

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *ATTITUDE* TERHADAP *ACTUAL USE* APLIKASI FUSE PRO DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang*



Oleh

**HADID AL FARISI**  
**NIM 19059159/2019**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN KOMPRE

### PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *ATTITUDE* TERHADAP *ACTUAL USE* APLIKASI FUSE PRO DI KOTA PADANG

NAMA : Hadid Al Farisi  
NIM/BP : 19059159/2019  
JENJANG PROGRAM : Strata (S1)  
DEPARTEMEN : Manajemen  
KEAHLIAN : Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

Disetujui Oleh :

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, S.E., M.Si.  
NIP. 19720902 199802 1 001

Pembimbing,



Vidyarini Dwita, S.E., M.M., Ph.D.  
NIP. 19760113 200801 2 007

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *ATTITUDE* TERHADAP *ACTUAL USE* APLIKASI FUSE PRO DI KOTA PADANG**

NAMA : Hadid Al Farisi  
NIM/BP : 19059159/2019  
JENJANG PROGRAM : Strata (S1)  
DEPARTEMEN : Manajemen  
KEAHLIAN : Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

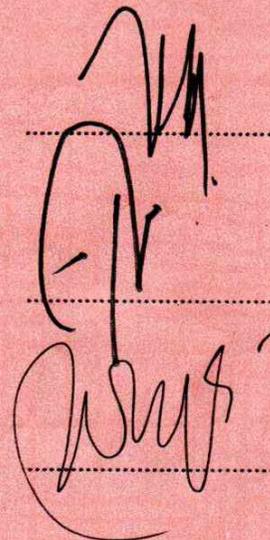
Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Vidyarini Dwita, S.E., M.M., Ph.D. (Penguji I)

2. Prof. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D. (Penguji II)

3. Whyosi Septrizola, S.E, M.M. (Penguji III)



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hadid Al Farisi  
NIM/TM : 19059159/ 2019  
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang, 04 Agustus 2000  
Jenjang Program : Strata (S1)  
Departemen : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat : Wisma Mayang Sani Blok, B/14, RT. 001, RW. 007, Kel.  
Batang Kabung Ganting, Kec. Koto Tangah, Padang, Sumatera  
Barat  
No. HP/ Telephone : 081364571139  
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*,  
*Perceived Trust* dan *Attitude* Terhadap *Actual Use* Aplikasi Fuse  
Pro Di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas di cantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, November 2023  
Penulis,



**Hadid Al Farisi**  
NIM. 19059159

## ABSTRAK

**Hadid Al Farisi  
(2019/19059159)** : Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, dan *Attitude* terhadap *Actual Use* Aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.

**Dosen Pembimbing** : Vidyarini Dwita, S.E, MM, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang (2) Pengaruh kemudahan yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang (3) Pengaruh kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhadap manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) oleh agen asuransi dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang (4) Pengaruh kepercayaan yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang (5) Pengaruh sikap terhadap niat agen asuransi untuk menggunakan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Fuse Pro di Kota Padang, Sumatera Barat. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 145 responden. Data dikumpulkan secara online dan negatif, serta analisis data dilakukan melalui *software Smart PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude* (2) *Perceived ease of use* memberikan pengaruh signifikan terhadap *attitude* (3) *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* (4) *Perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap *attitude* (5) *Attitude* memberikan pengaruh signifikan terhadap *actual usage*.

**Kata Kunci:** *Actual use, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust, attitude.*

## ABSTRACT

**Hadid Al Farisi  
(2019/19059159)**

: *The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust, and attitude toward actual use Fuse Pro application in Padang City.*

**Supervisor**

: **Vidyarini Dwita, S.E, MM, Ph.D.**

*This research aims to analyze: (1) The influence of perceived benefits on insurance agents' attitudes towards the Fuse Pro application (2) The effect of perceived convenience on insurance agents' attitudes towards the Fuse Pro application (3) The effect of perceived ease of use on the perceived usefulness by insurance agents in using the Fuse Pro application (4) The influence of perceived trust on insurance agents' attitudes towards the Fuse Pro application (5) The influence of attitudes on insurance agents' intentions to use the Fuse Pro application. The population in this study were all users of the Fuse Pro application in Padang City, West Sumatra. The sample size in this study was 145 respondents. Data was collected online and negatively, and data analysis was carried out via Smart PLS software. The results of this research show that: (1) Perceived Usefulness has no positive effect on Attitude (2) Perceived Ease of Use has a positive influence on Attitude (3) Perceived Ease of Use has a positive effect on Perceived Usefulness (4) Perceived Trust has a positive effect on Attitude (5) Attitude has a positive influence on Actual Usage.*

**Keywords:** *Actual use, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust, and attitude.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan rahmatNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, dan Attitude terhadap Actual Use Aplikasi Fuse Pro***”. Sholawat beriringan salam penulis ucapkan buat junjungan kita yakni Nabi Besar Muhammad Sallallahu ‘Alaihi Wassalam yang telah membawa kita dari zaman kegelapan ke zaman yang penuh dengan pengetahuan seperti yang dapat kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Vidyarini Dwita, S.E, M.M, Ph.D., selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang sekaligus penguji yang telah memberikan banyak masukan untuk perbaikan skripsi ini.
3. Ibu Whyosi Septrizola, S.E., M.M selaku penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran demi perbaikan skripsi ini

4. Bapak Dr. Syahrizal, S.E, M.Si., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Muthia Roza Linda, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan segala arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Ibu Rita Yulianti, selaku pimpinan cabang Fuse Padang yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menjalani penelitian.
7. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta, Ibu Rahmiati dan Bapak Ismail yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil, dan juga kasih sayang yang tak ternilai harganya. Kemudian juga kepada keluarga besar yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman se-Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang Tahun 2019, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebaik-baiknya Maha Pembalas. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini berguna bagi semua pihak. Aamiin.

Padang, November 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori	13
1. TAM (Technology Acceptance Model)	13
2. Hubungan Antar Variabel	29
a. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> pada <i>Attitude</i>	29
b. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> pada <i>Perceived Uefulness</i>	30
c. Pengaruh <i>Perceived Trust</i> pada <i>Attitude</i>	30
d. Pengaruh <i>Attitude</i> pada <i>Actual Usage</i>	31
B. Penelitian yang Relevan	31
C. Kerangka Konseptual	35
D. Hipotesis Penelitian	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian	38

B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Jenis dan Sumber Data	40
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	40
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
1. Variabel Penelitian	41
2. Definisi Operasional dan Indikator Variabel	42
G. Teknik Analisis Data	44
1. Analisis Statistik Deskriptif	44
2. Analisis Statistik Inferensial	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Hasil Penelitian	50
C. Analisis <i>Output</i> PLS (Statistik Inferensial)	57
D. Pembahasan	71
<b>BAB V PENUTUP</b>	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	85
<b>LAMPIRAN</b>	90

## DAFTAR TABEL

1. Tabel Persentase Pengguna Aktif Aplikasi Fuse Pro pada Partner Dealer	5
2. Tabel Penelitian Terdahulu	30
3. Tabel Alternatif Jawaban	34
4. Tabel Definisi Operasional	40
5. Tabel Daftar Kinerja Tingkat Capaian Responden (TCR)	38
6. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
7. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
8. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
9. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
10. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	44
11. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	45
12. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	46
13. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Trust</i>	46
14. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Attitude</i>	47
15. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Actual Usage</i>	47
16. Tabel Nilai <i>Outer Loading</i>	50
17. Tabel Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
18. Tabel Nilai <i>Cross Loading</i>	51
19. Tabel Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	52
20. Tabel Hasil Restimasi Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	53
21. Tabel Hasil Restimasi Nilai <i>Cross Loading</i>	53
22. Tabel Hasil Analisis Pengujian Reabilitas	56
23. Tabel Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	57
24. Tabel Nilai <i>F Square</i> dan <i>R Square</i>	58
25. Tabel <i>Path Coefficient</i>	59

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar Kerangka Konseptual	33
2. Gambar Diagram Jalur	49
3. Gambar Diagram Jalur	56

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Sama halnya ketika menghadapi revolusi 4.0, dalam menghadapi 5.0 atau *super smart society* dibutuhkan penyesuaian di berbagai sektor. Dunia tidak memiliki pilihan lain kecuali terus melanjutkan pembangunan infrastruktur digital, membuat kebijakan dan regulasi yang mendorong pertumbuhan industri telekomunikasi yang efisien dan progresif.

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia atau manual, tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Menurut Aji (2016), “ Sistem digital adalah perkembangan dari sistem analog. Sebuah sistem digital menggunakan urutan angka untuk mewakili informasi.”

Saat memasuki abad 21, perubahan teknologi berkembang pesat di mana-mana. Munculnya berbagai inovasi dan teknologi digital di mana-mana telah menandai dimulainya digitalisasi. Teknologi digital digunakan untuk memudahkan semua aktivitas manusia dan membuatnya lebih sederhana untuk diselesaikan manusia. Semua bidang kegiatan, termasuk keuangan, pemasaran, operasi, dan lainnya, menggunakan teknologi digital.

Asuransi digital, atau lebih dikenal dengan *insurtech*, adalah salah satu contoh bagaimana industri digital berkembang di sektor keuangan. *Insurtech* dapat menganalisis situasi dan mengklasifikasikan berbagai jenis risiko dari klien potensial secara lebih efektif dengan bantuan kecerdasan buatan. *Insurtech* adalah tempat kumpulan produk asuransi dari beberapa perusahaan asuransi yang berbeda. Teknologi ini membantu calon pelanggan membandingkan satu produk dengan produk lainnya dan menentukan produk mana yang terbaik untuk mereka. Kehadiran *insurtech* diharapkan dapat meningkatkan angka penetrasi asuransi, baik di premi industri maupun premi individu.

Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang inovasi keuangan digital di sektor jasa keuangan, yang meliputi pengawasan dan pengaturan sektor keuangan digital. Menurut peraturan OJK, penyelenggara *insurtech* adalah organisasi yang menyediakan jasa keuangan atau bergerak di bidang keuangan dan secara formal berbadan hukum sebagai perusahaan saham gabungan atau koperasi.

Fuse adalah salah satu perusahaan *insurtech* yang menghubungkan berbagai produk asuransi dari berbagai perusahaan asuransi dengan berbagai saluran, mitra, atau sarana distribusi. Lebih dari 40 perusahaan asuransi terkemuka dan terpercaya telah bermitra dengan Fuse dan membantu agen Fuse menyediakan berbagai produk asuransi untuk memenuhi kebutuhan perlindungan *customer*. Contoh beberapa perusahaan asuransi yang

tergabung menjadi mitra Fuse adalah Asuransi Intra Asia, Asuransi Umum Mega, Asuransi Simas Insurtech, Asuransi Staco Mandiri, Asuransi Artarindo, dan masih banyak lagi. Kemitraan yang dilakukan ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar Fuse, sehingga perusahaan ini memiliki banyak pilihan perusahaan asuransi untuk *customer*-nya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan, tingkat penetrasi asuransi di Indonesia telah mencapai 3,18% pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan asuransi dan *insurtech* masih memiliki banyak peluang untuk dikejar. Ada beberapa masalah yang harus diselesaikan, seperti kurangnya pemahaman tentang nilai-nilai asuransi, biaya premi yang mahal, dan prosedur klaim yang sulit. Menanggapi hal tersebut, Fuse berupaya mencari solusi untuk masalah ini dengan menurunkan biaya dan meningkatkan aksesibilitas asuransi untuk melindungi masyarakat dari segala potensi risiko yang akan timbul. Fuse kini memiliki model bisnis paling komprehensif, mulai dari B2A2C (model bisnis *partner* agen/*broker*), B2B2C (asuransi mikro dan institusi pembiayaan), serta B2C (model bisnis ke konsumen).

Untuk mendukung penjualan produk asuransinya, Fuse merancang sebuah aplikasi bernama Fuse Pro. Aplikasi ini memberdayakan *partner* sebagai tenaga pemasar untuk menjual asuransi secara *online* dengan lebih cepat dan mudah. Aplikasi ini memungkinkan siapa saja untuk menjadi pemasar asuransi independen untuk bertindak sebagaimana agen asuransi yang dapat memasarkan berbagai produk dari berbagai perusahaan asuransi

yang berbeda. Dengan sistem *one-stop-solution*, maka seluruh informasi yang dibutuhkan dalam proses transaksi bisa dilakukan melalui aplikasi tersebut. Fuse Pro merupakan aplikasi yang menjadi penghubung atau jembatan bagi perusahaan asuransi dengan nasabahnya dan Fuse Pro membuat asuransi secara digital, sehingga membantu mitra dalam peralihan bisnis *offline* menjadi *online*.

Penggunaan aplikasi tersebut tentunya memiliki manfaat dan keunggulan yang akan didapatkan oleh penggunanya. Manfaat pertama menggunakan aplikasi Fuse Pro bagi penggunanya adalah setelah menjual asuransi, agen asuransi akan mendapatkan komisi yang cukup besar berkat penggunaan aplikasi ini. Fuse memungkinkan pengguna untuk mulai menghasilkan pendapatan pasif tanpa akhir dengan cepat dengan menawarkan komisi 45% yang dihasilkan dari penjualan produk asuransi. Manfaat lainnya adalah data dapat dengan mudah dimasukkan kapan saja dan dimana saja. Tentunya, aplikasi tersebut akan memudahkan agen untuk memasukkan informasi klien saat menjual asuransi.

Menurut Alessandrina (2022), Fuse memiliki lebih dari 60 ribu *partner* yang menggunakan dan merasakan manfaat dari Fuse Pro. Salah satunya adalah pengguna mengaku aplikasi tersebut membantunya menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk asuransinya secara signifikan. Salah satu *partner* Fuse Pro yaitu Kevin Juwono, bergabung pada tahun 2017. Wulan (2022) menyatakan bahwa kecanggihan Fuse Pro telah meningkatkan efektifitas dan efisiensi penjualan asuransi. Fuse

mengungguli aplikasi *insurtech* lainnya dalam segala hal, mulai dari kecanggihan aplikasi dan tim yang tanggap, kompeten, dan berpengetahuan luas.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, *salesman*, agen dan pelaku otomotif di Kota Padang sudah mulai menggunakan aplikasi ini. Selain itu, beberapa *freelance* juga memanfaatkan aplikasi tersebut untuk mencari penghasilan tambahan. Pengamatan penulis menunjukkan bahwa jumlah produk asuransi yang disediakan Fuse di Kota Padang masih cukup sedikit. Agen Fuse biasanya hanya fokus menyediakan asuransi mobil. Hal ini terjadi karena penjualan asuransi mobil dibandingkan dengan penjualan asuransi lain seperti kesehatan, properti, dan lain-lain, menghasilkan komisi yang lebih tinggi.

Permasalahannya adalah masih banyak tenaga penjual, pelaku industri otomotif, dan pelanggan asuransi di Padang yang belum mengetahui atau tertarik untuk menggunakan aplikasi Fuse Pro. Penyebabnya adalah pelanggan atau *salesman* belum mengetahui manfaat menggunakan aplikasi, keandalan yang dirasakan, dan kurangnya keyakinan dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro karena belum mengetahui risiko menggunakan aplikasi tersebut. Tentunya hal ini akan mempengaruhi sikap seseorang dan berdampak pada keputusan seseorang untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Tidak hanya itu, permasalahan lainnya adalah belum seluruh perusahaan asuransi yang beroperasi di Indonesia menjadi mitra Fuse. Akibatnya agen-agen pemasaran asuransi enggan menggunakan aplikasi Fuse Pro. Berikut ini

adalah data persentase pengguna aktif aplikasi Fuse Pro pada *Partner Dealer* yang ada di Kota Padang:

**Tabel 1. Persentase Pengguna Aktif Aplikasi Fuse Pro pada *Partner Dealer***

<b>Dealer Resmi di Kota Padang</b>	<b>Persentase Pengguna Aplikasi</b>
Toyota	50%
Honda	40%
Mitsubishi	20%
Daihatsu	10%
Suzuki	10%
Isuzu	10%
Hyundai	10%
Wuling	10%

Sumber: Fuse Cabang Kota Padang (2023)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa masih ada sebagian besar orang yang belum aktif menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan data yang didapatkan dari Fuse cabang Padang, terdapat 250 pengguna aktif di antara 500 pengguna aplikasi yang terdaftar. Penulis juga menemukan bahwa orang yang berusia di atas 45 tahun masih kesulitan untuk menggunakan aplikasi secara maksimal. Hal ini dibuktikan pada salah satu pengguna yang berusia 52 tahun masih kesulitan untuk memasukkan data nasabah ke aplikasi tersebut. Dengan demikian, hal tersebut membuktikan bahwa aplikasi Fuse Pro bagi sebagian orang tidak mudah untuk digunakan. Kemudahan ataupun kesulitan dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro, membentuk sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut. Pada akhirnya, sikap inilah yang mempengaruhi pengguna untuk mau atau tidak mau menggunakan aplikasi Fuse Pro tersebut.

Untuk mengetahui bagaimana orang-orang mengadopsi suatu teknologi tertentu dan persepsi mereka terhadap teknologi baru, maka dapat dijelaskan dengan menggunakan model penerimaan teknologi yang diperkenalkan oleh Davis (1989) yang dikenal dengan *Theory of Acceptance Model* (TAM). Menurut Fatmawati (2015), teori TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Dengan menggunakan TAM, akan memungkinkan untuk mengklarifikasi apakah pengguna akan menerima aplikasi Fuse Pro atau tidak. Penggunaan TAM untuk memprediksi sikap dan penggunaan teknologi tertentu dapat dilihat dari hasil penelitian sebelumnya.

Menurut Dhagarra, *et al.* (2020), “*Perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* adalah penentu dari penerimaan pasien terhadap teknologi layanan kesehatan yang tersedia.” Selanjutnya penelitian Sarmah, *et al.* (2020) menyatakan bahwa “*Perceived ease of use* dan *trust* berpengaruh pada niat konsumen menggunakan *mobile wallet*, sementara *perceived usefulness* tidak terbukti berpengaruh pada niat konsumen tersebut.” Sedangkan penelitian Sun, *et al.* (2020) menyatakan bahwa “Kegunaan *mobile payment* mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan *mobile payment* untuk reservasi hotel.”

Faktor lain yang menjadi pertimbangan pengguna dalam menggunakan teknologi baru adalah kepercayaan (*trust*). Menurut Liu, C *et al.* (2005),

Kurangnya kepercayaan adalah alasan utama yang menghalangi sikap dan niat konsumen berbelanja online dan melakukan transaksi elektronik.

Faktor kepercayaan merupakan hal yang sedang diperjuangkan oleh Fuse. Fuse merupakan perusahaan *insurtech* yang tergolong baru. Untuk Kota Padang, Fuse baru beroperasi pada tahun 2017. Fakta ini menyebabkan Fuse relatif belum dikenal oleh masyarakat sehingga belum mendapatkan kepercayaan secara penuh. Kondisi ini berdampak pada aplikasi Fuse Pro yang belum dikenal dan diterima secara luas oleh masyarakat.

Banyak penelitian lain yang menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan komponen penting dari perilaku adopsi. Kim, *et al.* (2008), Tsu Wei, *et al.* (2009), Wang, *et al.* (2006), dan Zhang *et al.*, (2012) menyatakan bahwa kepercayaan sebagai penentu kelanjutan *m-shopping* di Taiwan. Hal ini mencerminkan semakin pentingnya kepercayaan sebagai penentu penerimaan TI.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penelitian ini akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi seorang agen asuransi dan *salesdealer* untuk mengadopsi aplikasi Fuse Pro melalui *perceived usefullnes*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *attitude*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang **“Pengaruh *Perceived Usefullnes*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Attitude* terhadap *Actual Use* Aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi mendorong munculnya pemasaran asuransi digital (*insurtech*).
2. Perkembangan *insurtech* masih jauh tertinggal dibanding *fintech*.
3. Masih terbatasnya penggunaan *insurtech* dalam bentuk aplikasi Fuse Pro di Kota Padang oleh pengguna asuransi.
4. Masih ada beberapa agen asuransi yang tidak mengetahui manfaat dan kegunaan dari Fuse Pro tersebut.
5. Sebagian agen asuransi masih ada yang tidak paham dalam penggunaan aplikasi Fuse Pro tersebut.
6. Kepercayaan para agen dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang masih kurang.
7. Beberapa dari agen asuransi masih meragukan nilai brand dari Fuse Pro di Kota Padang karena pengaruh gengsi.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan paparan penjelasan secara detail dari latar belakang dan identifikasi masalah, penulis memfokuskan masalah penelitian ini tentang adopsi aplikasi Fuse Pro di Kota Padang dengan menggunakan model penerimaan teknologi TAM. Adapun batasan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi agen asuransi mengenai manfaat atau kegunaan dari Fuse Pro.
2. Persepsi agen asuransi mengenai kemudahan menggunakan Fuse Pro.
3. Keterkaitan kemudahan dan kegunaan aplikasi Fuse Pro
4. Kepercayaan para agen asuransi terhadap aplikasi Fuse Pro.
5. Sikap agen asuransi terhadap penggunaan aplikasi Fuse Pro

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fenomena penelitian, maka penulis mengajukan rumusan permasalahan penelitian yang akan dibuktikan yaitu:

1. Apakah manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) mempengaruhi sikap (*attitude*) agen asuransi terhadap aplikasi Fuse Pro di Kota Padang?
2. Apakah kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) mempengaruhi sikap (*attitude*) agen asuransi terhadap aplikasi Fuse Pro di Kota Padang?
3. Apakah kepercayaan yang dirasakan (*perceived trust*) mempengaruhi sikap (*attitude*) agen asuransi terhadap aplikasi Fuse Pro di Kota Padang?
4. Apakah kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) mempengaruhi manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) oleh agen asuransi dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang?
5. Apakah sikap agen asuransi terhadap aplikasi Fuse Pro mempengaruhi penggunaan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhadap manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) oleh agen asuransi dalam menggunakan aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan yang dirasakan terhadap sikap agen asuransi pada aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap penggunaan aktual aplikasi Fuse Pro oleh agen asuransi di Kota Padang.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi penulis**

Penelitian ini sebagai implementasi dan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang konsentrasi Manajemen Pemasaran mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *attitude* pada *actual use* aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai sumber atau literatur bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian tambahan pada mata pelajaran terkait.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna dan sebagai dasar sumbangan pemikiran mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *attitude* terhadap *actual use* aplikasi Fuse Pro di Kota Padang.