

**Abstrak**

Dampak pertumbuhan penggunaan internet ini terjadi tidak saja pada cara manusia berkomunikasi namun juga telah menuntun kepada cara-cara baru berhubungan secara pribadi, kelompok, dan sosial. Cara-cara baru ini juga muncul pada dunia penelitian terutama yang menggunakan kuesioner. Penelitian yang dahulu dilakukan secara konvensional melalui penyebaran kuesioner secara *hard copy*, saat ini mulai bergeser dengan menggunakan *online survey* yang tautannya dapat disebar melalui media sosial, ataupun melalui aplikasi *chatting* seperti *WhatsApp*, *Line*, dan *Blackberry Messenger*. Situs yang jamak digunakan untuk membuat kuesioner secara online adalah Google forms, layanan yang disediakan secara gratis oleh Google.

Pergeseran perilaku ini dilihat sebagai sebuah peluang bisnis oleh beberapa orang. *Jakpat.net*, *NusaResearch.net*, *Responden.net* dan *KataAnda.com* merupakan beberapa situs yang menggeluti industri *online survey*. Seluruh situs ini menawarkan konsep yang sama dalam menjalankan bisnisnya, yaitu sebagai *marketplace* yang mempertemukan antara peneliti dengan responden.

Salah satu model yang dapat digunakan untuk mengetahui penerimaan penggunaan teknologi adalah CAT (*Consumer Acceptance of Technology*) yang dikemukakan oleh Kulviwat et al. (2007). CAT dipilih karena dalam model ini penerimaan teknologi dianalisa dan dipahami tidak hanya dari sudut pandang kognitif saja, namun juga dari sudut pandang afektif. Pada penelitian ini juga menggabungkan konsep CAT dengan *theory of planned behavior* (TPB)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pendekatan konfirmatori dengan keseluruhan jumlah responden sebanyak 200 orang yang berasal dari perguruan tinggi baik negeri atau swasta di Surabaya. Hasil penelitian survei ini menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi niat penggunaan adalah sikap, dan sikap dibentuk oleh beberapa variabel seperti *pleasure*, *arousal*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

**Kata kunci:** *Consumer Acceptance of Technology, Theory Planned Behavior, Situs Survei Online.*

**Abstract**

The impact of internet usage growth occurs not only in the way humans communicate but has also led to new ways of connecting personally, socially, and socially. These new ways also appear in the world of research, especially those using questionnaires. Previously conventional research through hard copy questionnaires, today began to shift by using online surveys whose links can be spread through social media, or through chat applications such as WhatsApp, Line, and Blackberry Messenger. Sites used to create an online questionnaire are Google forms, a service provided free of charge by Google.

This shift in behavior is seen as a business opportunity by some people. Jakpat.net, NusaResearch.net, Responden.net and KataAnda.com are some sites that in online survey industry. The whole site offers the same concept in running its business, namely as a marketplace that brings together researchers with respondents.

One of the models that can be used to know the acceptance of the use of technology is CAT (Consumer Acceptance of Technology) proposed by Kulviwat et al. (2007). CAT was chosen because in this model technology acceptance is analyzed and understood not only from a cognitive point of view but also from an affective point of view. This research also incorporates the CAT concept with the theory of planned behavior (TPB)

The method used in this research is confirmatory approach with the total number of respondents as much as 200 people who come from public or private universities in Surabaya. The results of this survey study show that the factors that most influence the intent of use are attitudes, and attitudes are shaped by several variables such as pleasure, arousal, perceived usefulness and perceived ease of use.

**Keywords:** *Consumer Acceptance of Technology, Theory Planned Behavior, Online Survey.*