

## **GENDER DIFFERENCES IN THE USE OF BLACKBERRY MESSENGER FOR ONLINE SHOPPING**

Ignatius Aryono Putranto  
Gunawan Wibisono, SE., M.Acc., Ak.

### **ABSTRACT**

*Nowadays, in hi-technology era, the amounts of smart-phones are higher than before. This condition makes some people moved their shopping habits from offline to online. This research use Davis' Technology Acceptance Model (TAM) and adding some variables, they are: perceived enjoyment as an external variable and gender as a moderator variable. TAM is an extended model from Ajzen and Fishbein' TRA (Theory of Reasoned Action). TAM widely used to explain the user acceptance toward information system and technology usage. This research use gender as a moderator variable in order to identify the major factors that influence between male and female users in online shopping.*

*The data in this research generated from 35 female respondents and 32 male respondents. The response rate in this study is 93 percents. The main criteria for the respondents are their activeness in a blackberry messenger usage. Finally, this study concludes that there is a difference between male and female users in using blackberry messenger as a media for online shopping. For male users, the most influencing factors are perceived ease of use and perceived enjoyment. Meanwhile, attitude becomes the most important factor for female users towards online shopping activity.*

Keywords: TAM, perceived enjoyment, gender, moderator variable, online shopping, perceived ease of use, attitude

## **PERBEDAAN GENDER DALAM PENGGUNAAN FITUR BLACKBERRY MESSENGER UNTUK KEGIATAN BELANJA MELALUI INTERNET**

Ignatius Aryono Putranto  
Gunawan Wibisono, SE., M.Acc., Ak.

### **INTISARI**

Saat ini sudah memasuki era teknologi tinggi, dan jumlah telepon pintar sudah lebih tinggi daripada era sebelumnya. Kondisi ini membuat beberapa orang mengubah kebiasaan berbelanja mereka dari *offline* ke *online*. Penelitian ini menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikemukakan oleh Davis dan menambahkan beberapa variabel, yaitu: kesukaan persepsian sebagai variabel eksternal dan gender sebagai variabel moderator. TAM adalah pengembangan dari TRA (Teori Tindakan Beralasan) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. TAM banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem dan teknologi informasi. Penelitian ini menggunakan gender sebagai variabel moderator untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi pengguna pria dan wanita dalam melakukan kegiatan belanja melalui internet (*online*).

Data pada penelitian ini diperoleh dari 35 responden wanita dan 32 responden pria. Tingkat respon pada penelitian ini adalah 93 persen. Kriteria utama untuk responden adalah mereka yang aktif dalam menggunakan fitur *Blackberry Messenger*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan faktor yang memengaruhi pria dan wanita dalam berbelanja melalui internet terutama melalui fitur *Blackberry Messenger*. Bagi para pengguna pria, faktor utama yang memengaruhi mereka adalah kemudahan penggunaan persepsian dan kesukaan persepsian. Sementara itu, faktor sikap merupakan faktor penentu utama bagi responden wanita dalam melakukan kegiatan belanja menggunakan fitur *Blackberry Messenger*.

Kata kunci: TAM, kesukaan persepsian, gender, variabel moderator, belanja melalui internet, kemudahan penggunaan persepsian, sikap