

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan analisis dan pembahasan, yaitu pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap niat berperilaku menggunakan tiket online bioskop TIX.ID pada mahasiswa di Yogyakarta

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam Bab III dengan menggunakan kuesioner dan subyek penelitian adalah para mahasiswa di Yogyakarta yang membeli tiket bioskop online (TIX.ID). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara online maupun offline. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1
Pengumpulan Data/Kuisisioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuisisioner yang dishare	125	100%
Kuisisioner yang tidak direspon	12	(9.6%)
Kuisisioner tidak memenuhi kriteria	13	(10.4%)
Kuisisioner yang memenuhi syarat	100	80%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Dalam penyebaran kuesioner melalui online dengan fasilitas Google Forms, selanjutnya kuesioner diunggah di google drive, dan dikirim melalui email kepada beberapa rekan yang sudah dipastikan bahwa pemilik akun memiliki aplikasi TIX.ID, atau di share melalui sosial media lainnya seperti

Whatsapp untuk mendapatkan respon dari user. Sebagian kuesioner disebar melalui offline / konvensional yaitu bertemu langsung dengan mahasiswa di beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta. Hasil penyebaran data menunjukkan bahwa dari 125 kuesioner yang dishare, sebanyak 12 kuesioner (9,6%) tidak direspon, dan 13 kuesioner (10,4%) tidak memenuhi kriteria (seperti belum pernah mengaplikasikan TIX.ID), sehingga total sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 100 responden atau sebesar 80%, yang terbagi melalui kuesioner offline sebanyak 60 kuesioner dan melalui GoogleDoc sebanyak 40 kuesioner. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 2 halaman 93 - 97

4.2 Deskriptif Karakteristik Responden

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	40	40%
Wanita	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:96)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 60 persen responden berjenis kelamin wanita dan sisanya 40 persen responden berjenis kelamin

pria. Dengan demikian mahasiswa yang melakukan pembelian tiket bioskop secara online melalui TIX.ID adalah wanita.

4.2.2 Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel

4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 - 19 tahun	50	50%
20 - 21 tahun	39	39%
22 - 23 tahun	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:96)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 50 persen responden berusia antara 18 – 19 tahun, berusia antara 20 – 21 tahun sebesar 39 persen dan berusia antara 21 - 23 sebesar 11 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang melakukan pembelian tiket bioskop secara online TIX.ID berusia antara 18 – 19 tahun.

4.2.3 Pengeluaran Responden

Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran untuk hiburan per bulan dapat ditunjukkan pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Pengeluaran Hiburan per Bulan

Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
< Rp.300.000	25	25%
Rp.300.000 - Rp.400.000	30	30%
Rp.400.000 - Rp.600.000	10	10%
Rp.600.000 - Rp.800.000	35	35%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:96)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 35 persen pengeluaran responden untuk hiburan adalah antara Rp. 600.000 – Rp. 800.000, sedangkan pengeluaran untuk hiburan antara Rp. 400.000 – Rp. 600.000 sebesar 10 persen, antara Rp. 300.000 – Rp. 400.000 sebesar 30 persen dan pengeluaran kurang dari Rp. 300.000 sebesar 25 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengeluaran responden untuk hiburan termasuk besar.

4.2.4 Pembelian tiket bioskop melalui TIX.ID dalam satu bulan

Karakteristik responden berdasarkan pembelian tiket bioskop melalui TIX.ID dalam satu bulan dapat ditunjukkan pada tabel 4.5

Tabel 4.5

Pembelian tiket bioskop melalui TIX.ID dalam satu bulan

Pembelian melalui TIX.ID	Frekuensi	Persentase
1 - 2 kali	38	38%
3 - 4 kali	28	28%
5 - 6 kali	19	19%
7 - 8 kali	13	13%
> 8 kali	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:96)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden membeli tiket bioskop melalui TIX.ID dalam satu bulan antara 1 – 2 kali yaitu sebesar 38 persen.

4.2.5 Pembelian tiket bioskop

Karakteristik responden berdasarkan pembelian tiket bioskop dapat ditunjukkan pada tabel 4.6

Tabel 4.6

Pembelian tiket bioskop

Pembelian tiket bioskop	Frekuensi	Persentase
< 10 kali	27	27%
11 - 15 kali	36	36%
16 - 20 kali	13	13%
21 - 25 kali	22	22%
> 25 kali	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:96)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden membeli tiket bioskop antara 11 – 15 kali yaitu sebesar 36 persen.

4.2.6 Pengeluaran membeli tiket bioskop melalui TIX.ID

Karakteristik responden berdasarkan pembelian tiket bioskop dapat ditunjukkan pada tabel 4.7

Tabel 4.7

Pengeluaran Membeli Tiket Bioskop Melalui TIX.ID

Pembelian tiket bioskop	Frekuensi	Persentase
< Rp.500.000	50	50%
Rp.500.000 - Rp.1000.000	15	15%
Rp.1000.000 - 1.500.000	18	18%
> Rp.1.500.000	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:97)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa mayoritas pengeluaran responden untuk membeli tiket bioskop melalui TIX.ID kurang dari Rp.500.000 yaitu sebesar 50 persen.

4.3 Analisis Penilaian Pengguna TIX.ID terhadap Variabel Penelitian

Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi atau penilaian responden pada variabel penelitian yaitu persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, kepercayaan, risiko, dan minat konsumen. Dalam menjelaskan analisis deskriptif ini didasarkan pada nilai rata-rata, dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Adapun nilai range dalam penilaian kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Rendah : 1,00 – 1,79

Rendah : 1,80 – 2,59

Cukup : 2,60 – 3.39

Tinggi : 3,40 – 4,19

Sangat tinggi : 4,20 - 5.00

Tabel 4.8

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1.00	5.00	3.5468	1.00588
X2	100	1.00	5.00	3.0403	0.98289
X3	100	1.00	5.00	3.5435	0.77220
X4	100	1.00	5.00	3.2125	0.73544
X5	100	1.00	4.67	1.8769	1.16819
Y	100	1.00	5.00	3.4538	0.81479

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 3, hal:97)

Persepsi responden pada variabel kemudahan penggunaan dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 3,55 dan standar deviasi 1,0059. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian tinggi, karena dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan

TIX.ID secara Fleksibel, mudah bertransaksi dimana saja, dan dapat melakukan top-up (isi ulang) TIX.ID dengan efisien waktu dan pengoperasian yang sangat mudah.

Persepsi responden pada variabel manfaat dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 3,04 dan standar deviasi 0,98289. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian cukup, karena menggunakan TIX.ID lebih cepat melakukan transaksi, menggunakan TIX.ID membuat pekerjaan lebih efektif, dan semua transaksi dapat dilakukan dengan sangat mudah.

Persepsi responden pada variabel keamanan dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 3,55 dan standar deviasi 0,77220. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian tinggi, karena merasa aman mengirimkan informasi pribadi / keuangan di seluruh WEB, aman memberikan info pribadi / keuangan untuk sistem e-payment (DANA), dan web pada TIX.ID adalah lingkungan yang aman untuk memberikan info pribadi / data-data keuangan.

Persepsi responden pada variabel kepercayaan dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 3,21 dan standar deviasi 0,73544. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian cukup, karena percaya ada kemampuan TIX.ID untuk melindungi data konsumen sehingga amak melakukan transaksi dengan TIX.ID, percaya bahwa web online ini menjaga kepentingan transaksi user, percaya bahwa

web ini menjaga komitmen dalam melayani user, yakin bahwa Informasi yang disediakan TIX.ID dapat dipercaya dan memberikan manfaat.

Persepsi responden pada variabel risiko dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 1,88 dan standar deviasi 1,1682. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian sangat rendah, karena akan mempertimbangkan risiko keamanan sebelum menggunakan TIX.ID agar tidak mengalami kerugian finansial, mempertimbangkan Risiko fungsional sebelum menggunakan TIX.ID, dengan memastikan bahwa sistem ini berfungsi dengan baik, dan mempertimbangkan Risiko waktu sebelum menggunakan TIX.ID, dengan memastikan bahwa menggunakan sistem ini menjadi lebih efisien waktu.

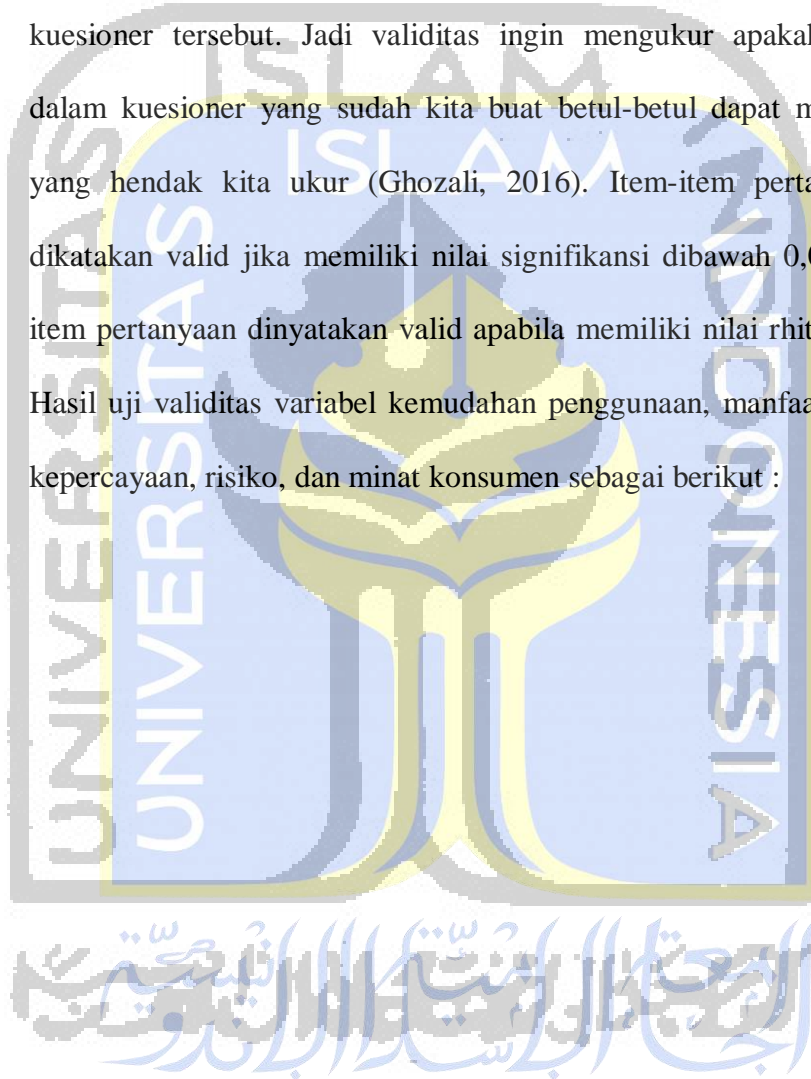
Persepsi responden pada variabel niat berperilaku dapat diketahui nilai rata-rata sebesar 3,45 dan standar deviasi 0,81479. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian tinggi, karena menggunakan TIX.ID secara kontinyu di masa depan, akan menonton film di bioskop, maka saya akan memilih bioskop yang menyediakan fasilitas tiket online, dan menggunakan sistem TIX.ID, atau tipe yang sama dari sistem tersebut untuk memesan tiket secara online.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016). Item-item pertanyaan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 (5%) atau item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil uji validitas variabel kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, kepercayaan, risiko, dan minat konsumen sebagai berikut :



Tabel 4.9**Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Kemudahan penggunaan	X1.1	0.955	0.1965	valid
	X1.2	0.975	0.1965	valid
	X1.3	0.952	0.1965	valid
Manfaat	X2.1	0.893	0.1965	valid
	X2.2	0.948	0.1965	valid
	X2.3	0.903	0.1965	valid
Keamanan	X3.1	0.835	0.1965	valid
	X3.2	0.910	0.1965	valid
	X3.3	0.760	0.1965	valid
Kepercayaan	X4.1	0.654	0.1965	valid
	X4.2	0.790	0.1965	valid
	X4.3	0.895	0.1965	valid
	X4.4	0.835	0.1965	valid
Risiko	X5.1	0.926	0.1965	valid
	X5.2	0.962	0.1965	valid
	X5.3	0.937	0.1965	valid
Niat berperilaku	Y1.1	0.781	0.1965	valid
	Y1.2	0.840	0.1965	valid
	Y1.3	0.844	0.1965	valid

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 4, hal:98-103)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan,

kepercayaan, risiko, dan minat konsumen memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r hitung) lebih besar dari r tabel (0,1965), dengan demikian seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas data dilihat dari nilai koefisien *alpha crobach*. Apabila nilai koefisien *alpha crobach* ≥ 0.6 maka dinyatakan *reliable*. Tabel 4.10 menyajikan hasil penelitian yang didapat dari hasil pengolahan data dengan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*):

Tabel 4.10
Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Nilai koefisien alpha crobach	Batas Minimum	Keterangan
Kemudahan penggunaan	0.958	0.6	Reliabel
Manfaat	0.902	0.6	Reliabel
Keamanan	0.786	0.6	Reliabel
Kepercayaan	0.802	0.6	Reliabel
Risiko	0.936	0.6	Reliabel
Niat berperilaku	0.758	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 4, hal:98-103)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien *alpha crobach* untuk variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,958, persepsi manfaat sebesar 0,902, keamanan sebesar 0,786, risiko

sebesar 0,936, dan niat berperilaku sebesar 0,758. Dengan demikian masing - masing variabel sangat reliable karena memiliki nilai koefisien *alpha crobach* yang lebih besar dari batas minimum 0.6.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

4.5.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada gambar berikut :

Tabel 4.11
Uji Normalitas

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-0.2250259
	Std. Deviation	0.65643498
Most Extreme Differences	Absolute	0.131
	Positive	0.131
	Negative	-0.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.305
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 5, hal:104)

Uji normalitas pada Tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa

residual hasil analisis regresi memiliki *asympt.sig* sebesar 0,066 sehingga lebih besar dari 0,05, artinya data berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Kriteria pengujian yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.974	0.353		2.762	0.007		
X1	0.158	0.061	0.195	2.573	0.012	0.653	1.531
X2	0.220	0.064	0.265	3.461	0.001	0.638	1.568
X3	0.161	0.078	0.153	2.056	0.043	0.679	1.472
X4	0.297	0.086	0.268	3.445	0.001	0.620	1.614
X5	-0.146	0.049	-0.210	-3.010	0.003	0.773	1.293

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 5, hal:104)

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa seluruh nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dengan demikian

model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Kriteria pengujian yaitu jika nilai p value lebih dari 0,05, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala heterokedasitas. Hasil uji heterokedasitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Heterokedasitas

Variabel	t hitung	p value	Keterangan
Kemudahan penggunaan	-0.977	0.331	Tidak heterokedastisitas
Manfaat	0.951	0.344	Tidak heterokedastisitas
Keamanan	0.933	0.353	Tidak heterokedastisitas
Kepercayaan	-0.683	0.496	Tidak heterokedastisitas
Risiko	-0.737	0.463	Tidak heterokedastisitas

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 5, hal:104)

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa seluruh nilai p value lebih dari 0,05. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala heterokedasitas.

4.6 Regresi Linear Berganda

Uji Regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan,

kepercayaan, dan risiko terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID. Hasil pengolahan data dengan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dapat ditampilkan pada Tabel 4.14:

Tabel 4.14

Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel <i>Independen</i>	Koefisien Regresi	T-Statistic	P value
Konstanta	0.974		
Kemudahan penggunaan (X ₁)	0.158	2.573	0.012
Manfaat (X ₂)	0.220	3.461	0.001
Keamanan (X ₃)	0.161	2.056	0.043
Kepercayaan (X ₄)	0.297	3.445	0.001
Risiko (X ₅)	-0.146	-3.010	0.003
Nilai F statistik	34.539		
R ² square	0.648		

Keterangan : * signifikan (p value < 0,05)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019 (Lampiran 6, hal:105p)

Hasil uji regresi linier berganda pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat konsumen maka hasil persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 0,974 + 0,158 X_1 + 0,220 X_2 + 0,161 X_3 + 0,297 X_4 - 0,146 X_5$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi mengenai

pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID diinterpretasi sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 0,974 artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan risiko sama dengan nol, maka niat berperilaku menggunakan TIX.ID akan sebesar 0,974.

Kemudahan penggunaan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID dengan koefisien regresi sebesar 0,158 artinya antara kemudahan penggunaan dan niat berperilaku menunjukkan hubungan yang searah. Semakin meningkat kemudahan penggunaan maka semakin tinggi niat berperilaku, begitu juga sebaliknya.

Persepsi manfaat (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID dengan koefisien regresi sebesar 0,220 artinya antara persepsi manfaat dan niat berperilaku menunjukkan hubungan yang searah. Semakin meningkat persepsi manfaat maka semakin tinggi niat berperilaku, begitu juga sebaliknya.

Persepsi keamanan (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID dengan koefisien regresi sebesar 0,161 artinya antara persepsi keamanan dan niat berperilaku menunjukkan hubungan yang searah. Semakin meningkat persepsi keamanan maka semakin tinggi niat berperilaku, begitu juga sebaliknya.

Persepsi kepercayaan (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID dengan koefisien regresi sebesar 0,297 artinya antara persepsi kepercayaan dan niat berperilaku menunjukkan hubungan yang searah. Semakin meningkat persepsi kepercayaan maka semakin tinggi niat berperilaku, begitu juga sebaliknya.

Persepsi risiko (X_5) mempunyai pengaruh yang negatif terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID dengan koefisien regresi sebesar -0,146 artinya antara persepsi risiko dan niat berperilaku menunjukkan hubungan yang berlawanan. Semakin meningkat persepsi risiko maka semakin rendah niat berperilaku, begitu juga sebaliknya.

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui koefisien korelasi berganda R^2 sebesar 0,648 maka dapat diartikan bahwa 64,8 persen niat berperilaku menggunakan TIX.ID dipengaruhi variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan risiko. Sedangkan sisanya sebesar 35,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.6.2 Uji F

Berdasarkan tabel 4.14 di atas di dapat F_{hitung} sebesar 34,539 dan probabilitas (Sig-F) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan

bahwa probabilitas kurang dari taraf signifikansi yang ditolerir, maka H_a diterima dan menolak H_o (hipotesis ditolak). Ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan risiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

4.6.3 Uji T

Hasil uji t variabel kemudahan penggunaan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,573 dan sig-t sebesar 0,012. Dengan demikian probabilitas (sig-t) lebih kecil dari α ($0,012 < 0,05$) maka hipotesis pertama diterima, artinya persepsi kemudahan penggunaan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

Hasil uji t variabel persepsi manfaat (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,461 dan sig-t sebesar 0,001. Dengan demikian probabilitas (sig-t) lebih kecil dari α ($0,001 < 0,05$) maka hipotesis kedua diterima, artinya persepsi manfaat secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

Hasil uji t variabel persepsi keamanan (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,056 dan sig-t sebesar 0,043. Dengan demikian probabilitas (sig-t) lebih kecil dari α ($0,043 < 0,05$) maka hipotesis ketiga diterima, artinya persepsi keamanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

Hasil uji t variabel persepsi kepercayaan (X_4) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,445 dan sig-t sebesar 0,001. Dengan demikian probabilitas (sig-t) lebih kecil dari α ($0,001 < 0,05$) maka hipotesis keempat diterima, artinya persepsi kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

Hasil uji t variabel persepsi risiko (X_5) diperoleh nilai t hitung sebesar -3,010 dan sig-t sebesar 0,003. Dengan demikian probabilitas (sig-t) lebih kecil dari α ($0,003 < 0,05$) maka hipotesis kelima diterima, artinya persepsi risiko secara parsial mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan TIX.ID.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat dalam penggunaan TIX.ID

Hasil pengujian membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “Persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop”. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem ticketing online, maka semakin besar niat berperilaku menggunakan TIX.ID. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Utami dan Kusumawati (2017) kemudahan *e-Money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-Money*. Hasil juga

didukung dengan penelitian Fitriana dan Wingdes (2017) yang menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* terbukti mempengaruhi minat konsumen Indomaret menggunakan *e-Money*.

Persepsi kemudahan penggunaan yang meliputi kemudahan mempelajari dan menggunakan TIX.ID secara Fleksibel, mudah bertransaksi dimana saja, dan dapat melakukan top-up (isi ulang) TIX.ID dengan efisien waktu dan pengoperasian yang sangat mudah mampu meningkatkan niat mahasiswa melakukan pembelian tiket bioskop melalui TIX.ID. Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Perceived ease of use atau kemudahan penggunaan diartikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat dalam penggunaan

TIX.ID

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan “Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop”. Hal ini berarti semakin tinggi manfaat yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem ticketing online, maka semakin besar niat berperilaku menggunakan TIX.ID. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wibowo dkk (2015) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada pengguna jasa commuterline di Jakarta. Hasil penelitian juga didukung pada penelitian Priambodo Singgih dan Prabawani (2016) yang menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

Persepsi manfaat dapat meningkatkan niat mahasiswa menggunakan TIX.ID karena lebih cepat melakukan transaksi, menggunakan TIX.ID membuat pekerjaan lebih efektif, dan semua transaksi dapat dilakukan dengan sangat mudah. *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari penjelasan tersebut dinyatakan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Hal ini didukung dengan pendapat Utami dan Kusumaawati

(2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.7.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat dalam penggunaan

TIX.ID

Hasil pengujian membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan “Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop”. Hal ini berarti semakin tinggi keamanan yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem ticketing online, maka semakin besar niat berperilaku menggunakan TIX.ID. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Utami dan Kusumawati (2017) yang menemukan bahwa keamanan *e-Money* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-Money*.

Persepsi keamanan mampu meningkatkan minat mahasiswa menggunakan TIX.ID karena mahasiswa merasa aman mengirimkan informasi pribadi / keuangan di seluruh web, aman memberikan info pribadi / keuangan untuk aplikasi TIX.ID, dan web pada TIX.ID adalah lingkungan yang aman untuk memberikan info pribadi / data-data keuangan.

Ketika individu menggunakan sebuah teknologi baru pasti muncul rasa kekhawatiran atas pribadinya terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kekhawatiran ini menjurus pada apakah teknologi baru ini aman akan digunakan atau apakah data pribadi individu pada teknologi baru

akan aman. Dalam konteks komersial, keamanan mencerminkan persepsi konsumen bahwa sistem tertentu akan aman untuk melakukan sebuah transaksi (Shin, 2010). Maka dari itu, persepsi keamanan teknologi menjadi salah satu prediktor penting dalam menentukan minat penggunaan teknologi. Menurut Patel & Patel (2016) persepsi keamanan mengacu pada persepsi individu dalam menggunakan internet banking dimana terjadi transaksi keuangan antara individu pengguna dan penyedia jasa teknologi. Keamanan dari transaksi ini akan menjaga kepercayaan diri individu untuk tetap menggunakan teknologi.

4.7.4 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat dalam penggunaan TIX.ID

Hasil pengujian membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan “Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop”. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem ticketing online, maka semakin besar niat berperilaku menggunakan TIX.ID. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wibowo dkk (2015) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada pengguna jasa commuterline di Jakarta.

Persepsi kepercayaan mampu meningkatkan minat mahasiswa menggunakan TIX.ID karena percaya ada kemampuan TIX.ID untuk

melindungi data konsumen sehingga aman melakukan transaksi dengan TIX.ID, percaya bahwa web online ini menjaga kepentingan transaksi user, percaya bahwa web ini menjaga komitmen dalam melayani user, yakin bahwa Informasi yang disediakan TIX.ID dapat dipercaya dan memberikan manfaat.

Tingkat kekhawatiran transaksi online lebih tinggi dari pada transaksi dengan uang tunai. Maka dari itu, kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan TIX.ID karena konsumen tidak memegang secara langsung nilai uang namun sudah terekam pada sistem e-payment. Apalagi konsumen cenderung lebih sensitif dengan hal keuangan, sehingga konsumen mengandalkan kepercayaan sebagai kunci untuk mengurangi rasa khawatir dalam penggunaan teknologi e-money (Gefen et al., 2003). Semakin tinggi kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi maka individu tersebut akan terus menggunakan teknologi tersebut dalam kegiatan sehari-hari. Maka dari itu kepercayaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat penggunaan teknologi.

4.7.5 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat dalam penggunaan TIX.ID

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kelima yang menyatakan “Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop”. Hal ini berarti semakin tinggi risiko yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem ticketing online, maka semakin rendah niat berperilaku

menggunakan TIX.ID. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Priambodo dan Prabawani, (2015) dan penelitian Ariani dan Zulhawati (2017) secara konsisten menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat.

Perceived risk atau persepsi resiko sebagai kepercayaan subyektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi uang elektronik (Pavlou, 2003). Berdasarkan penelitian yang ada saat ini, terdapat dua bentuk ketidakpastian yang dapat muncul dalam adopsi teknologi baru: ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioural uncertainty*). Ketidakpastian lingkungan berasal dari jaringan komunikasi teknologi yang berada di luar kendali pengguna. Bahkan, operator teknologi informasi pun sulit untuk mengendalikan (Priyono, 2017). Risiko yang dirasakan juga dapat menyebabkan pelanggan berhenti menggunakan layanan TIX.ID. Pelanggan dapat khawatir bahwa sistem pengiriman layanan berbasis teknologi tidak akan berfungsi seperti yang diharapkan, dan kurang yakin bahwa masalah dapat diselesaikan dengan cepat.