Ease of Use has a significant negative effect on Attitude, yet a positive influence on Perceived Usefulness. Furthermore, Attitude significantly and positively affects Behavioral Intention, and Behavioral Intention significantly influences Actual Use. These findings suggest that users' attitudes and intentions play a crucial role in encouraging the actual use of the McDonald's application.*

Keywords: *Actual Use, Attitude, Behavioral Intention, McDonald's Application, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Technology Acceptance Model*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor industri makanan cepat saji. Kemajuan ini telah mendorong transformasi digital dalam layanan restoran, memungkinkan konsumen untuk memesan makanan melalui aplikasi mobile dengan lebih mudah dan efisien.

Gaya hidup modern yang serba cepat membuat masyarakat cenderung mencari solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam hal konsumsi makanan. Makanan siap saji menjadi pilihan utama karena dianggap lebih praktis dan cepat. Restoran-restoran pun beradaptasi dengan menyediakan layanan pemesanan online melalui aplikasi mobile, guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan yang menerapkan teknologi ini adalah PT Rekso Nasional Food, pemegang hak waralaba utama McDonald's di Indonesia, yang telah mengembangkan aplikasi McDonald's untuk memfasilitasi proses pemesanan makanan secara digital. Aplikasi ini memungkinkan konsumen untuk memesan makanan tanpa harus datang langsung ke gerai, memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pelayanan.

Untuk memahami sejauh mana teknologi ini diterima oleh konsumen, diperlukan pendekatan teoritis yang dapat mengukur faktor-faktor yang

memengaruhi penerimaan teknologi. Salah satu model yang banyak digunakan adalah **Technology Acceptance Model (TAM)**, yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menekankan dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu **perceived usefulness** (persepsi kegunaan) dan **perceived ease of use** (persepsi kemudahan penggunaan).

Berbagai penelitian telah menggunakan TAM untuk menganalisis penerimaan teknologi dalam konteks aplikasi pemesanan makanan. Misalnya, penelitian oleh Sujith et al. (2022) menemukan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat penggunaan aplikasi pemesanan makanan di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian oleh Ardianto dan Azizah (2021) menunjukkan bahwa aplikasi McDonald's di Indonesia diterima dengan baik oleh pengguna, dengan faktor-faktor seperti persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam penerimaan teknologi tersebut.

Namun, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait penerimaan teknologi aplikasi pemesanan makanan di Indonesia, khususnya dalam konteks restoran cepat saji seperti McDonald's. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi McDonald's di Indonesia menggunakan pendekatan TAM, guna memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen dalam adopsi teknologi ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana penerimaan penggunaan aplikasi McDonald's berdasarkan metode *Technology Acceptance Model* (TAM)?

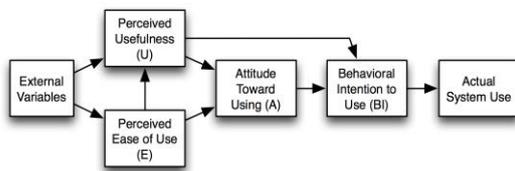
1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan terhadap penggunaan aplikasi Mc Donald's berdasarkan metode *Technology Acceptance Model* (TAM).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori TAM

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model teoritis yang dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 dan dipublikasikan secara resmi pada tahun 1989, yang bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Model ini merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), dengan modifikasi khusus untuk konteks teknologi informasi.



Gambar 9. Model TAM

TAM menyatakan bahwa terdapat dua variabel utama yang memengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi, yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (PU) – persepsi kegunaan, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya.
2. *Perceived Ease of Use* (PEOU) – persepsi kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut bebas dari usaha yang berat.

Kedua variabel ini memengaruhi *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan teknologi), yang kemudian memengaruhi *behavioral intention to use* (niat untuk menggunakan teknologi), dan akhirnya menentukan *actual system use* (penggunaan aktual). Penjelasan Komponen Utama TAM:

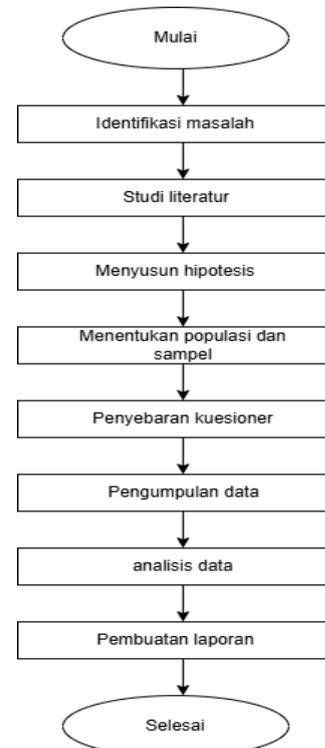
1. *Perceived Usefulness* (PU): Jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata dalam aktivitasnya, maka pengguna cenderung

bersikap positif terhadap penggunaannya (Davis, 1989).

2. *Perceived Ease of Use* (PEOU): Jika teknologi dianggap mudah dipelajari dan digunakan, maka pengguna akan lebih mungkin menerima dan menggunakannya (Venkatesh & Davis, 2000).
3. *Attitude Toward Using*: Merupakan reaksi afektif atau evaluatif seseorang terhadap penggunaan sistem informasi tertentu. Sikap ini terbentuk dari PU dan PEOU.
4. *Behavioral Intention to Use*: Niat individu untuk menggunakan sistem di masa mendatang. Semakin positif sikap terhadap sistem, semakin tinggi pula intensi pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.
5. *Actual Use*: Tahap akhir dari model yang menggambarkan penggunaan aktual sistem teknologi oleh pengguna.

2.2 Alur Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini tentunya memerlukan adanya susunan tahapan penelitian yang jelas yang menjelaskan bagian dari tahapannya. Maksud dari kerangka kerja tersebut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah dalam sebuah penelitian. Tahap-tahap dalam melakukan penelitian diantaranya yaitu identifikasi masalah, studi literatur, menyusun hipotesis, menentukan populasi dan sampel, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, analisis data dan pembuatan laporan penelitian.



Gambar 10 Kerangka Kerja Penelitian

2.3 Populasi dan sampel penelitian

Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Jambi yang sudah pernah menggunakan aplikasi Mc Donald's yang nantinya akan diberikan form kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai aplikasi Mc Donald's.

Sampel penelitian

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* karena probabilitas elemen dalam penelitian ini melibatkan karakteristik sampel bukan dengan dipilih secara random (Showkat and Parveen 2017).

2.4 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini digunakan 2 macam sumber data yaitu

Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber utama objek penelitian, dan proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dan kuisisioner terhadap aplikasi Sikoja. Dalam pengukuran data primer yaitu dengan menggunakan skala Likert, Menurut Sugiyono (2017) Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data sekunder pada penelitian ini yaitu berkaitan literatur yang berisi tentang teori dan informasi berkaitan dengan tata kelola analisis penerimaan pengguna aplikasi berdasarkan metode *Technology Acceptance Model*.

2.5 Operasional Variable

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu penelitian, sedangkan variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen dalam suatu penelitian (Ahyar et al., 2020).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data Partial Least Square (PLS), Partial Least Square (PLS) adalah teknik analisis yang powerful karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak perlu banyak asumsi, dan ukuran sampel pun tidak harus besar. PLS adalah salah satu metode statistika SEM (structural equation modelling) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, data yang hilang (missing values), dan multikolinearitas. Selain digunakan untuk menjelaskan bahwa ada tidaknya hubungan antar variabel laten, PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori.

Structural equation modelling (SEM) menggambarkan hubungan antara variabel yang diamati dan variabel laten dalam berbagai jenis model teoretis, yang menyediakan uji kuantitatif hipotesis oleh peneliti. Pada dasarnya, berbagai model teoritis di hipotesiskan dan diuji dalam SEM. Model SEM berhipotesis bagaimana set variabel mendefinisikan konstruk dan bagaimana konstruk ini saling terkait. Analisis PLS-SEM melalui dua tahap, yaitu :

1. Model pengukuran (Outer Model): mengukur apakah variabel observasi merepresentasikan variabel laten untuk diukur.
2. Model struktural (Inner Model): mengukur kekuatan estimasi antar variabel laten.

3.2 Model Pengukuran (*Outer model*)

Uji validitas

Menurut Ghozali (2015) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur validitas yang tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

Validitas Konvergen

Validitas Konvergen atau Convergent validity yaitu menggambarkan bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan mendasari variabel laten tersebut (Sauddin & Ramadhani, 2018). Indikator-indikator dari suatu variabel laten harus memiliki korelasi yang tinggi, dalam uji validitas konvergen harus diperhatikan yaitu faktor loading, jika nilai faktor loading $> 0,7$ maka dianggap indikator yang mengukur variabel laten

tersebut signifikan. Kemudian untuk nilai *Average Variance Explained* (AVE) jika nilai AVE > 0,5 maka validitas konvergen terpenuhi.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menggambarkan bagaimana kemampuan setiap variabel laten dalam mendiskriminasi dirinya dengan variabel laten lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator dari suatu variabel laten harus berkorelasi tinggi dengan variabel laten yang mendasarinya dan berkorelasi lemah dengan variabel laten lainnya (Sauddin & Ramadhani, 2018). Dalam pengujian validitas diskriminan dalam model pengukuran parameter yang harus diperhatikan yaitu nilai *cross loading* dimana nilainya harus > 0,7 nilai akar *Average Variance Extracted* (AVE) setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner penelitian. Dikatakan konsisten apabila hasil pengukuran dapat dipercaya dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil relatif sama, Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari setiap indikator variabel lebih besar dari 0,7.

3.3 Model structural (*Inner model*)

Inner Model dengan PLS dimulai dengan melihat nilai R-square untuk setiap Latent Variable Endogen. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh Latent Variable Eksogen tertentu terhadap Latent Variable Endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif.

R-Square (*coefficient of determination*)

R-Square (R²) digunakan untuk setiap variabel laten independen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. R-Square mengukur bagaimana sebuah variabel independen yang menjelaskan pada masing-masing variabel dependen dan karenanya merupakan ukuran kekuatan penjelas atau prediksi model. Menurut Ghozali, (2015) Kriteria model R-Square ini dijelaskan bahwa nilai 0.75 maka dinyatakan substansial (kuat), untuk nilai 0.50 dinyatakan moderate (sedang) dan nilai 0.25 dinyatakan dengan lemah (buruk).

F² (F-square)

Nilai F²(F-Square) digunakan untuk menampilkan hubungan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, apakah ketika variabel yang dihilangkan memiliki dampak terhadap nilai prediksi model (Hair, et al. 2017). Hasil dari F-Square yaitu untuk mempresentasi jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model. F-Square dapat dihitung dengan rumus :

$$f^2 = \frac{R^2_{include} - R^2_{exclude}}{1 - R^2_{include}}$$

Dari rumus tersebut diketahui bahwa f² merupakan F-Square kemudian R²included dan R²excluded merupakan nilai dari R² dari variabel laten endogen ketika predicator variabel laten digunakan atau dikeluarkan didalam persamaan structural. Kriteria dari f²(f-square) ini ada memiliki 3 kriteria dimana untuk nilai f² 0,02 memiliki efek kecil, untuk nilai f² 0,15 memiliki efek sedang dan untuk nilai f² 0,35 memiliki efek yang besar.

3.4 Pengujian Hipotesis

Dalam menganalisis pengaruh variable dilakukannya tahap terakhir dalam pengujian model structural yaitu dengan melakukan uji hipotesis pada penelitian yang mempresentasikan pengaruh variable. Dalam menganalisisnya dilakukan proses *bootstrapping* yang akan menghasilkan nilai signifikansi antar variabel. Dalam pengujian ini nilai *koefisien path* menunjukkan bagaimana tingkat signifikasinya. Suatu hubungan dikatakan memiliki pengaruh signifikan yang ditunjukkan nilai t-statistic, dan untuk hipotesis two-tailed harus diatas 1,96 kemudian untuk hipotesis one-tailed harus diatas 1,64 untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% untuk nilai signifikannya (Hussein, 2015)

3.5 Hasil Dan Pembahasan

Hasil Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Mcdonald's Mobile di Kota Jambi berdasarkan karakteristik penelitian. Hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara online/offline yang diterima sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil pengumpulan data

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diterima	84
Kuesioner yang memenuhi syarat	84

Berdasarkan data pada tabel, maka disimpulkan bahwa total kuesioner yang diterima sebanyak 84. Dikarekanakan pada penelitian ini jumlah sampel telah ditetapkan 84, maka kuesioner yang diolah dan dianalisa sebanyak 84 kuesioner.

Karakteristik Responden

Karakteristik penelitian yang digunakan didalam penelitian ini untuk analisis demografi yaitu terdiri dari beberapa aspek yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, serta berapa lama menggunakan aplikasi mcd Mobile.

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	52%
Perempuan	40	47%
jumlah	84	100%

Berdasarkan data yang ada pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa keseluruhan responden yang menjawab kuesioner, sebanyak 44 orang (52,38%)

berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 40 orang (47,62%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi MCD Mobile di Kota Jambi berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan usia

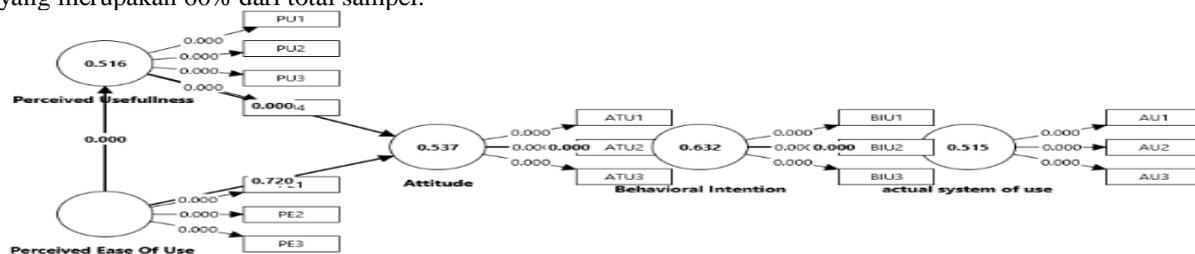
Usia	Jumlah	Persentase
16-20 tahun	11 orang	13%
21-25 tahun	42 orang	50%
26-30 tahun	14 orang	16%
31-35 tahun	9 orang	10%
36-40 tahun	0 orang	0%
>40 tahun	8 orang	9%
Jumlah	84 orang	100%

Berdasarkan data yang ada pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa keseluruhan responden yang menjawab kuesioner, sebanyak 11 orang (13%) yang berusia 16-20 tahun, sebanyak 42 orang (50%) berusia 21-25 tahun, sebanyak 14 orang (16%) berusia 26-30 tahun, sebanyak 9 orang (10%) berusia 31-35 tahun dan sebanyak 0 orang (0%) yang berusia 36-40 tahun, sebanyak 8 orang (9%) yang berusia > 40 tahun Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi mcd Mobile di Kota Jambi mayoritas berusia 21-25 tahun.

Tabel 4. Karakteristik berdasarkan lama pemakain aplikasi

Lama pemakaian	Jumlah	Persentaase
1 tahun	51	60%
2 tahun	17	20%
3 tahun	10	11%
>4 tahun	6	7%
jumlah	84	100%

Berdasarkan data yang ada pada tabel diatas, dapat diketahui dari keseluruhan responden yang menjawab kuesioner, mayoritas pengguna aplikasi mcd mobile paling banyak maksimal 1 tahun dengan jumlah responden terbanyak yaitu 51 responden yang merupakan 60% dari total sampel.



Gambar 11 hasil pengujian bootstrapping menggunakan SmarPLS

Tabel 5. Rangkuman uji hipotesis

	Hipotesis	Original sample (o)	Sample mean (m)	Standard deviation	T statistics (o/stdev)	P values	Keterangan
H1	PU -> ATU	0.694	0.696	0.134	5.176	0.000	Diterima
H2	PEU -> ATU	0.053	0.064	0.149	0.359	0.720	Ditolak
H3	PEU -> PU	0.718	0.704	0.093	7.765	0.000	Diterima
H4	ATU -> BIU	0.795	0.788	0.061	13.024	0.000	Diterima
H5	BIU -> AU	0.718	0.723	0.053	13.473	0.000	Diterima

Sumber : hasil olah data, 2025

Hasil Pengujian Hipotesis

Dalam menganalisis pengaruh variabel dilakukannya tahap terakhir dalam pengujian model structural yaitu dengan melakukan uji hipotesis penelitian yang mempresentasikan pengaruh antar variabel. Dalam menganalisisnya dilakukan proses *bootstrapping* yang akan yang akan menghasilkan nilai signifikansi antar variabel. Gambar 2, menunjukkan suatu hubungan dikatakan memiliki pengaruh signifikan yang ditunjukkan nilai t-statistic, dan untuk hipotesis two-tailed harus diatas 1,96 kemudian untuk hipotesis one-tailed harus diatas 1,64 untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% untuk nilai signifikannya (Hussein, 2015). Semua jalur utama dalam model ini memiliki nilai p-value yang rendah (≤ 0.05), yang berarti semua hubungan antar variabel dalam model signifikan secara statistik. Penjelasan lebih detail dapat dilihat dari table dibawah.

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan metode bootstrapping yang dijelaskan dengan melihat tingkat signifikansi pengaruh hubungan antar variabel yaitu dengan melihat T-Statistik. Rules of thumbs yang digunakan pada penelitian ini yang digunakan untuk pengujian hipotesis menggunakan hipotesis two-tailed dengan nilai signifikansi tingkat keyakinan sebesar 95% sehingga T-Tabelnya yaitu 1,96. Apabila nilai TStatistik > T-Tabel dengan tingkat signifikansi P-Value < 0,05 maka hasil dinyatakan signifikan atau diterima. P-value sendiri merupakan besarnya peluang yang diamati pada uji statistik. Dengan demikian, variabel Perceived Ease of Use terhadap Attitude tidak memiliki pengaruh signifikan karena P-Value > 0.05 dan T-Statistics < 1.96, sedangkan hubungan variabel lainnya dinyatakan signifikan dengan P-Value < 0.05 dan T-Statistics > 1.96, yang memiliki nilai signifikan positif.

Pembahasan Hasil Penelitian

Melalui pengujian *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis maka pada tahap ini akan dibahas terkait dengan hasil penelitian yang dilakukan dan dijelaskan berdasarkan teori atau hasil penelitian relevan. Berikut penjelasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

H1: Perceived Usefulness (Persepsi kegunaan) berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using (Sikap penggunaan)

Setelah dilakukan analisis data penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa hipotesis pertama diterima sehingga dapat diartikan bahwa Perceived Usefulness (persepsi kegunaan) memiliki pengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using (sikap penggunaan). Selain itu didukung dengan hasil dari T-Statistik sebesar $5,176 > 0,694$ atau lebih besar dari original sample dan P-Value yang memiliki nilai $0,000 < 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan atau hipotesis diterima. Ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi McDonald's bermanfaat (misalnya, mempermudah pemesanan atau memberikan pengalaman yang lebih efisien), mereka akan lebih cenderung mengadopsi sikap positif terhadap aplikasi tersebut.

H2: Perceived Ease to Use (Persepsi kemudahan) berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using (Sikap penggunaan).

Setelah dilakukan analisis data penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa hipotesis kedua ditolak sehingga dapat diartikan bahwa Perceived ease to use (persepsi kemudahan) memiliki pengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using (sikap penggunaan). Selain itu didukung dengan hasil dari T-Statistik sebesar $0,359 > 0,053$ atau lebih besar dari original sample dan P-Value yang memiliki nilai $0,720 > 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan atau hipotesis ditolak. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi sulit digunakan (misalnya, antarmuka tidak ramah pengguna, navigasi membingungkan, atau sering terjadi bug), hal ini dapat menurunkan kepuasan mereka dan membentuk sikap negatif terhadap aplikasi.

H3: Perceived Ease to Use (Persepsi kemudahan) berpengaruh signifikan terhadap Perceived Usefulness (Persepsi kegunaan).

Setelah dilakukan analisis data penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga dapat diartikan bahwa Perceived ease to use (persepsi kemudahan) memiliki pengaruh signifikan terhadap perceived usefulness (persepsi kegunaan). Selain itu didukung dengan hasil dari T-Statistik sebesar $7,765 > 0,718$ atau lebih besar dari original sample dan P-Value yang memiliki nilai $0,000 > 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan atau hipotesis diterima. Persepsi kemudahan secara langsung memengaruhi persepsi kegunaan karena pengguna cenderung

merasa bahwa sesuatu yang mudah digunakan juga lebih bermanfaat. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah digunakan, mereka akan lebih mungkin memahami dan memanfaatkan fitur-fitur bermanfaat yang tersedia dalam aplikasi tersebut.

H4: Attitude Toward Using (Sikap penggunaan) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Minat perilaku pengguna).

Setelah dilakukan analisis data penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa hipotesis keempat diterima sehingga dapat diartikan bahwa attitude toward using (sikap penggunaan) memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use (minat perilaku pengguna). Selain itu didukung dengan hasil dari T-Statistik sebesar $13,024 > 0,795$ atau lebih besar dari original sample dan P-Value yang memiliki nilai $0,000 > 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan atau hipotesis diterima. Sikap positif terhadap aplikasi cenderung meningkatkan niat perilaku untuk terus menggunakan aplikasi. Sebagai contoh, jika pengguna merasa aplikasi menyenangkan, mudah, dan bermanfaat, mereka lebih cenderung untuk memanfaatkannya kembali di masa depan.

H5 : Behavioral Intention to Use (Minat perilaku pengguna) berpengaruh signifikan terhadap Actual Use (Pengguna aktual)

Setelah dilakukan analisis data penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga dapat diartikan bahwa behavioral intention to use (minat perilaku pengguna) memiliki pengaruh signifikan terhadap actual use (penggunaan aktual). Selain itu didukung dengan hasil dari T-Statistik sebesar $13,473 > 0,718$ atau lebih besar dari original sample dan P-Value yang memiliki nilai $0,000 > 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan atau hipotesis diterima. Jika pengguna memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi (misalnya, karena mereka merasa aplikasi bermanfaat dan mudah digunakan), mereka lebih mungkin untuk benar-benar menggunakannya.

Bagian ini memuat data (dalam bentuk ringkas), analisis data dan interpretasi terhadap hasil. Teori-teori yang sudah dimuat pada bagian Landasan Teori digunakan pada bagian ini untuk interpretasi, tentu saja bukan dengan copy and paste, tapi dengan penyesuaian kalimat sebagai interpretasi. Jika dilihat dari proporsi tulisan, bagian ini harusnya mengambil proporsi terbanyak, bisa mencapai 50% atau lebih.

IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapatkan 4 hipotesis diterima dan 1 hipotesis ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variable Perceived Usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap Attitude Toward Using. Dapat disimpulkan bahwa kegunaan yang berkaitan dengan kelengkapan fitur pada aplikasi Mcdonald's berpengaruh terhadap sikap pengguna yakni merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi.
 2. Perceived Ease Of Use berpengaruh negatif signifikan terhadap Attitude. Dapat disimpulkan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin rendah sikap positif terhadap sesuatu. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak selalu meningkatkan sikap positif, dan faktor lain mungkin lebih dominan dalam membentuk sikap.
 3. Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Perceived Usefulness. Dapat disimpulkan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan aplikasi, semakin besar pula persepsi pengguna terhadap manfaat atau kegunaan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi McDonald's dapat meningkatkan pandangan positif pengguna terhadap nilai dan fungsionalitasnya.
 4. Attitude dalam menggunakan aplikasi berpengaruh positif signifikan Behavioral Intention. Dapat disimpulkan bahwa semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasi, semakin besar niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang. Sikap positif memainkan peran penting dalam mendorong minat dan keputusan pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi McDonald's.
 5. Behavioral Intention berpengaruh positif signifikan terhadap Actual Use. Dapat disimpulkan semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi, semakin besar kemungkinan mereka benar-benar menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa niat perilaku adalah faktor kunci dalam mendorong penggunaan aktual aplikasi McDonald's.
- Ardianto, D., & Azizah, N. (2021). Analisis Aplikasi McDonald's Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Universitas Gunadarma. library.gunadarma.ac.id
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ghozali, Imam. 2015. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP. Edisi Revisi
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.
- Kapoor, K., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. F., & Reynolds, N. (2018). Role of mobile food-ordering applications in developing restaurants' customer relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45, 231–242.
- Sari, D. P., & Nugroho, Y. (2025). Analysis of Factors Affecting Consumer Decision-Making in Choosing Online Food Delivery Services in Indonesia. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2025), 1–15.
- Showkat, N., and Parveen, H. 2017. Quadrant-I (e-Text), (July).
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sujith, T., Preetha, P., & Iswarya, R. (2022). Application of Technology Acceptance Model (TAM) on Adoption of Food Delivering Applications (Apps) among University Students in Tamil Nadu. *RVIM Journal of Management Research*, 14(1), 25–35.
- Troise, C., O'Driscoll, A., Tani, M., & Prisco, A. (2020). Online food delivery services and behavioural intention – a test of an integrated TAM and TPB framework. *British Food Journal*, 122(11), 3251–3266.
- Tsai, C. Y., & Chuang, S. C. (2023). Understanding Consumers' Acceptance Intention to Use Mobile Food Ordering Applications. *Sustainability*, 15(1), 832.
- Wang, Y., Tseng, Y., & Wang, Y. (2019). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer adoption. *Information & Management*, 56(5), 1–12.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul, Kadir. 2014. Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Agus Mulyanto., 2009, *Sistem Informasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March).

IDENTITAS PENULIS

Nama : Mh. Khathamy Fhadlullah Haq
Syahlevy
Golongan / Pangkat : -
Jabatan Fungsional : -
Alamat Rumah : Kota Jambi
Email : mhkhathamy@gmail.com

Nama : Pradita Eko Prasetyo Utomo
Golongan / Pangkat : III C
Jabatan Fungsional : Lektor

Alamat Rumah : Muaro Jambi
Email : pradita.eko@unja.ac.id

Nama : Zainil Abidin
Golongan / Pangkat : III B
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Alamat Rumah : Muaro Jambi
Email : zainil.abidin@unja.ac.id