

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA *PHOTOBOX* DI MARSKOPI BANDA ACEH

Edinda Puteri Qurata Ayyuna¹, A. Razak², Asmaul Husna³, Sakdiyah⁴, Achmad
Mustofa^{5*}, Amrusi⁶

Universitas Syiah Kuala, edindaayyuna@gmail.com¹

Universitas Syiah Kuala, a.razak@usk.ac.id²

Universitas Syiah Kuala, asmaulhusna319@usk.ac.id³

Universitas Syiah Kuala, achmadmustofa@usk.ac.id⁵

Universitas Syiah Kuala, amrusi@usk.ac.id⁶

ABSTRAK

Perkembangan teknologi layanan digital saat ini berkembang pesat. *Photobox* merupakan salah satu teknologi layanan mandiri yang banyak diminati, khususnya generasi muda. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi sikap pengguna dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji normalitas dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana sehingga diperoleh persamaan $Y = 17,766 + 0,527X$. Adapun koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,527 menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai variabel kemudahan penggunaan maka akan meningkatkan sikap penggunaan pelanggan terhadap layanan *photobox*. Selanjutnya hasil yang diperoleh pada uji t pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan bahwa nilai *thitung* sebesar 6,706 lebih besar dari *ttabel* sebesar 2,001 ($6,706 > 2,001$) sehingga variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan dengan hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Koefisien determinasi (r^2) sebesar 43,7% menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap penggunaan layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh, sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH

tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), kepercayaan (*trust*), dan kualitas sistem. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh.

Kata Kunci: Kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, *photobox*.

ABSTRACT

The development of digital service technology is currently growing rapidly. Photobox is one of the self-service technologies that are highly popular, especially among young people. Perceived ease of use is one of the important factors that can influence users' attitudes in accepting and using a technology. This study aims to determine the effect of perceived ease of use on usage attitude toward photobox services at Marskopi Banda Aceh. This study employed a quantitative approach. The population in this study consisted of customers who had used photobox services at Marskopi Banda Aceh, with the sampling technique using accidental sampling involving 60 respondents. Data collection techniques used were questionnaires and documentation. The data analysis techniques used included descriptive statistical analysis, normality test, and simple linear regression analysis. The results of the study indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on the usage attitude toward photobox services at Marskopi Banda Aceh. The simple linear regression analysis produced the equation $Y = 17.766 + 0.527X$. The regression coefficient of the perceived ease of use variable was 0.527, indicating that every increase in the perceived ease of use variable would improve customers' usage attitudes toward photobox services. Furthermore, the results of the t-test at a significance level of 0.05 showed that the t-count value of 6.706 was greater than the t-table value of 2.001 ($6.706 > 2.001$), meaning that the perceived ease of use variable had a positive effect on usage attitude, with H_a accepted and H_o rejected. The coefficient of determination (r^2) of 43.7% indicates that perceived ease of use influences the usage attitude toward photobox services at Marskopi Banda Aceh, while the remaining 56.3% is influenced by other variables not examined in this study, such as perceived usefulness, trust, and system quality. Based on these findings, it can be concluded that perceived ease of use plays an important role in shaping users' attitudes toward photobox services at Marskopi Banda Aceh.

Keywords: *perceived ease of use, attitude toward using, photobox.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah mendorong perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan layanan digital. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang memengaruhi sikap individu terhadap suatu sistem. Jika pengguna merasa sistem mudah dipahami, tidak rumit dan tidak membutuhkan usaha yang besar maka akan muncul penilaian positif terhadap teknologi tersebut.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOK DI MARSKOPI BANDA ACEH

Teknologi kini tidak hanya sekadar alat pendukung operasional, tetapi menjadi media penting yang memengaruhi perilaku dan evaluasi pengguna terhadap layanan modern, termasuk layanan mandiri berbasis teknologi (Self Service Technology) yang memungkinkan konsumen melakukan layanan tanpa keterlibatan staf. Layanan ini mengintegrasikan antarmuka digital yang mudah dipahami dengan sistem mandiri untuk melakukan transaksi sehingga kemudahan penggunaan menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi dan sikap pengguna terhadap layanan tersebut. Hal ini menegaskan bahwa kemudahan bukan hanya aspek teknis, tetapi juga aspek psikologis yang membentuk sikap pengguna terhadap layanan digital (Sari & Rahmawati, 2021)

Layanan digital khususnya telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis hingga pelayanan konsumen. Transformasi ini mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi berbasis layanan mandiri guna meningkatkan efisiensi, kecepatan serta kenyamanan bagi pengguna. Kemudahan akses dan penggunaan teknologi telah menjadi kebutuhan utama dalam memberikan pengalaman yang cepat, praktis dan memuaskan bagi pelanggan. Pada *photobox* di Marskopi menggunakan layanan Self Service Technology (SST) yang dimana para pelanggan melakukan transaksi atau menggunakan layanan tanpa melalui perantara staf layanan. Menurut Nugraha et al, (2021) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu bebas dari kesusahan seperti mudah dipahami atau digunakan.

Pemanfaatan kemudahan penggunaan dalam layanan pada *photobox* yang berada dalam lingkungan Marskopi merupakan salah satu bentuk adaptasi bisnis terhadap perkembangan teknologi yang diharapkan mampu memberikan sikap yang positif bagi pelanggan melalui kemudahan penggunaan dan kecepatan layanan sehingga dalam proses foto dan pembayaran dapat dilakukan dengan mudah karena juga terdapat petunjuk dan arahan yang sudah tersedia di dalam *photobox* tersebut serta terdapat waktu dalam sesi foto. *Photobox* biasanya dilengkapi dengan kamera, layar monitor, tombol interaksi, dan fitur pembayaran mandiri yang memungkinkan pengguna untuk melakukan sesi foto serta pembayaran secara otomatis dan cepat. Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan akan mendorong pengguna untuk lebih cepat menerima dan merasa puas dengan teknologi yang digunakan. Adapun kemudahan penggunaan dalam layanan yang digunakan pada *photobox* di Marskopi ini menggunakan sistem dimana pelanggan melakukan pembayaran secara QRIS pada monitor yang tersedia dan setelah melakukan pembayaran akses foto langsung bisa digunakan.

Sikap penggunaan sendiri merupakan bentuk reaksi evaluatif pengguna terhadap suatu teknologi, baik berupa perasaan senang, puas, maupun tertarik untuk

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOK DI MARSKOPI BANDA ACEH

menggunakan kembali. Menurut Putra dan Wulandari (2022) pengguna yang memiliki sikap positif terhadap teknologi cenderung memiliki intensi lebih kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Sikap penggunaan mencerminkan evaluasi subjektif, baik afektif maupun kognitif yang dirasakan oleh individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Sikap ini merupakan hasil penilaian pengguna terhadap kemudahan dan manfaat yang dirasakan sehingga dapat menentukan keputusan perilaku dalam menggunakan teknologi tersebut

Dalam layanan *photobox*, sikap ini dapat terlihat dari keinginan pelanggan untuk mencoba kembali, merekomendasikan kepada orang lain serta merasa nyaman selama proses penggunaan. Oleh karena itu, sikap penggunaan tidak hanya mencerminkan penerimaan teknologi tetapi juga keberlanjutan penggunaan layanan dalam jangka panjang. Menurut Pratama dan Siregar (2023) semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna memiliki sikap positif terhadap layanan tersebut. Hal ini disebabkan karena kemudahan mengurangi rasa cemas, kesalahan penggunaan serta waktu belajar sistem. Pada layanan *photobox* di Marskopi kemudahan seperti, tampilan menu yang sederhana, metode pembayaran yang cepat, serta alur sesi foto yang jelas akan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Kenyamanan inilah yang kemudian membentuk evaluasi emosional positif yang berujung pada sikap penggunaan yang baik.

Berdasarkan observasi awal penulis menemukan bahwasanya pada *photobox* di Marskopi menunjukkan sikap yang beragam terhadap penggunaan dalam menggunakan *photobox*. Meskipun fasilitas yang tersedia tampak sederhana dan mudah digunakan, beberapa individu belum merasa nyaman atau mampu menggunakan teknologi ini secara optimal. Ketidaknyamanan ini muncul karena sistem atau proses dalam pengoperasian pada *photobox* terkadang dipersepsikan rumit dan membutuhkan pemahaman teknis tertentu karena juga tidak melibatkan staf dalam pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian Setiawan (2020) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*, serta sikap tersebut berpengaruh terhadap *intention to use*. Selanjutnya, *attitude toward using* juga berpengaruh signifikan terhadap *intention to use mobile payment* dan menegaskan bahwa sikap penggunaan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat penggunaan teknologi, sehingga perubahan sikap menjadi mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana kemudahan penggunaan meningkatkan penerimaan teknologi oleh pengguna.

Penelitian selanjutnya oleh Sari et al, (2022) menunjukkan bahwa *attitude* terhadap penggunaan secara positif memengaruhi niat pelanggan layanan pembayaran digital, dan bahwa *attitude* ini sepenuhnya memediasi hubungan antara

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOKS DI MARSKOPI BANDA ACEH

kemudahan penggunaan dan niat penggunaan yang berarti kemudahan penggunaan terlebih dahulu membentuk sikap positif sebelum akhirnya meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Selain itu, penelitian Bustaman et al, (2023) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward use*. Pengguna yang merasa teknologi mudah digunakan dan bermanfaat akan membentuk sikap yang lebih positif terhadap teknologi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa *trust* ikut memperkuat pembentukan sikap pengguna, sehingga sikap yang positif akan mendorong niat pelanggan untuk terus menggunakan teknologi yang tersedia.

Dari beberapa penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor utama dalam membentuk sikap penggunaan terhadap teknologi. Teknologi yang dirasakan mudah dipahami, tidak rumit dan nyaman digunakan maka akan mendorong terbentuknya evaluasi positif dari pengguna sebelum mereka memutuskan untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Sikap penggunaan berperan sebagai mekanisme penghubung yang menjelaskan bagaimana kemudahan penggunaan mampu meningkatkan penerimaan dan keberlanjutan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan tidak hanya berfungsi sebagai aspek teknis, tetapi juga sebagai faktor psikologis strategis dalam membangun sikap positif terhadap penggunaan teknologi termasuk pada layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh.

Model TAM merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Menurut Davis (1989), kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha atau tidak memerlukan tenaga yang berat. Konsep ini berakar pada teori efikasi diri (*self-efficacy*) yang diperkenalkan oleh Bandura (1982), dimana keyakinan situasional seseorang terhadap kemampuannya melaksanakan tindakan tertentu sangat mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi. Dengan demikian, kemudahan penggunaan merupakan aspek kognitif yang memediasi hubungan antara karakteristik sistem dan penerimaan teknologi, sehingga memegang peranan krusial dalam desain sistem dan strategi implementasi teknologi.

Berdasarkan hal tersebut, kemudahan penggunaan sangat penting untuk diperhatikan saat merancang sistem dan strategi agar teknologi tersebut mudah diterima baik dan dipakai oleh pengguna karena kemudahan penggunaan adalah rasa yakin seseorang dalam penggunaan teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Jika suatu teknologi mudah digunakan maka para pengguna akan lebih cepat beradaptasi dan merasa nyaman saat menggunakannya. Robaniyah et al., (2021) menyatakan bahwa kemudahan adalah sejauh mana seseorang dapat dengan

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH

mudah menyelesaikan suatu pekerjaannya karena memanfaatkan suatu sistem atau teknologi. Ketika seseorang merasa mudah menggunakan suatu alat atau layanan berarti sistem tersebut dirancang agar pengguna tidak perlu mengalami banyak masalah atau kebingungan dalam mengoperasikannya. Kemudahan juga berarti pengguna tidak perlu menghabiskan banyak waktu atau tenaga untuk belajar atau mencoba-coba agar bisa menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Putri dan Ompusunggu (2023) kemudahan penggunaan dimaknai sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari usaha. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kemudahan suatu teknologi, maka semakin besar pula kemungkinan individu untuk menerima, menggunakan, serta memanfaatkan teknologi tersebut secara konsisten. Hal ini sejalan dengan konsep TAM, yang menempatkan kemudahan penggunaan sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Adapun definisi lain yaitu, kemudahan penggunaan ialah persepsi seseorang tentang betapa mudahnya memanfaatkan teknologi informasi dan betapa sedikit usaha/upaya yang dibutuhkan pengguna untuk menggunakannya (Ningrum, 2021).

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi atau sistem bisa dipakai dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha atau waktu untuk belajar. Jika suatu alat atau aplikasi dirancang dengan jelas, sederhana, dan mudah dipahami, maka pengguna tidak akan merasa bingung atau kesulitan saat menggunakannya. Selain itu, kemudahan penggunaan juga erat kaitannya dengan faktor psikologis pengguna, seperti rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan teknologi serta pengalaman sebelumnya dalam menggunakan sistem serupa. Apabila suatu aplikasi atau sistem dirancang dengan sederhana, navigasi yang jelas, serta instruksi yang mudah dipahami, maka hambatan penggunaan akan semakin rendah. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan pengalaman positif bagi pengguna sehingga mendorong terbentuknya loyalitas terhadap teknologi tersebut. Kemudahan Penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut (Aprilia, 2022):

- Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang digunakan terus menerus memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menggunakannya.
- Faktor kedua yaitu reputasi teknologi yang diperoleh pengguna. Reputasi pengguna yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kemudahan penggunaan teknologi.
- Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan yaitu ketersediaan mekanisme pendukung yang handal.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOKS DI MARSKOPI BANDA ACEH

Mekanisme dukungan yang andal akan membuat pengguna merasa nyaman dan percaya bahwa ada mekanisme dukungan yang andal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, sehingga mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Indikator dalam penelitian ini untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan, menurut Mawardani & Dwijayanti (2021, dalam Novita, 2024) adalah sebagai berikut:

- Mudah dipelajari. Sejauh mana pengguna merasa dapat dengan cepat dan mudah memahami cara menggunakan aplikasi tersebut.
- Mudah dikontrol. Sejauh mana pengguna merasa bahwa mereka memiliki kendali atas aplikasi dan dapat dengan mudah mengarahkan atau mengatur aplikasi sesuai dengan keinginan mereka.
- Mudah dimengerti. Sejauh mana pengguna aplikasi mengacu pada sejauh mana pengguna dapat dengan mudah memahami cara kerja, fitur-fitur dan alur menggunakan dari suatu aplikasi.
- Mudah untuk menjadi terampil/mahir. Sejauh mana pengguna merasa bahwa mereka dapat dengan cepat dan mudah menguasai penggunaan aplikasi tersebut hingga tingkat yang mahir.
- Mudah digunakan. Sejauh mana pengguna merasa bahwa mengoperasikan dan berinteraksi dengan aplikasi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar.

Pada konsep TAM, sikap penggunaan adalah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Uska & Wirasasmita, 2018, dalam Ivan, 2022). Pada model TAM tingkat penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh lima konstruk yaitu, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual sistem usage* (Venkatesh et al., 2012). Sikap penggunaan adalah evaluasi subjektif pengguna terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan suatu teknologi, mencakup rasa nyaman, senang dan ketertarikan untuk menggunakan kembali teknologi tersebut (Syafika et al., 2024). Sikap ini terbentuk oleh reaksi kognitif dan afektif yang muncul setelah pengguna mencoba teknologi dan muncul sebuah rasa sejauh mana mereka merasa nyaman, senang atau tertarik untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Menurut Rewanto dan Ishak (2022) sikap penggunaan adalah evaluasi sikap seseorang yang mencerminkan perasaan positif atau negatif terhadap penggunaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sistem tersebut. Sikap ini berhubungan dengan suka atau ketidaksukaan terhadap teknologi yang dipakai yang kemudian dapat memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tersebut.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dijelaskan bahwa sikap penggunaan merupakan evaluasi subjektif pengguna terhadap teknologi yang terbentuk dari sebuah pengalaman interaksi dengan sistem baik secara kognitif maupun afektif, sehingga memunculkan perasaan positif atau negatif seperti rasa nyaman, senang, suka atau tidak suka terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, sikap pengguna menjadi faktor penting yang menghubungkan pengalaman penggunaan dengan keputusan berkelanjutan dalam menerima suatu teknologi. Menurut Purwanto et al., (2020) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap, yaitu:

- Kemudahan penggunaan, menunjukkan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mempelajari dan menggunakan suatu teknologi. Ketika teknologi dirasakan mudah, jelas dan tidak rumit, pengguna cenderung memberikan penilaian yang lebih baik sehingga membentuk sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut.
- Persepsi Kegunaan, berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa teknologi mampu memberikan manfaat dan meningkatkan efektivitas aktivitas pengguna.
- Pengaruh Sosial, menggambarkan sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti teman, keluarga atau kelompok dalam menerima suatu teknologi. Pandangan dan pengalaman orang lain dapat memengaruhi cara pengguna menilai teknologi.
- Kondisi Pendukung, berkaitan dengan ketersediaan fasilitas, sumber daya serta dukungan teknis yang membantu penggunaan teknologi. Pengguna akan lebih yakin dan nyaman menggunakan sistem apabila terdapat petunjuk, bantuan dan infrastruktur yang memadai.

Menurut Adiputra (2015, dalam Linnatunnisa, 2022) menyebutkan bahwa indikator sikap pengguna meliputi:

- Menggunakan layanan *photobox* di Marskopi menyenangkan untuk digunakan, berkaitan dengan tampilan layar, pilihan frame, kualitas hasil foto serta alur penggunaan yang membuat pelanggan merasa senang saat menggunakan *photobox*.
- Menggunakan layanan *photobox* di Marskopi merupakan ide yang bijaksana, berkaitan dengan pandangan bahwa memilih *photobox* sebagai media dokumentasi atau hiburan adalah keputusan yang tepat dan rasional.
- Menggunakan layanan di Marskopi merupakan ide yang bagus, berkaitan dengan penilaian bahwa *photobox* Marskopi memberikan pengalaman yang menarik dan layak dipilih dibandingkan alternatif lain.
- Layanan *photobox* di Marskopi dinilai perlu untuk menunjang kebutuhan pelanggan, berkaitan dengan kebutuhan pelanggan dalam mengabadikan

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOK DI MARSKOPI BANDA ACEH

momen, hiburan atau konten visual secara praktis.

Bagi pengelola Marskopi, informasi mengenai persepsi kemudahan penggunaan menjadi dasar dalam melakukan evaluasi terhadap desain antarmuka, alur penggunaan, maupun sistem pembayaran sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong penggunaan kembali layanan *photobox*. Marskopi dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu *coffee shop* di Banda Aceh yang menyediakan layanan photobox berbasis Self Service Technology sehingga pelanggan melakukan seluruh proses transaksi dan pengambilan foto secara mandiri tanpa bantuan operator. Karakteristik tersebut menjadikan Marskopi sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan fenomena, teori, hasil penelitian terdahulu, serta hasil observasi awal tersebut, dapat diduga bahwa kemudahan penggunaan memiliki peranan penting dalam membentuk sikap penggunaan layanan photobox di Marskopi Banda Aceh. Namun demikian, pengaruh tersebut masih perlu dibuktikan secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada layanan photobox di Marskopi Banda Aceh.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan layanan photobox di Marskopi Banda Aceh. Sampel penelitian berjumlah 60 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner disebarkan secara daring (*online*) melalui *Google Form* untuk mempermudah proses pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan (X) terhadap sikap penggunaan (Y) pada layanan photobox di Marskopi Banda Aceh. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kemudahan penggunaan dalam menjelaskan variasi variabel sikap penggunaan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan (variabel independen) terhadap sikap penggunaan (variabel dependen). Persamaan regresi linear sederhana peneliti menggunakan rumus $Y = a + bX$. Dalam penelitian ini untuk pengujian regresi linear sederhana menggunakan bantuan program SPSS versi 27. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.766	5.234		3.395	.001
	Kemudahan Penggunaan	.527	.079	.661	6.706	.000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1, diketahui nilai constanta (a) sebesar 17,766 sedangkan nilai kemudahan penggunaan (b atau koefisien regresi) sebesar 0,527. Sehingga persamaan regresi dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17,766 + 0,527 X$$

Hasil persamaan regresi linear sederhana di atas, maka dapat dijelaskan:

1. Nilai a atau disebut dengan konstanta sebesar 17,766 yang mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh 17,766.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,527 yang bernilai positif berarti dapat dinyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai kepuasan konsumen maka akan menambahkan kemudahan penggunaan (X) terhadap sikap penggunaan (Y). Koefisien nilai regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel kemudahan penggunaan (X) terhadap sikap penggunaan (Y) positif.

Uji koefisien determinasi (R²) ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan dapat dilakukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R²) dengan bantuan SPSS versi 27 dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA
PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH**

Model	R	Model Summary		Std. Error of the Estimate
		R Square	Adjusted R Square	
1	.661 ^a	.437	.427	3.235

Berdasarkan tabel 2 maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,437 dapat dijelaskan bahwa sebesar 43,7% yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada kategori cukup kuat, karena nilai korelasi sebesar 0,661 menunjukkan hubungan yang kuat antara kemudahan penggunaan dengan sikap penggunaan artinya kemudahan penggunaan memberikan kontribusi sebesar 43,7% dalam membentuk sikap penggunaan pelanggan terhadap layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Semakin mudah layanan *photobox* digunakan, maka semakin positif sikap penggunaan pelanggan terhadap layanan tersebut sedangkan hasil selebihnya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti persepsi kegunaan, kepercayaan, dan kualitas sistem. Uji hipotesis yang dilakukan untuk penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 27. Uji hipotesis dilakukan bertujuan untuk menguji ada atau tidak pengaruh kemudahan penggunaan (X) terhadap sikap penggunaan (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.766	5.234		3.395	.001
	Kemudahan Penggunaan	.527	.079	.661	6.706	.000

Berdasarkan tabel 3 dapat menjelaskan hubungan variabel kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan. Sesuai dengan ketentuan jika *thitung* dan *ttabel* serta nilai signifikan $<0,05$ maka variabel independen kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen sikap penggunaan. Berdasarkan hasil perhitungan seperti ditunjukkan pada tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk kemudahan penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *thitung* sebesar 6,706 $>$ dari *ttabel* 2,001. Sehingga dapat diketahui, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), maka hipotesis diterima artinya kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOKS DI MARSKOPI BANDA ACEH

Hasil penelitian ini didasarkan pada analisis data yang diperoleh melalui beberapa tahapan pengujian statistik yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah kemudahan penggunaan yang mempengaruhi variabel dependen (Y) yaitu sikap penggunaan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keseuaian dengan teori serta beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna dalam menerima suatu teknologi.

Hasil pengujian secara statistik menggunakan persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = a + bX$. Berdasarkan nilai pengujian diperoleh nilai konstanta a sebesar 17,766 dan b sebesar 0,527 sehingga persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 17,766 + 0,527X$. Besar pengaruh ditemukan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,437. Hal ini berarti kontribusi variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan (X) sebesar 43,7% terhadap variabel terikat sikap penggunaan (Y), sedangkan hasil selebihnya 56,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai signifikan untuk kemudahan penggunaan (X) terhadap sikap penggunaan (Y) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* hitung sebesar 6,706 > dari *t* tabel 2,001.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan teori TAM yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi. Ketika suatu sistem teknologi mudah dipahami, mudah dipelajari serta tidak membutuhkan usaha yang besar untuk digunakan, maka pengguna akan cenderung memiliki sikap yang positif terhadap teknologi tersebut. Dalam kerangka TAM, kemudahan penggunaan memiliki peran mendasar dalam membentuk sikap penggunaan karena berkaitan langsung dengan pengalaman awal pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem. Ketika suatu teknologi dirasakan mudah digunakan, tidak rumit, serta tidak memerlukan usaha yang besar, maka beban kognitif pengguna akan menurun. Kondisi ini membuat pengguna tidak mengalami kebingungan atau kesulitan, sehingga memunculkan perasaan nyaman dan menyenangkan. Sebaliknya, apabila suatu sistem dianggap sulit digunakan, maka pengguna cenderung mengalami ketidaknyamanan yang dapat membentuk sikap negatif terhadap teknologi tersebut.

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBOKS DI MARSKOPI BANDA ACEH

Selain itu, kemudahan penggunaan juga berkaitan dengan aspek psikologis pengguna. Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan rasa percaya diri pengguna serta memberikan pengalaman yang efisien dan praktis. Pengalaman positif ini kemudian membentuk evaluasi afektif berupa rasa senang, puas, dan ketertarikan untuk menggunakan kembali. Dalam konteks layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh, kemudahan seperti tampilan yang sederhana, alur penggunaan yang jelas, serta metode pembayaran yang praktis akan menciptakan pengalaman penggunaan yang menyenangkan sehingga mendorong terbentuknya sikap positif pelanggan terhadap layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amanda (2025) menunjukkan bahwa baik *perceived ease of use* maupun *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* yang dibuktikan dengan nilai *t-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian bahwa kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Hasil penelitian yang sejalan selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana (2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use QRIS*, sedangkan *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,258 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan penerimaan dan minat pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan dengan Prajogo (2021) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi *marketplace* dengan nilai *t-hitung* sebesar 8,256 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis penelitian diterima. Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu, maka dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh.

Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin positif pula sikap yang terbentuk terhadap penggunaan layanan tersebut. Kemudahan penggunaan bukan hanya menjadi faktor teknis, tetapi juga menjadi faktor psikologis yang berperan penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, penyedia layanan

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PHOTOBX DI MARSKOPI BANDA ACEH

photobox perlu terus memperhatikan aspek kemudahan dalam sistem yang digunakan, hal tersebut telah terbukti mampu meningkatkan sikap positif pengguna dan mendorong keberlanjutan penggunaan layanan di masa mendatang. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan terjadi karena semakin mudah layanan *photobox* digunakan, maka pelanggan akan merasa lebih nyaman, praktis dan tidak mengalami kesulitan saat mengoperasikannya. Kemudahan tersebut dapat dilihat dari proses pembayaran yang tidak rumit. Ketika pelanggan merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, maka akan muncul perasaan senang, nyaman dan ketertarikan untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, apabila sistem dianggap rumit dan sulit dipahami, maka pelanggan cenderung merasa kurang nyaman sehingga dapat menurunkan sikap positif terhadap penggunaan terhadap layanan yang diberikan. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk sikap penggunaan pelanggan terhadap layanan *photobox* di Marskopi Banda Aceh.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh, serta setelah menyelesaikan tahapan-tahapan dalam penelitian hingga tahapan-tahapan penyempurnaan penelitian, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh yang ditunjukkan dengan *thitung* lebih besar dari *ttabel* ($6,706 > 2,001$) didukung dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5% yang berarti terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan pada *photobox* di Marskopi Banda Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kemudahan penggunaan layanan *photobox*, seperti kemudahan memahami fitur, proses penggunaan yang sederhana, serta pengoperasian yang praktis, maka semakin positif pula sikap pelanggan terhadap penggunaan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang membentuk sikap pengguna terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola Marskopi dalam meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap layanan *photobox*.

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA
PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH**

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian tindakan kelas*. Bumi aksara.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bustaman, M. K., Aprianingsih, A., Hidayat, M., & Dasuki, R. E. (2024). The impact of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and customer intentions on customer attitudes toward the use of technology. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 230–241.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Ivan Rifqi Ramadya. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Attitude Toward Using serta dampaknya terhadap Behavioral Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(4), 1-14.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Namora, N., et al. (2025). Analisis technology acceptance model dalam penggunaan aplikasi e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputasi*.
- Ningrum, R. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>.
- Wulandari, N. W., & Arisanti, D.A (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengaruh, Promosi Cashback dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO Pada Remaja di Surabaya [Skripsi, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya].
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponoegoro Journal of Management*, 10(6). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Oktaviana, E. J. (2023). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan perceived risk terhadap intention to use QRIS sebagai pembayaran digital. [Skripsi. Universitas Putra Bangsa].
- Prajogo, U. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap penggunaan teknologi marketplace dengan attitude sebagai variabel intervening. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 7(1), 62–68. <https://doi.org/10.26905/jtmi.v7i1.5942>

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA
PHOTOBOX DI MARSKOPI BANDA ACEH**

- Pratama, D., & Siregar, R. (2023). Pengaruh perceived ease of use terhadap attitude toward use pada layanan berbasis teknologi. *Jurnal Riset Teknologi Informasi*, 9(2), 88–101.
- Purwanto, E., Bachtiar, D., Septiani, K. M., Ridhwan, N., Deviny, J., Dahlan, K. S. S., & Marey, D. R. E. (2020). *Technology Adoption: A Conceptual Framework*. Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Putra, A. R., & Wulandari, S. (2022). Analisis sikap penggunaan teknologi digital terhadap minat penggunaan ulang layanan mandiri. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 7(1), 45–56.
- Putri, S., & Ompusunggu, H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 2023(23), 737–747.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10403769>
- Reswanto, & Ishak. (2022). Attitude toward use dalam Technology Acceptance Model. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(1), 305–315.
- Riduwan, D. (2012). *Pengantar Statistika Sosial (Cetakan ke-3)*. Alfabeta.
- Robaniyah, L. et al. (2021). The influence of perceptions of benefits, ease of use and security on interest in using the ovo application. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Sari, F., & Rahmawati, D. (2021). Pengaruh perceived ease of use terhadap attitude toward use dalam penerapan sistem informasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika*, 6(3), 210–220.
- Sari, R. L., Habibi, A. B., & Pawitrasari, E. (2022). Impact of attitude, perceived ease of use, convenience, and social benefit on intention to use mobile payment. *Asia Pacific Management and Business Application*, 11(2), 143–156.
- Sandi, S., A., Soedijono, B., & Nasiri, A. (2021). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap attitude toward using dengan metode TAM pada sistem informasi magang kerja. *IT Journal Research and Development*, 5(2), 109–118.
- Setiawan, M., & Setyawati, C. Y. (2020). The influence of perceived ease of use on the intention to use mobile payment: Attitude toward using as mediator. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18–32.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafika, Y. Z., & Antonio, G. R. (2024). Impacts of the Technology Acceptance Model (TAM) on the use of the TikTok E-Commerce Application among Indonesian Students. *Jurnal Ilmu Informasi dan Manajemen*.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.