

Received : November 31, 2022

Accepted : December 21, 2022

Published : March, 2023

Conference on Community Engagement Project

<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>

Penerimaan Aplikasi Dating Apps Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Muhammad Sulton Maulana¹, Mangapul Siahaan²

Universitas Internasional Batam

Email of correspondence: 1931087.muhammad@uib.edu

Abstract

Penerimaan aplikasi adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan aplikasi tersebut dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan aplikasi dating apps menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang digunakan untuk menganalisis dan memprediksi kemungkinan seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi tertentu. Model ini terdiri dari dua variabel yang saling terkait kegunaan yang dirasakan dan kemudahan yang dirasakan. Penelitian ini mengukur tingkat perceived usefulness dan perceived ease of use yang dirasakan oleh pengguna aplikasi dating apps dengan menggunakan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sejumlah responden. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model TAM dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis dan memprediksi penerimaan aplikasi dating apps oleh pengguna. Pengembang aplikasi dating apps dapat meningkatkan penerimaan aplikasi dengan meningkatkan perceived usefulness dan perceived ease of use yang dirasakan oleh pengguna. Selain itu, pengembang aplikasi juga dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang ditunjukkan oleh model TAM. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai penerimaan aplikasi dating apps oleh pengguna, serta memberikan informasi yang berguna bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan keberhasilan aplikasi tersebut dalam menarik dan mempertahankan pengguna.

Keywords: Dating Apps, Bumble, TAM, Kuantitatif.

Introduction

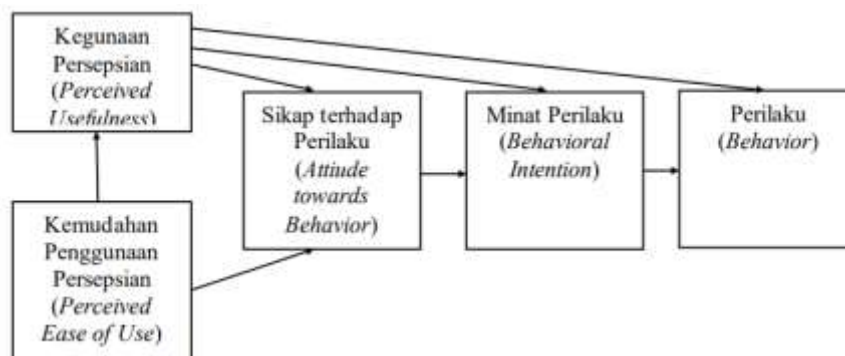
Perkembangan dan zaman teknologi semakin berkembang setiap hari, dengan dukungan internet, akses informasi semakin mudah bagi masyarakat. Demikian pula dengan perkembangan penduduk yang terus bertambah dan tingkat aktivitas masyarakat juga bervariasi, sehingga kebutuhan akan komunikasi semakin berkurang. Seiring berjalannya waktu, teknologi telah digunakan sebagai alat untuk memenuhi keinginan, hasrat, dan kebutuhan lainnya, termasuk mencari jodoh [1], [2].

Kencan atau dating secara umum diartikan sebagai fase terjalannya hubungan romantis antara dua orang yang bertemu, dan tujuannya untuk menilai kesesuaian

calon pasangan dalam hubungan dekat atau pernikahan dalam jangka panjang. Jika nanti sepertinya mereka cocok satu sama lain maka perlu bertemu langsung, jika nanti bertemu di aplikasi kencan dan kemudian bertemu seseorang yang tidak membuat tidak nyaman, akan berakhir dalam hubungan dengan hubungan yang pecah dan berselimut dengan kesedihan yang dalam [3], [4].

Hadirnya terobosan baru, salah satunya perubahan cara kita mengenal dan berinteraksi dengan orang lain yang biasanya bertemu secara langsung, kini kemampuan berkomunikasi dengan banyak teman kencan melalui teknologi *smartphone*. aplikasi yang membantu orang berkomunikasi dengan orang lain dan mengenal satu sama lain secara virtual. Aplikasi kencan adalah alat yang dapat digunakan untuk membuat komunikasi digital dan dapat digunakan oleh siapa saja yang harus memenuhi usia minimal delapan belas tahun. Jika syarat dan kriteria penggunaan akun tidak ditemukan, aplikasi jodoh online akan memblokir atau memblokir pengguna [2], [5], [6].

Penelitian terdahulu terkait kencan secara online sudah diterbitkan sejak tahun 1995 yaitu dengan aplikasi yang bernama Match dengan komunikasi hubungan yang erat dengan teori self-disclosure adalah proses komunikasi yang digunakan seseorang untuk mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada orang lain. Informasi dapat bersifat deskriptif atau evaluatif dan dapat mencakup pemikiran, perasaan, aspirasi, tujuan, kegagalan, kesuksesan, ketakutan, dan impian seseorang, serta kesukaan, ketidaksukaan, dan favorit [1], [2], [7], [8].



Gambar 1. Metode TAM

Layanan kencan online menawarkan kemudahan penggunaan karena merupakan kebebasan bagi semua orang, tanpa memandang usia, jenis kelamin, atau profesi pengguna. Dalam konteks ini, mungkin keuntungan terbesar yang dapat diperoleh dari layanan kencan online adalah orang-orang yang memiliki karakteristik tertentu. Ini termasuk rasa malu, kecemasan sosial atau kurangnya keterampilan sosial [9], [10]. Dalam aplikasi kencan online, pengguna memulai kontak awal (*initial communication*) dalam percakapan pribadi dengan berbagi informasi pribadi (*self-disclosure*) dalam kencan online, perkembangan asmara online sangat dipengaruhi oleh cepatnya “mengetahui Anda” secara online (*pengungkapan diri*), dan ini juga merupakan syarat penting bagi perkembangan hubungan asmara online.

Berlandaskan pembahasan latar belakang di atas, penulis berminat dan berniat untuk mengetahui tingkatan dalam penerimaan serta penggunaan aplikasi kencan

secara online pada kalangan remaja di Kota Batam dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dengan beberapa penjabaran serta permasalahan terkait variabel yang digunakan berupa variabel dependen dan independen yang menggunakan persepsi kemudahan dari sikap perilaku dan niat dalam perilaku penggunaan aplikasi kencan online dengan studi kasus aplikasi Bumble [6], [11].

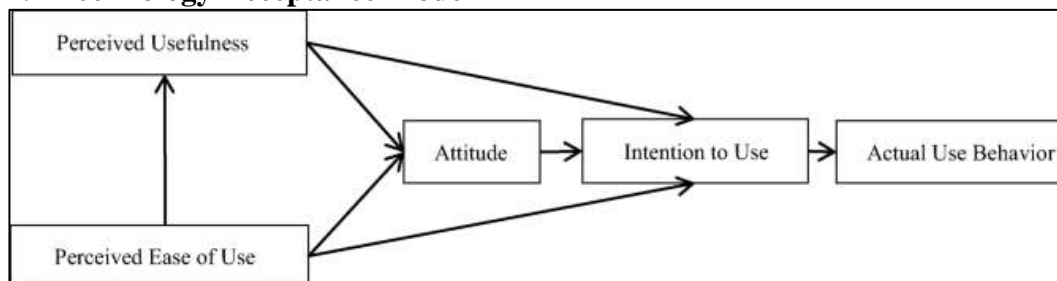
Methods

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data numerik dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif biasanya bersifat generalisasi, yaitu mencoba untuk menarik kesimpulan tentang populasi dari sampel yang diambil. Penelitian kuantitatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis atau teori yang telah diajukan sebelumnya [12].

Jenis dari penelitian ini berupa studi kasus pada program aplikasi kencan Bumble yang digunakan dalam jenis data ialah kuantitatif untuk mendapatkan hasil analisis berupa inferensi angka dengan sumber yang diperoleh murni (tanpa menggunakan perantara) dan data primer yang digunakan adalah pengguna yang sudah dan/atau pernah mencoba aplikasi Bumble. Dalam penelitian yang menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dengan metode penelitian kuantitatif, populasi yang akan diteliti adalah seluruh individu atau kelompok yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam penelitian [3], [10].

Sampel yang diambil harus mewakili seluruh populasi yang akan diteliti. Misalnya, jika penelitian tersebut menggunakan metode survei, maka sampel yang diambil harus representatif dari seluruh pengguna aplikasi dating. Untuk itu, pemilihan sampel harus dilakukan dengan cara yang sistematis, seperti random sampling atau stratified sampling, agar sampel yang diambil benar-benar mewakili seluruh populasi. Setelah sampel diambil, maka langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dari sampel yang telah dipilih. Data yang diperoleh tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menguji hipotesis atau teori yang telah diajukan sebelumnya. Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, seperti regresi linear dan analisis korelasi.

2.1 Technology Acceptance Model



Gambar 2. Metode Technology Acceptance Model

Perceived Usefulness (PU)

Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya ketika seseorang

percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Informasi yang berguna, maka mereka akan menggunakannya. Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan memiliki efek positif dan signifikan pada penggunaan sistem informasi. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan adalah konstruk yang paling penting dan signifikan yang mempengaruhi sikap, niat perilaku, dan perilaku terhadap penggunaan teknologi dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Perceived Ease of Use (PEU)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah ("itu adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah.") Percaya bahwa informasi itu mudah, sistem ini mudah digunakan sehingga dia menggunakannya. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan yang dirasakan mempengaruhi kegunaan yang dirasakan, sikap, niat (niat perilaku), dan penggunaan aktual (perilaku).

Attitude Toward Using (ATU)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan oleh Davis et al. (1989: 319-339) sebagai perasaan positif atau negatif seseorang ketika dia harus melakukan perilaku tertentu ("perasaan positif atau negatif individu tentang melakukan perilaku target"). Pada saat yang sama, Mathieson (1991: 173-). 191) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai penilaian pengguna terhadap minat mereka, terhadap penggunaan sistem ("penilaian pengguna tentang keinginan menggunakan sistem"). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa sikap ini memiliki efek positif pada niat perilaku.

Actual System Use (ASU)

Perilaku (conduct) adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Perilaku yang terkait dengan penggunaan sistem teknologi informasi adalah penggunaan teknologi yang sebenarnya. Karena peneliti yang menggunakan kuesioner tidak dapat mendeteksi penggunaan yang sebenarnya, penggunaan yang sebenarnya sering kali digantikan oleh penggunaan yang diamati. Davis pada tahun 1989 menggunakan pengukuran penggunaan aktual, Igarria pada tahun 1995 menggunakan ukuran penggunaan yang dirasakan, yang diukur dengan waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaannya.

2.2 Dating Apps

Aplikasi kencan di Indonesia menjadi semakin populer saat ini. Pada awalnya aplikasi ini diperkenalkan ke pasar dan masyarakat, masih dianggap abu-abu, tetapi sekarang masih diminati. Aplikasi kencan ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memilih pasangan potensial dengan fitur yang tersedia saat ini. Dengan adanya fitur aplikasi ini, memudahkan anak muda yang mencari pasangan yang memiliki kemiripan dengan kepribadiannya. Tidak butuh waktu lama bagi pengguna aplikasi kencan untuk terhubung dengan pengguna lain. Secara umum, membangun percakapan dan keintiman antara pengguna dan pengguna lainnya dapat dengan mudah memulai percakapan tentang topik yang sama, topik ini diyakini dapat dengan mudah merusak suasana. Ketika dua pengguna dalam percakapan merasa bahwa mereka memiliki kecocokan yang

diinginkan. Pasangan yang memperkenalkan diri melalui aplikasi kencan bahkan bisa bertemu dalam hubungan formal.

2.3 Bumble

Pertama kali diluncurkan di AS pada akhir 2014, Bumble adalah aplikasi kencan dengan konsep yang cukup unik. Carakerja Bumble tidak jauh berbeda dengan aplikasi kencan lainnya yang menggunakan sistem geser kiri dan kanan. Menariknya, hanya wanita yang bisa menjadi yang pertama memulai obrolan setelah pertandingan. Jika tidak mengirimkan pesan dalam waktu 2 jam, token pencarian akan dihapus dan oleh karena itu kami tidak dapat terhubung kembali. Selain memberi wanita keleluasaan untuk memilih dan memulai, inovasi Bumble juga menawarkan perasaan lebih aman saat menggunakan aplikasi. Fitur verifikasi foto memungkinkan kami memastikan bahwa orang yang bertanggung jawab tidak mencuri informasi pribadi orang lain, termasuk foto profilnya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Studi literatur terkait dengan Technology Acceptance Model (TAM) dan aplikasi kencan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan yang dirasakan secara signifikan memengaruhi penerimaan aplikasi kencan. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap terhadap permintaan pacaran berpengaruh signifikan terhadap penerimaan permintaan tersebut. Studi-studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi kencan dapat bervariasi tergantung pada jenis kelamin, usia, dan latar belakang sosial ekonomi responden. Misalnya, beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pria lebih cenderung menggunakan aplikasi kencan daripada wanita, sementara wanita lebih peduli daripada pria tentang keamanan dan keandalan aplikasi kencan. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa usia dan latar belakang sosial ekonomi juga mempengaruhi penerimaan *dating apps*.

1. "The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Attitude on the Adoption of Online Banking Services: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Ching-Chien Chen dan Hsiao-Hsien Hsieh (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan sikap terhadap penerimaan layanan perbankan online.
2. "Examining the Role of Social Influence in the Adoption of Mobile Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Yun-Hsiang S. Fu, Ying-Chien Kao, dan Kuan-Cheng Ko (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh pengaruh sosial dalam penerimaan layanan perbankan mobile dengan menggunakan model TAM.
3. "The Impact of Trust and Perceived Ease of Use on the Adoption of Mobile Payment Services: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Ching-Chien Chen, Hsiao-Hsien Hsieh, dan Ching-Ling Chien (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kepercayaan dan perceived ease of use terhadap penerimaan layanan pembayaran mobile dengan menggunakan model TAM.
4. "The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use in the Adoption of Cloud Computing Services: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Yann-Haur Chen, Chien-Ting Tsai, dan Pei-Shan Tsai (2018).

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap penerimaan layanan cloud computing dengan menggunakan model TAM.

5. "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust on the Adoption of Online Learning: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Ching-Ling Chien, Hsiao-Hsien Hsieh, dan Ching-Chien Chen (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan terhadap penerimaan pembelajaran online dengan menggunakan model TAM.
6. "Examining the Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust in the Adoption of Mobile Health Services: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Yun-Hsiang S. Fu, Ying-Chien Kao, dan Kuan-Cheng Ko (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan terhadap penerimaan layanan kesehatan mobile dengan menggunakan model TAM.
7. "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust on the Adoption of Online Shopping: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Ching-Ling Chien, Hsiao-Hsien Hsieh, dan Ching-Chien Chen (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan terhadap penerimaan layanan belanja online dengan menggunakan model TAM.
8. "Examining the Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust in the Adoption of Online Advertising: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Yun-Hsiang S. Fu, Ying-Chien Kao, dan Kuan-Cheng Ko (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan terhadap penerimaan iklan online dengan menggunakan model TAM.
9. "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust on the Adoption of Online Gaming: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Ching-Ling Chien, Hsiao-Hsien Hsieh, dan Ching-Chien Chen (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan terhadap penerimaan layanan game online dengan menggunakan model TAM.
10. "The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Attitude on the Adoption of Online Music Services: An Extension of the Technology Acceptance Model" oleh Yann-Haur Chen, Chien-Ting Tsai, dan Pei-Shan Tsai (2018). Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan sikap terhadap penerimaan layanan musik online dengan menggunakan model TAM.

Result and Discussion

3.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengguna dari aplikasi *dating apps* bumble yang disebar kepada 150 pengguna dengan rentang usia dari remaja yaitu 17 hingga 25 tahun dengan presentasi pengembalian kuesioner sebesar 100 persen yaitu 150 responden dengan indeks 0.1886.

Tabel 1. Presentase distribusi kuesioner

No.	Keterangan	Presentase	Jumlah kuesioner
1.	Distribusi kuesioner	100%	150
2.	Kuesioner kembali	100%	150

N sampel= 150
Tingkat responden = $150 \times 100\% = 100\%$

Sumber: Data diolah penulis

3.2 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa valid konstruk yang digunakan dalam model TAM dalam menjelaskan penerimaan aplikasi dating. Uji validitas dilakukan dengan mengukur seberapa baik konstruk tersebut mewakili konstruk yang sebenarnya, seperti perceived usefulness (kegunaan yang dirasakan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang dirasakan).

Tabel 2. Pengujian pada tiap variabel

		Kegunaan_ Total	Kemudahan_ Total	Sikap_T otal	Minat_T otal
Kegunaan_T otal	Pearson Correla tion	1	.468**	.455**	.312**
	Sig. (2- Tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150
Kemudahan_ Total	Pearson Correla tion	.468**	1	.263**	.157
	Sig. (2- Tailed)	.000		.001	.056
	N	150	150	150	150
Sikap_Total	Pearson Correla tion	.455**	.263**	1	.528**
	Sig. (2- Tailed)	.000	.001		.000
	N	150	150	150	150
Minat_Total	Pearson Correla tion	.312**	.157	.528**	1
	Sig. (2- Tailed)	.000	.056	.000	
	N	150	150	150	150

Pada penjelasan terkait pengujian validitas jika menurut penelitian terdahulu x jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasannya

pengujian pada variabel P-Value dengan nilai dibawah 0,05 disimpulkan sebagai valid, sebaliknya jika nilai signifikansi diatas 0,05 tidak valid. Dalam penelitian ini pada variabel kegunaan didapatkan nilai sebesar 0.312 diartikan sebagai valid, sedangkan pada kemudahan didapatkan nilai 0.157 sebagai valid, sedangkan pada sikap mendapatkan nilai 0.528 sebagai valid dan terakhir pada pengujian minat didapatkan nilai 0.157 sehingga semua variabel yang diuji disimpulkan sebagai valid dikarenakan skor yang didapatkan dibawah dari 0,05.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa stabil atau konsisten alat ukur yang digunakan dalam model TAM dalam mengukur penerimaan aplikasi dating. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur seberapa baik alat ukur tersebut menghasilkan nilai yang sama dari waktu ke waktu. Dalam pengujian validitas didapatkan berupa pertanyaan dalam masing-masing jawaban dari responden dengan menghitung nilai signifikasi r tabel dengan r hitung yang didapatkan nilai minimal pada penjumlahan 150 responden sebesar 0.159 dan didapatkan hasil r hitung dengan *two tailed* dari masing-masing pertanyaan sebesar 0,766.

Tabel 3. Pengujian reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
.877	21

3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah distribusi yang memiliki bentuk seperti bel di tengah, yang artinya bahwa sebagian besar data terkonsentrasi di tengah-tengah. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik seperti uji skewness dan uji kurtosis.

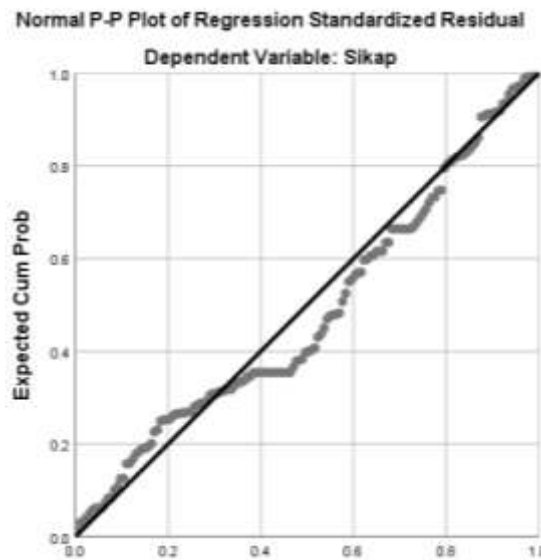
Tabel 4. Pengujian Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28830670
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.067
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000c

3.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kolinearitas antara variabel-variabel yang ada dalam model TAM dalam menjelaskan penerimaan aplikasi dating. Kolinearitas adalah keadaan di mana satu variabel

dapat diprediksi dengan variabel lain dengan tingkat kepastian yang tinggi. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan uji statistik seperti uji Variance Inflation Factor (VIF).



Gambar 2. Pengujian kolimogrov

Tabel 5. Pengujian pada multikolinieritas

Model		Coefficientsa						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance		
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3.601	1.159		3.107	.002			
	Kegunaan	.188	.049	.295	3.827	.000	.722	1.384	
	Kemudahan	.033	.042	.058	.779	.437	.781	1.281	
	Minat	.328	.053	.427	6.198	.000	.902	1.108	

Jika menilik pada tabel diatas didapatkan hasil pada pengujian multikolinieritas dengan angka yang lebih besar dari 0.1 ialah variabel kemudahan yang tidak terjadi multikolinieritas, hal tersebut didasari pada hasil yang didapatkan sejumlah 0,437 dan selain pada variabel kemudahan didapatkan

angka signifikansi kegunaan 0.722 dan minat pada 0.902 sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

3.6 Uji F

Uji-F bertujuan untuk menguji hipotesis nol bahwa rata-rata keseluruhan dari beberapa sampel sama dengan rata-rata keseluruhan dari sampel lain. Uji F dilakukan dengan menghitung nilai F-ratio, yang diperoleh dari perbandingan antara varians dari sampel dengan varians dari populasi yang diuji. Pada pengujian F didapatkan hasil statistik $5,399 > 1.96$ dengan nilai sebesar $0.00 < 0.05$ sehingga pada variabel 0.1886.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.915	.958		8.259	.000
	Kegunaan	.290	.047	.455	6.216	.000
	(Constant)	10.609	.980		10.821	.000
	Kemudahan	.148	.045	.263	3.311	.001
	(Constant)	6.869	.565		12.148	.000
	Minat	1.984	.159	.716	12.476	.000

3.7 Uji T

Uji-T bertujuan untuk menguji hipotesis nol bahwa rata-rata dari sampel sama dengan rata-rata dari populasi. Uji t dilakukan dengan menghitung nilai t-statistic, yang diperoleh dari perbandingan antara rata-rata dari sampel dengan rata-rata dari populasi.

Dengan melakukan pengujian tersebut, diharapkan dapat diketahui kevalidan dan keandalan model TAM dalam menjelaskan penerimaan aplikasi dating oleh masyarakat. Hasil dari pengujian tersebut juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi pengembang aplikasi dating dalam meningkatkan penerimaan aplikasi tersebut oleh masyarakat maupun pengguna dating apps.

Dalam penelitian ini menganalisa pengujian T dan F didapatkan hasil pengelolaan bahwa kemudahan dalam penggunaan aplikasi bumble memberikan kemudahan yang signifikan dan memunculkan sikap positif terhadap penggunaan aplikasi dating apps Bumble yang diberikan kepada penggunaan aplikasi Bumble dalam merasakan manfaat atas kegunaannya.

Pada penerimaan pengguna terhadap aplikasi Bumble memberikan kemudahan dalam mencari pasangan yang membantu mendapatkan pasangan

kencan secara mudah dengan kemudahan penggunaannya dalam pengoperasiannya dengan demikian hal tersebut mengungkapkan bahwa aplikasi Bumble memberikan pelayanan yang berguna yang bergantung pada lamanya penggunaan dalam aplikasi.

Terakhir pada persepsi penggunaan dan sikap terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi bumble memberikan peningkatan dalam mencari pasangan, penggunaan teknologi informasi dan sistem informasi dikarenakan sikap positif yang dilihat dari nilai signifikansi sebesar 6.216 dan 3.331 yang lebih besar dari 2.436 sehingga ditarik kesimpulan bahwa pengguna aplikasi Bumble memberikan keputusan yang besar dalam pencarian pasangan jika dikaitkan dengan sikap dan minat atau keinginan dari pengguna.

Conclusions

Berlandaskan hasil penelitian ini didapatkan kesimpulan berupa aplikasi Bumble mampu diterima dengan baik oleh penggunanya dikarenakan terdapat kemudahan dalam kegunaan, kegunaan dalam penggunaan, sikap yang menggunakan internet sebagai penunjang alur komunikasi dan minat perilaku pada pengguna aplikasi Bumble.

Selanjutnya pada penerimaan dalam penelitian ini seluruh hipotesis dikatakan valid dengan penggunaan aplikasi Bumble yang membuat bahwa aplikasi Bumble dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunanya dan mampu untuk memberikan minat terhadap penggunanya secara positif tergantung dari lamanya penggunaan aplikasi Bumble.

References

- [1] D. Chakraborty, "Components Affecting Intention To Use Online Dating Apps In India: A Study Conducted On Smartphone Users," *Asia-Pacific J. Manag. Res. Innov.*, Vol. 15, No. 3, Pp. 87–96, 2019.
- [2] K. Balan, F. A. Rahim, Z. A. Zulfakar, G. P. Jin, And M. K. Chelliah, "Swipe At First Sight: The Continuous Intention To Use Dating Apps In Malaysia," *Conf. Manag. Business, Innov. Educ. Soc. Sci.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 24–34, 2021.
- [3] Tamil Selvi P. *Et Al.*, "Social Network User Profiling With Multilayer Semantic Modeling Using Ego Network," *Int. J. Inf. Technol. Web Eng.*, Vol. 17, No. 1, Pp. 1–14, 2022.
- [4] J. Y. H. Wong *Et Al.*, "An Interactive Web-Based Sexual Health Literacy Program For Safe Sex Practice For Female Chinese University Students: Multicenter Randomized Controlled Trial," *J. Med. Internet Res.*, Vol. 23, No. 3, 2021.
- [5] B. Duong, J. Lee, E. Ayaburi, And S. Jin, "Antecedents Of Members' Trust Propensity And Its Impact On Self-Disclosure Intention In Mobile-Based Online Dating Apps," *J. South. Assoc. Inf. Syst.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 1–23, 2021.
- [6] N. O. F. Members, T. Propensity, T. S. Impact, O. N. Self, B. Online, And D. Apps, "A Ntecedents Of Members ' Trust Propensity And I Ts Impact On Self - Disclosure I Ntention In Mobile - Based Online Dating Apps," Pp. 1–21, 2019.

- [7] T. J. Starks *Et Al.*, “Evaluating The Impact Of Covid-19: A Cohort Comparison Study Of Drug Use And Risky Sexual Behavior Among Sexual Minority Men In The U.S.A.,” *Drug Alcohol Depend.*, Vol. 216, No. August, P. 108260, 2020.
- [8] M. P. Huwae And C. S. Ng, “Itia 2022 International Conference On Information Technology And Industrial Applications An Investigation Of The Relevancy Of Current Information System Acceptance Theory In The Context Of Online Dating App Use Among Gen Z Itia 2022 International Conferen,” 2022.
- [9] S. Wu, M. Ren, A. H. Pitafi, And T. Islam, “Self-Image Congruence, Functional Congruence, And Mobile App Intention To Use,” *Mob. Inf. Syst.*, Vol. 2020, 2020.
- [10] Z. Yu And X. Song, “User Intention Of Anonymous Social Application ‘Soul’ In China: Analysis Based On An Extended Technology Acceptance Model,” *J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res.*, Vol. 16, No. 7, Pp. 2898–2921, 2021.
- [11] F. Fereidooni, J. Daniels, And M. Lommen, “Predictors Of Revictimization In Online Dating,” *J. Interpers. Violence*, Vol. 37, No. 23–24, Pp. Np23057–Np23074, 2022.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2018.