

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat untuk menggunakan *email* di JOB Pertamina-Talisman (OK) Ltd.

Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan 86 unit kuesioner dengan skala 1-5 point Likert. Kuesioner berisi 2 bentuk pengukuran, yaitu pengukuran langsung dan pengukuran tidak langsung. Pengukuran langsung terdiri dari niat (empat butir pertanyaan), sikap (lima butir pertanyaan), norma subjektif (empat butir pertanyaan) dan persepsi kontrol (tiga butir pertanyaan). Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung terdiri dari *behavioral belief* dan *outcomes* (masing-masing enam butir kuesioner), *normative belief* dan *motive to comply* (masing-masing empat butir pertanyaan), *control belief* dan *control power* (masing-masing tujuh butir pertanyaan).

Dari hasil olah data penelitian, ditemukan bahwa sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan *email*, dengan koefisien determinasi sebesar 0,074. Secara parsial, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *email*. Ini berarti bahwa semakin baiknya sikap akan meningkatkan niat untuk menggunakan *email* dan sebaliknya. Secara parsial, norma subjektif dan persepsi kontrol tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan *email*.

Kata Kunci : Niat menggunakan *email*, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol, Sumber daya

Manusia

Objective of this research is to test influence of attitude, subjective norm and perceived behavior control to intention to use email of JOB Pertamina-Talisman (OK) Ltd.

Data was collected by distributing questionnaire survey among 86 employees with 1-5 point Likert scale. The questionnaire contains 2 forms of measurement, direct measurement and indirect measurement. Direct measurement consists of intention (four items), attitude (five items), subjective norm (four items), and perceived behavior control (three items). Indirect measurement consists of behavioral belief and outcome (each of six items), normative belief and motive to comply (each of four items), control belief and control power (each of seven items).

Result of data processing indicate that attitude, subjective norm and perceived behavior control significantly affect intention to use email, with determination coefficient of 0,074. Partially, attitude influence positive and significantly intention to use email. It means that the better attitude will increase intention to use email and vice versa. Subjective norm and perceived behavior control, in partial did not significantly affect intention to use email.

Keywords : Intention to use email, attitude, subjective norm, perceived behavior control, Human

Resources