



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

**Analisis Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan
Aplikasi Transportasi Daring Menggunakan UTAUT2 dan
Faktor Budaya Hofstede**

Thofik Nugroho

16917226

Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer

Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise

Program Studi Teknik Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

2020

Lembar Pengesahan Pembimbing

**Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Transportasi
Daring Menggunakan UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede**

Thofik Nugroho

16917226

Yogyakarta, Mei 2020



Pembimbing

Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Lembar Pengesahan Penguji

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Transportasi
Daring Menggunakan UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede

Thofik Nugroho

16917226

ISLAM

Yogyakarta, Mei 2020

Tim Penguji,

Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, Ak., CA

Ketua



Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.

Anggota I



Ahmad Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D.

Anggota II



Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika Program Magister

Universitas Islam Indonesia



Izzati Muhiyannah, ST., M.Sc., Ph.D.

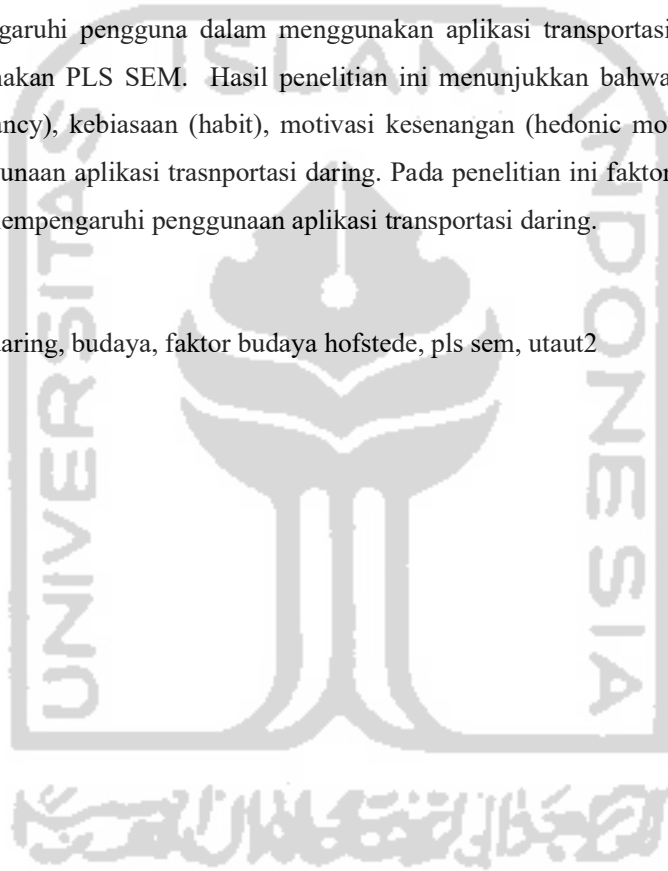
Abstrak

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Transportasi Daring Menggunakan UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede

Penting bagi perusahaan aplikasi transportasi daring untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring. Budaya menjadi faktor yang penting dalam penelitian penerimaan penggunaan teknologi. Penelitian ini menggunakan model penelitian UTAUT2 dan faktor budaya Hofstede. Tujuan utama penelitian ini akan menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi transportasi daring. Metode pengukuran menggunakan PLS SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja (performance expectancy), kebiasaan (habit), motivasi kesenangan (hedonic motivation) terbukti mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring. Pada penelitian ini faktor budaya Hofstede indulgence terbukti mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring.

Kata kunci

aplikasi transportasi daring, budaya, faktor budaya hofstede, pls sem, utaut2



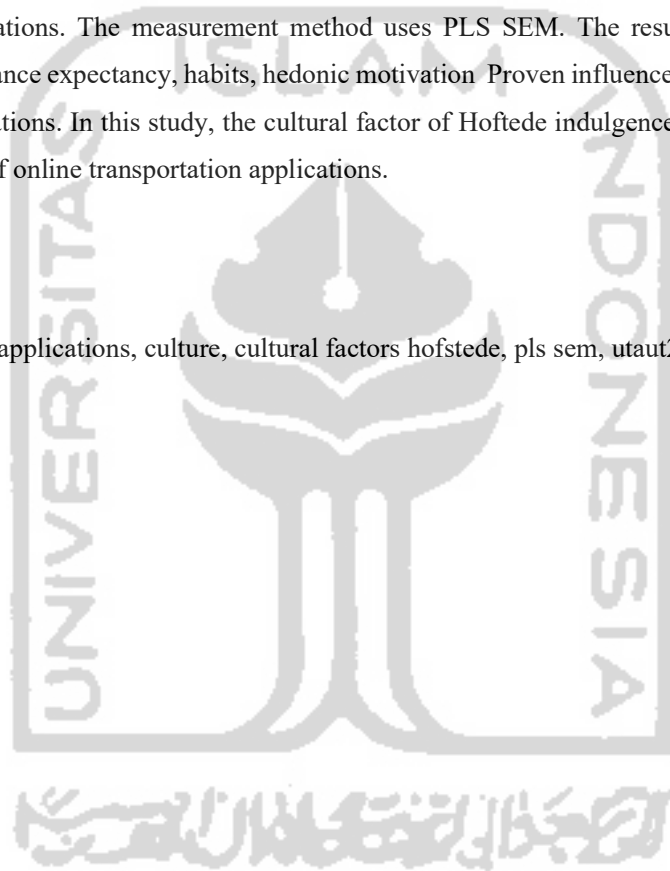
Abstract

Analysis of Factors Affecting the Use of Online Transportation Applications Using UTAUT2 and Hofstede Cultural Factors

It is important for online transportation application companies to know the factors that influence the use of online transportation applications. Culture becomes an important factor in research into the use of technology. This study uses the UTAUT2 research model and Hofstede's cultural factors. The main objective of this research will be to investigate the factors that influence users in using online transportation applications. The measurement method uses PLS SEM. The results of this study indicate that performance expectancy, habits, hedonic motivation Proven influence the use of online transportation applications. In this study, the cultural factor of Hofstede indulgence has been shown to influence the use of online transportation applications.

Keywords

online transportation applications, culture, cultural factors hofstede, pls sem, utaut2



Pernyataan Keaslian Tulisan

Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, April 2020



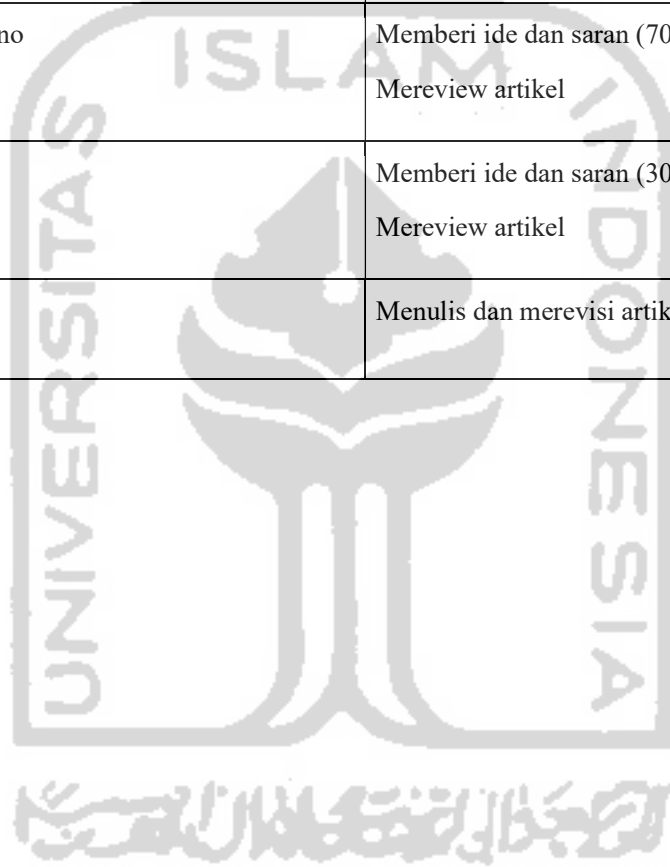
Thofik Nugroho

Daftar Publikasi

Publikasi yang menjadi bagian dari tesis

Nugroho,T., Winarno, W.W., Haryono, K. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Budaya terhadap Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan UTAUT2 dan Budaya Hofstede. Jurnal Media Informatika Budidarma (Vol4, No 2). <http://dx.doi.org/10.30865/mib.v4i2.2062>

Kontributor	Jenis Kontribusi
Wing Wahyu Winarno	Memberi ide dan saran (70%) Mereview artikel
Kholid Haryono	Memberi ide dan saran (30%) Mereview artikel
Thofik Nugroho	Menulis dan merevisi artikel(100%)



Halaman Kontribusi

Penelitian ini tidak terlepas dari berbagai saran maupun bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari pra penelitian, seminar proposal, seminar progress, hingga seminar pendadaran. Pihak-pihak tersebut, antara lain:

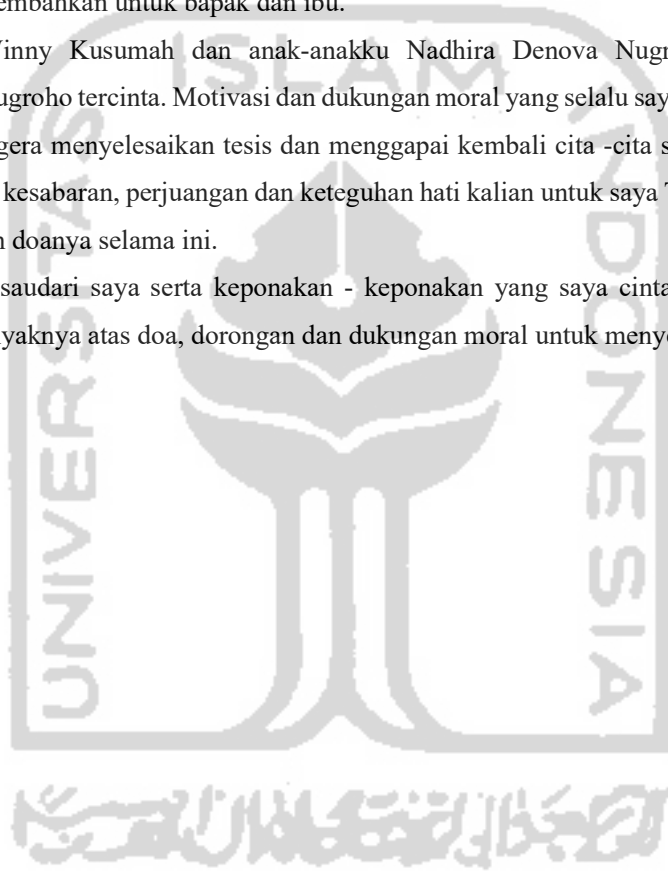
- 1) Bapak Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA
- 2) Bapak Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D
- 3) Bapak Ahmad Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D
- 4) Bapak Kholid Haryono, M.Kom



Halaman Persembahan

Pertama-tama dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Saya persembahkan karya penelitian tesis ini pada orang-orang yang selama ini telah mendukung dan selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan pendidikan magister Saya ini, khususnya kepada:

1. Ibuk dan Bapak Tersayang. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang kepada saya sampai detik ini saya selalu mendapatkan yang terbaik Namun, hanya doa yang dapat selalu kupersembahkan untuk bapak dan ibu.
2. Istri saya Winny Kusumah dan anak-anakku Nadhira Denova Nugroho, Ghanandra Mahardika Nugroho tercinta. Motivasi dan dukungan moral yang selalu saya dapatkan setiap hari untuk segera menyelesaikan tesis dan menggapai kembali cita-cita saya. Tidak dapat kubayangkan kesabaran, perjuangan dan keteguhan hati kalian untuk saya Terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.
3. Saudara dan saudari saya serta keponakan - keponakan yang saya cintai . Terima kasih sebanyak-banyaknya atas doa, dorongan dan dukungan moral untuk menyelesaikan tesis.



Kata Pengantar

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan penelitian tesis dengan judul “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Transportasi Daring Menggunakan UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede”. Adapun maksud dari penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai persyaratan dalam mencapai jenjang pendidikan Magister Teknik Informatika di Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia

Dalam proses penyelesaian tesis ini penulis tidak dapat menyelesaikannya bila tidak ada turut serta pihak lain yang juga ikut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung dalam penyusunan tesis ini, antara lain:

1. Ibu Izzati Muhimmah, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, yang selalu memberikan motivasi, semangat dan rasa sayang kepada setiap mahasiswa agar segera menyelesaikan tesis.
2. Bapak Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA, dan Bapak Kholid Haryono, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya, perhatian, dorongan moral dan memberikan berbagai saran selama proses bimbingan.
3. Bapak dan Ibu Dosen Magister Teknik Informatika, Universitas Islam Indonesia
4. Teman – teman Magister Teknik Informatika Universitas Islam Indonesia Angkatan 15 yang telah saling membantu dan memberikan dorongan semangat untuk segera menyelesaikan tesis.
5. Pihak-pihak lain yang turut membantu dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati dan terbuka menerima setiap saran atau komentar serta kritikan dari pembaca guna penyempurnaan laporan penelitian ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga penyusunan laporan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan inspirasi maupun manfaat bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, April 2020

Penulis

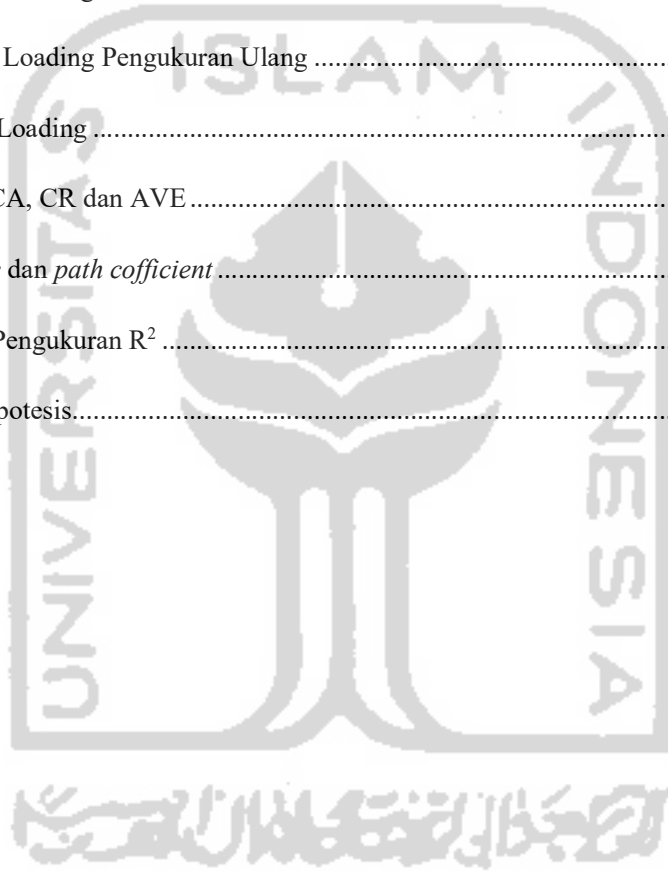
Daftar Isi

Lembar Pengesahan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan Penguji	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Pernyataan Keaslian Tulisan	vi
Daftar Publikasi	vii
Halaman Kontribusi	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Bab 1. Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
Bab 2. Tinjauan Pustaka	7
2.1 Aplikasi Trasnportasi Daring	7
2.2 Pengaruh Faktor Budaya terhadap Penggunaan teknologi Informasi	8
2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	9
2.4 Faktor Budaya Dalam UTAUT2	11
2.5 Structure Equation Modeling (SEM)	13
2.6 Partial Least Square SEM	15
BAB 3 Metodologi Penelitian	18

3.1 Studi Pustaka.....	18
3.2 Pengumpulan Data	22
3.2.1 Desain Indikator dan Kuesioner.....	23
3.2.2 Identifikasi Variabel.....	28
3.3 Hipotesis.....	29
BAB 4 Hasil dan Pembahasan	34
4.1 Gambaran Umum Responden	34
4.2 Model Analisis	35
4.3 Analisis Data	36
4.3.1 Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)	36
4.3.2 Evaluasi Inner Model (Model Struktural)	44
4.4 Pengujian Hipotesis.....	46
4.5 Pembahasan.....	51
4.5.1 Model Unified Theory of Acceptance and Used Technology (UTAUT2).....	51
4.5.2 Faktor Budaya Hofstede dan UTAUT2.....	53
4.5.3 Faktor Budaya Terhadap Penggunaan Aplikasi Transportasi Daring	53
4.6 Implikasi Penelitian.....	54
BAB 5 Kesimpulan dan Saran	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	55
Daftar Pustaka.....	57

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Kriteria Penilaian analisis PLS SEM	16
Tabel 3.1 Perbandingan Penelitian Faktor Penerimaan Transportasi Daring (Gojek)	19
Tabel 3.2 Indikator Penelitian	23
Tabel 4.1 Data Demografi	34
Tabel 4.2 Factor Loading	37
Tabel 4.3 Factor Loading Pengukuran Ulang	39
Tabel 4.4 Cross Loading	41
Tabel 4.5 Nilai CA, CR dan AVE	44
Tabel 4.6 Pvalue dan <i>path coefficient</i>	45
Tabel 4.7 Hasil Pengukuran R ²	46
Tabel 4.8 Uji Hipotesis	47



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Faktor budaya Hofstede.....	1
Gambar 2.1 Model UTAUT2(Venkatesh et al., 2012).....	11
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	12
Gambar 3.1 <i>Workflow</i> Metodologi Penelitian.....	18
Gambar 3.2 Hipotesis Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Model UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede	35
Gambar 4.2 Model Uji Validitas.....	37



Bab 1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Penting bagi perusahaan aplikasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasinya. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut perusahaan dapat melakukan strategi pemasaran dan juga dapat mendesain ulang aplikasinya.

Pengembangan Aplikasi seringkali ditujukan untuk pengguna global. Beberapa aplikasi yang dibangun ditujukan untuk pengguna global antara lain sistem operasi, word processor dan Enterprise Resource Management (ERP). Tidak mudah untuk seluruh aplikasi dapat diterima oleh masyarakat global. Hal yang paling utama adalah penggunaan bahasa, warna dan jenis huruf dalam aplikasi.

Aplikasi yang digunakan secara global dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan. Aplikasi yang digunakan secara global penting diketahui adanya pengaruh budaya terhadap penerimaan dan penggunaan (Straub, Keil, & Brenner, 1997).

Budaya adalah suatu pemrograman kolektif yang membedakan individu dari suatu kelompok dengan individu kelompok lain (Geert Hofstede & Bond, 1984). Pengertian ini menunjukkan individu suatu kelompok dengan individu kelompok lain akan berbeda pandangan terhadap suatu objek. Hofstede membagi 6 faktor budaya seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.1 yaitu *power distance index*, *individualism*, *masculinity-femininity*, *uncertain avoidance*, *long term orientation* dan *indulgence*.



Gambar 1.1 Faktor budaya Hofstede

Faktor Budaya Hofstede dapat menunjukkan pengaruh budaya terhadap preferensi dalam beberapa hal contohnya teknologi, pemimpin dan pendidikan . Berikut bagaimana faktor budaya Hofstede yang mempengaruhi preferensi anggota masyarakatnya(Sordo, 2015) :

1. Masyarakat dengan nilai *power distance index* tinggi akan melakukan preferensi terhadap sesuatu berdasarkan seseorang dengan kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan anggota masyarakat yang. Berlaku sebaliknya untuk nilai *power distance index* yang rendah.
2. Masyarakat dengan nilai *individualism* yang rendah akan memiliki preferensi terhadap sesuatu hal berdasarkan keputusan kebanyakan anggota dalam masyarakat tersebut. Berlaku sebaliknya untuk nilai *individualism* yang tinggi.
3. Masyarakat dengan nilai *masculinity* tinggi akan cenderung mementingkan hasil pencapaian yang tinggi, ketegasan dan materi sebagai tujuan. Sedangkan masyarakat yang *femininity* tinggi atau *masculinity* rendah memiliki ciri lebih mementingkan kerjasama, kesopanan dan membantu untuk anggota masyarakat yang lemah.
4. Masyarakat dengan nilai *uncertain avoidance* tinggi cenderung untuk menghindari hal-hal yang belum jelas tujuan dan hasilnya. Berlaku sebaliknya untuk nilai *uncertain avoidance* yang rendah
5. Masyarakat dengan nilai *long term orientation* yang tinggi akan menilai segala sesuatunya untuk tujuan kebaikan jangka panjang. Berlaku sebaliknya untuk nilai *long term orientation* yang rendah.
6. Masyarakat dengan nilai *indulgence* yang tinggi akan membiarkan anggota masyarakat untuk memiliki preferensi sendiri dalam menjalani hidup dan menikmati hidup. Berlaku sebaliknya untuk nilai *indulgence* yang rendah

Penerimaan sistem informasi dengan memasukkan budaya telah diteliti sebelumnya. Beberapa penelitian menunjukkan budaya berpengaruh dalam penerimaan dan penggunaan sebuah aplikasi yang digunakan secara global. Penelitian penggunaan e-commerce di Indonesia yang telah terbukti bahwa budaya mempengaruhi pengguna di Yogyakarta (Sari DR, 2018) . Penelitian aplikasi mobile banking di Afrika yang memasukkan faktor budaya dalam pengukurannya telah berhasil menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan (Baptista & Behavior, 2015). Penelitian tentang penerimaan dan penggunaan email di negara Jepang, Swiss dan Amerika Serikat (Straub et al., 1997) menunjukkan

budaya memiliki peran dalam keberhasilan penggunaannya. Penelitian perancangan tentang antar muka website yang juga dipengaruhi oleh faktor budaya (Marcus & West Gould, 2000).

Kegagalan dalam menerapkan sebuah sistem informasi salah satunya adalah tidak memperhatikan faktor budaya. Uber di Tiongkok gagal berkembang dan akhirnya diakuisisi oleh perusahaan Didi (aplikasi transportasi daring di Tiongkok) karena salah satunya gagal menggunakan faktor budaya dalam penerapan operasional aplikasinya (Susilo, 2017). Kegagalan karena tidak bisa menyesuaikan strategi operasional dalam budaya Tiongkok yang lebih menyukai aplikasi lokal. Backfence adalah sebuah perusahaan startup berbentuk website jurnalisme warga yang gagal karena konten terlalu lokal (Tahupedia, 2013). Eachnet adalah ecommerce yang diakuisisi oleh Ebay untuk melebarkan bisnisnya di China. Eachnet gagal karena gagal memahami kebudayaan dari masyarakat China dalam menggunakan ecommerce (Marketingtochina, 2018). Food Panda Indonesia adalah sebuah startup yang beroperasi untuk layanan jasa antar pesanan makanan yang akhirnya tutup pada 30 September 2016 penyebabnya adalah gagal memahami budaya Indonesia dalam pemesanan makanan (Dailysocial.id,2016). Food Panda adalah startup yang didukung perusahaan luar negeri Rocket Internet yang dirancang hanya untuk pengiriman pesanan makanan jarak dekat dan dengan jumlah tertentu. Hal ini dinilai tidak sesuai dengan budaya di Indonesia.

Aplikasi transportasi daring adalah aplikasi yang dibuat oleh perusahaan transportasi daring yang ditujukan untuk mempermudah penggunaan jasa transportasi dalam masyarakat dengan menggunakan teknologi berbasis internet. Aplikasi transportasi daring adalah salah satu aplikasi yang ditujukan untuk penggunaan global (penggunanya lintas negara). Gojek dan Grab adalah aplikasi transportasi daring yang sekarang mendominasi di Indonesia dan ASEAN. Sebelumnya ada perusahaan Uber Indonesia tetapi telah bergabung dengan Grab Indonesia. Beberapa perusahaan transportasi berbasis daring yang lain adalah blueJek, TeknoJek, LadyJek dan aplikasi lainnya.

Gojek adalah aplikasi transportasi daring asli Indonesia. Gojek adalah startup yang dibangun di tahun 2010 dan pertama kali beroperasi di Jakarta. Gojek telah menjadi aplikasi yang ditujukan untuk pengguna global. Gojek mulai ekspansi di negara Vietnam, Thailand dan Singapura. Sedangkan di Filipina saat ini masih belum bisa beroperasi karena masalah regulasi. Pengguna Gojek cukup banyak yaitu 50 juta unduhan lebih sampai pada februari tahun 2019 dalam sistem operasi Android untuk aplikasi pengguna. Sedangkan untuk

aplikasi driver terdapat 1 juta lebih unduhan. Gojek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia dengan jumlah driver mencapai 1 juta lebih dilihat dari jumlah unduhan aplikasi driver di Android.

Grab adalah aplikasi transportasi daring yang berasal dari Singapura dan beroperasi di 8 negara di ASEAN. Negara yang menjadi operasi Grab adalah Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Kamboja, Myanmar, Vietnam dan Indonesia. Jumlah unduhan total keseluruhan adalah 100 juta unduhan sampai februari 2019 dilihat di Playstore untuk sistem operasi Android. Sedangkan untuk aplikasi driver telah diunduh sebanyak 10 juta kali. Grab di Indonesia menjadi pemain kedua terbesar dibawah Gojek.

Berdasarkan penelitian EcommerceIQ Penguasaan pasar secara nasional Gojek lebih unggul dari Grab dalam hal jumlah penggunaanya. Sedangkan Data yang diambil dari Google trends perbandingan google trends Gojek vs Grab selama satu tahun Februari 2018- Februari 2019 menunjukkan bahwa Gojek dan Grab tidak bisa mendominasi disemua daerah. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan dalam penerimaan sistem transportasi daring. Data diambil dari membandingkan dua perusahaan Gojek dan Grab selama satu tahun dan menggunakan pilihan Google shopping. Data Google shopping dapat memberi gambaran banyaknya transaksi pengguna melalui aplikasi transportasi daring Gojek dan Grab.

Menurut penelitian (Baptista & Behavior, 2015) menyebutkan bahwa budaya lokal mempengaruhi akan penerimaan sebuah teknologi. Indonesia negara dengan ragam budaya yang besar dan nilai kolektivitas yang cukup tinggi. Hal ini dapat menjadi dasar budaya seharusnya menjadi salah satu dasar pengukuran penerimaan teknologi.

Menurut Hofstede sebuah sistem atau aplikasi yang dibangun dan digunakan di berbagai tempat dan menglobal harus memperhatikan faktor budaya dalam pengukuran adopsi dan keberhasilan dalam penggunaannya. Hal ini menjadi penting bagi negara dengan ragam budayanya cukup banyak.

Penelitian tentang penerimaan teknologi informasi melibatkan faktor budaya masih sedikit dilakukan di negara berkembang khususnya Indonesia (Sriwindono & Yahya, 2012). Hal ini penting dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah faktor budaya memiliki pengaruh terhadap penggunaan dan penerimaan aplikasi transportasi daring. Dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan prediksi lebih kuat terhadap penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi daring dibanding dengan penelitian sebelumnya. Penggunaan Faktor budaya dalam evaluasi penerimaan dan penggunaan transportasi daring diharapkan dapat

menemukan pandangan baru untuk mengetahui perilaku individu yang dipengaruhi oleh budaya (Baptista & Behavior, 2015).

Model Penelitian evaluasi penerimaan dan penggunaan ICT (Information and Communication Technology) untuk negara maju dan negara berkembang adalah berbeda hal ini karena pengaruh budaya (Sriwindono & Yahya, 2012). Kepercayaan dan nilai yang dibagi dalam sebuah komunitas dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam perubahan penggunaan teknologi (England, 1975). Hal ini memperkuat untuk diadakannya penelitian memasukan faktor budaya dalam evaluasi penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi daring.

Penelitian ini menggunakan model penelitian UTAUT2 untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring. Untuk menambah penjelasan faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring maka akan ditambahkan faktor budaya. Penelitian ini akan memasukkan faktor budaya terhadap perilaku penggunaan aplikasi transportasi daring dengan studi kasus Gojek dan Grab. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran pengaruh kebudayaan terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. Kontribusi pada penelitian ini ditujukan kepada para praktisi atau operator aplikasi transportasi daring dan juga bagi pengetahuan. Bagi operator hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mendesain ulang, melakukan perbaikan pada aplikasi dan juga mendesain ulang strategi pemasarannya serta cara berkomunikasi yang efektif untuk mendapatkan nilai penerimaan yang lebih baik untuk setiap daerah yang akan menjadi target pemasaran. Bagi ilmu pengetahuan hal ini dapat diketahui bahwa faktor budaya semakin penting dimasukan dalam evaluasi sebuah sistem informasi atau aplikasi yang digunakan secara luas atau global.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring ?
- b. Faktor budaya apa yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring dari faktor budaya Hofstede?
- c. Bagaimana peran faktor budaya mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring?

1.3. Batasan Masalah

- a. Lingkup penelitian ini dibatasi pada pengguna Gojek dan Grab untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi penelitian Yogyakarta dipilih karena pengguna aplikasi transportasi daring banyak sehingga mudah mencari responden.

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring
- b. Untuk mengetahui apakah faktor budaya berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan transportasi daring
- c. Untuk mengetahui peran faktor budaya apa saja yang berpengaruh dalam penerimaan dan penggunaan transportasi daring

1.5. Manfaat Penelitian

1. Perusahaan Sistem Transportasi daring: pengembang sistem untuk memperhatikan faktor budaya dalam mendesain ulang antarmuka pengguna, melakukan perbaikan pada aplikasi dan juga mendesain ulang strategi pemasarannya serta cara berkomunikasi yang efektif untuk mendapatkan nilai penerimaan yang lebih baik untuk setiap daerah yang akan menjadi target pemasaran.
2. Peneliti dan Ilmu Pengetahuan
 - a. Meyakinkan bahwa faktor budaya semakin penting dimasukkan dalam evaluasi sebuah sistem informasi atau aplikasi yang digunakan secara luas atau global.
 - b. Memberikan gambaran pengaruh kebudayaan terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring

Bab 2. Tinjauan Pustaka

2.1 Aplikasi Transportasi Daring

Aplikasi transportasi daring hadir pertama kali adalah Uber. Keberadaan aplikasi transportasi daring ini hadir karena sulitnya mendapatkan layanan taksi dari sang pendiri Uber. Travis Kalanick dan Garret Camp kesulitan dalam mencari mobil sewaan atau taksi saat malam bersalju di Paris pada tahun 2008. Hal ini menjadi ide dasar dalam menciptakan aplikasi transportasi daring Uber.

Aplikasi transportasi daring hadir untuk menjembatani antara pengemudi (driver) dengan penumpang yang akan menggunakan jasa transportasi melalui aplikasi berbasis daring. Kemunculan aplikasi transportasi daring Uber pada tahun 2009 menjadi tonggak disrupsi teknologi bidang jasa transportasi.

Kehadiran aplikasi transportasi daring telah menjadi solusi sekaligus kontroversi dalam masyarakat. Pihak pemilik jasa transportasi konvensional pada awalnya menolak akan hadirnya aplikasi transportasi daring di berbagai negara. Hal ini dikarenakan telah menyalahi peraturan transportasi umum di beberapa negara. Pada awalnya untuk transportasi konvensional beberapa yang menolak akhirnya tidak bisa meredam keinginan pengguna untuk beralih menggunakan aplikasi transportasi daring. Beberapa perusahaan taksi konvensional (contoh: Blue Bird) bergabung menjadi bagian dari aplikasi transportasi daring dan ada yang mengalihkan sebagian cara pemesanan taksi menggunakan aplikasi transportasi dari yang mereka bangun sendiri.

Hadirnya Uber menjadi inspirasi beberapa perusahaan startup untuk memulai membangun aplikasi transportasi online lokal. Grab dan Gojek adalah perusahaan startup aplikasi transportasi daring yang sukses untuk kawasan Asia Tenggara. Keduanya menjadi pesaing utama bagi Uber. Pada bulan Maret 2018 akhirnya Uber di Asia Tenggara diakuisisi oleh Grab dan mengakhiri persaingannya dengan Gojek dan Grab.

Penyebab Uber kalah dalam persaingan adalah pengguna yang semakin menurun dan kalah persaingan dari dua perusahaan startup Grab dan Gojek. Uber di beberapa negara mengalami hal sama dengan kalah dari perusahaan startup aplikasi transportasi daring lokal. Selain di kawasan Asia Tenggara, Uber juga mengalami kekalahan dari perusahaan aplikasi transportasi daring di China yaitu Didi. Hal ini menunjukkan ada beberapa hal yang menyebabkan aplikasi Uber kalah dalam hal pengguna.

2.2 Pengaruh Faktor Budaya terhadap Penggunaan teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi adalah tuntutan dari perkembangan sosial. Perkembangan sosial dalam masyarakat tidak bisa dipisahkan dari budaya yang berlaku di dalamnya. Penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh budaya lokal yang melekat bagi individu.

Pada penelitian sebelumnya yang mendalami hubungan antara teknologi informasi dan budaya ada tiga tema besar di dalamnya yaitu (Leidner & Kayworth, 2006) :

- a. Penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh budaya
- b. Budaya dipengaruhi perkembangan teknologi informasi
- c. Budaya penggunaan teknologi informasi

Penerimaan teknologi informasi tidak bisa dipisahkan dari budaya, hal ini telah terbukti dalam beberapa penelitian yang telah dilakukan. Penerimaan teknologi e-learning telah terbukti bahwa budaya menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam penerimaan dan penggunaannya (Alamri, 2014). Pengaruh budaya dalam penggunaan *internet banking* (Im, Hong, & Kan, 2011). Budaya juga mempengaruhi penggunaan komputer *desktop* di Arab Saudi (Al-Gahtani, Hubona, & Wang, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian penerimaan teknologi tidak bisa dipisahkan dari faktor budaya.

Penelitian penerimaan penggunaan teknologi informasi menjadi sangat penting dalam beberapa level budaya seperti level nasional, organisasi atau group tertentu. Budaya bisa jadi menjadi penentu dalam kesuksesan dalam implementasi dan penggunaan teknologi informasi (Leidner & Kayworth, 2006).

Faktor budaya Hofstede menjadi pilihan dalam penelitian ini karena dapat digunakan dalam penelitian pengaruh budaya dalam level organisasi dan individual (Farzianpour, Abbasi, Foruoshani, & Jafari, 2016). Faktor budaya Hofstede dapat digunakan pada tingkat individu untuk menunjukkan variabel perbedaan individu (Kirkman, Lowe, & Gibson, 2006; Srite & Karahanna, 2006).

Faktor budaya Hofstede pertama kali dikembangkan oleh Geert Hofstede pada tahun 1980 yaitu seorang professor emeritus dari Universitas Maastricht di Belanda . Faktor budaya hofstede yang awalnya empat telah berkembang menjadi enam faktor. Berikut adalah penjelasan enam faktor budaya Hofstede :

- *Power distance* digunakan untuk mengukur sejauh mana anggota dalam sebuah masyarakat yang tidak memiliki kekuasaan menerima bahwa ada ketidakadilan distribusi kekuasaan pada masyarakat tersebut (Geert Hofstede, 2001).
- *Individualism* kecenderungan dari anggota masyarakat untuk mementingkan diri sendiri atau orang terdekat saja (pasangan, anak, orang tua). *Collectivism* merupakan tendensi dari sebuah masyarakat yang berkelompok untuk saling menjaga satu sama lain (Geert Hofstede, 2001).
- *Masculinity* menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat adalah kesuksesan, uang dan kepemilikan. Sedangkan *femininity* menunjukkan bahwa nilai-nilai dari masyarakat dominan dengan rasa peduli terhadap sesama, harmoni dan ketenangan hidup (Geert Hofstede, 2001). Pada masyarakat yang maskulin lebih mengedepankan pada pendapatan, pengakuan, kemajuan dan tantangan. Pada masyarakat yang feminim lebih mengedepankan harmoni dalam hubungan dengan atasan, kerjasama, pekerjaan yang dapat diandalkan dan hidup di tempat tinggal yang nyaman (G Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2010).
- *Uncertain Avoidance* menunjukkan sejauh mana masyarakat merasa terancam dengan situasi yang tidak pasti, ambigu dan tidak terstruktur (G Hofstede, Hofstede, Minkov, & Vinken, 2008).
- *Long term orientation* menunjukkan dalam masyarakat memiliki nilai-nilai yang terkait dengan keyakinan akan keberhasilan di masa depan seperti kegigihan dan penghematan. Dalam masyarakat cenderung berfikir untuk kepentingan jangka panjang. *Short term orientation* menunjukkan dalam masyarakat memiliki nilai-nilai yang terkait dengan masa lalu dan masa kini seperti penghormatan terhadap tradisi, menyelamatkan harga diri seseorang dan memenuhi kewajiban sosial (Geert Hofstede, 2001). Masyarakat dengan short term orientation memerlukan hasil segera dalam waktu yang singkat.
- *Indulgence* menunjukkan dalam masyarakat yang sangat toleransi dalam pengekspresian hasrat dan perasaan terutama dalam pemanfaatan waktu luang, mencari hiburan bersama teman, pemberian barang, konsumsi dan sampai pada hal-hal berkaitan dengan seksual. Sedangkan *restraint* menunjukkan masyarakat membatasi atas kesenangan-kesenangan anggotanya (G Hofstede et al., 2008).

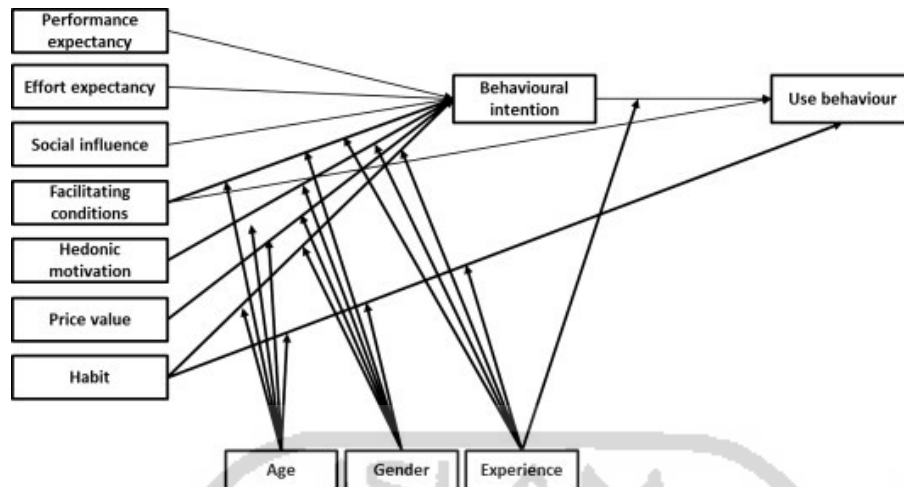
2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Dalam penelitian evaluasi penerimaan teknologi memerlukan model yang tepat sesuai dengan konteks penelitian (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003). Model

penelitian dibangun dari beberapa teori disiplin ilmu yaitu Psikologi, sosiologi dan Teknologi informasi (Boonchai, 2009). Pada tahun 2003 Venkatesh mengajukan sebuah model evaluasi penerimaan teknologi yang baru dari gabungan delapan model penerimaan teknologi yang sebelumnya sudah ada. Delapan model evaluasi penerimaan teknologi yang digabungkan yaitu Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivation Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combined TAM and TPB (c-TAM-TPB), Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), Social Cognitive Theory (SCT).

UTAUT telah banyak digunakan dalam penelitian penerimaan teknologi. Menurut penemunya UTAUT berhasil meningkatkan persentase dalam menjelaskan faktor penerimaan teknologi dibandingkan dengan model yang sebelumnya. UTAUT telah dapat menjelaskan rata-rata hampir 70% faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi dibandingkan model lainnya yang hanya sekitar 40% (Venkatesh et al., 2003). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UTAUT dapat membantu untuk mengerti faktor yang menjadi dasar seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu. (menyebutkan banyak penelitian sebelumnya)

UTAUT pada kemunculannya 2003 digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap faktor penerimaan teknologi informasi secara luas bagi pengguna. Pengguna yang dijadikan sampel pada penelitian yang menggunakan UTAUT banyak dari organisasi atau perusahaan. Pada perkembangannya Venkatesh et al. pada tahun 2012 mengembangkan UTAUT telah menjadi UTAUT2. Hal ini dilakukan oleh Venkatesh setelah melihat pengguna teknologi bisa diluar sebuah organisasi. UTAUT2 pada dasarnya digunakan untuk melakukan penelitian evaluasi penerimaan teknologi bagi konsumen akhir (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Pada gambar 2.1 menunjukkan model UTAUT2. Pada UTAUT hanya ada 6 variabel yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Behavioural Intention* dan *Use Behaviour* serta moderasi *Age*, *Gender* dan *Experience*. Sedangkan pada UTAUT2 ditambahkan 3 variabel yang digunakan untuk prediksi yang melatarbelakangi penggunaan teknologi yaitu *Hedonic Motivation*, *Prive Value* dan *Habit*.



Gambar 2.1 Model UTAUT2(Venkatesh et al., 2012)

Untuk memperoleh hasil penelitian lebih baik dalam evaluasi penerimaan teknologi, model penelitian dimodifikasi sesuai dengan konteks penelitian. Hal ini juga disarankan oleh Venkatesh untuk memodifikasi UTAUT dan UTAUT2 disesuaikan dengan konteks penelitian. UTAUT kemunculannya adalah di Amerika Serikat yang merupakan negara maju. Penggunaan UTAUT dan UTAUT2 pada negara berkembang dan atau negara tidak maju menjadi tantangan tersendiri. Pada penelitian ini akan memodifikasi UTAUT2 untuk disesuaikan dengan konteks penelitian dengan harapan dapat memberikan hasil yang lebih baik (Venkatesh et al., 2012).

2.4 Faktor Budaya Dalam UTAUT2

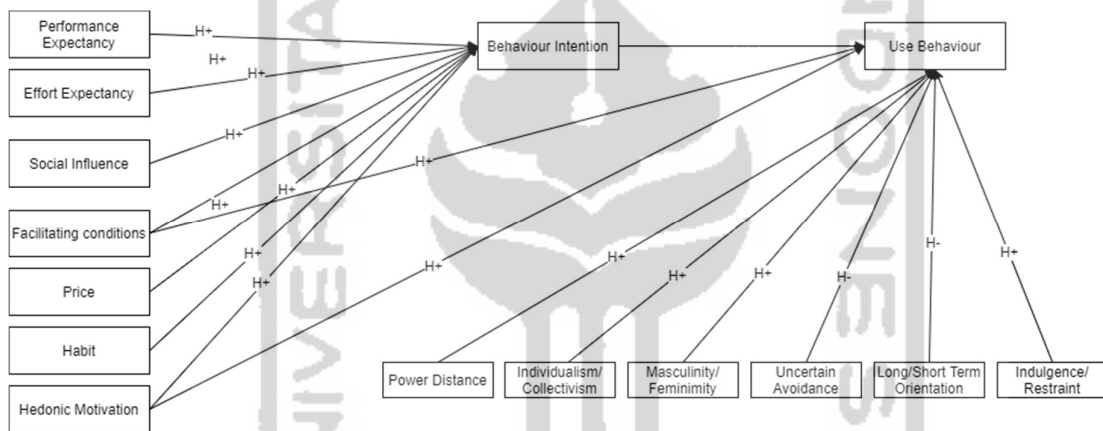
Penggunaan teknologi informasi tidak bisa dipisahkan budaya (Qingfei,2008). Adopsi teknologi adalah masalah budaya dan proses pengambilan keputusan yang rasional (Il Im et.al,2011). Karena teknologi digunakan dalam banyak konteks, budaya dapat diharapkan untuk memainkan peran dalam adopsi dan penggunaan teknologi. Contohnya penggunaan sistem akuntansi (Chae,2004), penggunaan website (Robbins,2003) menunjukkan bahwa budaya memainkan peranan penting dalam penerimaan teknologi.

Model UTAUT dan UTAUT2 tidak memasukkan variabel budaya dalam evaluasi penerimaan dan penggunaan teknologi. Hal ini terjadi karena UTAUT dan UTAUT2 diajukan oleh Venkatesh dan koleganya berasal dari negara maju. Penelitian di negara berkembang dan tidak maju dapat memasukkan budaya sebagai salah satu variabel penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi (Straub, 1994).

Penerimaan teknologi oleh pengguna salah satu faktor penting adalah budaya (Straub et al., 1997). Faktor budaya Hofstede adalah salah satu faktor budaya yang telah banyak

digunakan dalam penelitian penerimaan teknologi. Penelitian yang telah memasukan faktor budaya Hofstede menjadi salah satu variabel penerimaan teknologi melibatkan pengguna dari berbagai negara. Hal ini dikarenakan faktor budaya Hofstede sebelumnya ditujukan untuk level budaya nasional. Penelitian memasukkan budaya dalam mempengaruhi penerimaan teknologi telah digunakan untuk budaya local, hal ini berhasil menjelaskan bahwa budaya memiliki peranan penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi (Al-Gahtani et al., 2007; Baptista & Behavior, 2015; Srite & Karahanna, 2006; Sriwindono & Yahya, 2012)

Penelitian ini akan memodifikasi UTAUT2 dengan memasukan faktor budaya Hofstede sebagai moderasi niat penggunaan teknologi (intention of use) dan kebiasaan penggunaan teknologi (use behaviour).



Gambar 2.2 Model Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan UTAUT2 sebagai konstruk utama.. Modifikasi lainnya adalah tidak memasukan Age, Gender dan Experience dalam Model penelitian. Umur tidak berpengaruh signifikan dalam adopsi sebuah inovasi teknologi (Lewis, Fretwell, Ryan, & Parham, 2013). Gender juga menjadi tidak terlalu berpengaruh dalam adopsi sebuah teknologi (Pascual-Miguel, Agudo-Peregrina, & Chaparro-Peláez, 2015). Penelitian sebelumnya di Brasil dalam adopsi teknologi mobile banking tidak memunculkan bukti bahwa umur dan gender berpengaruh penting dalam adopsi teknologi (IBGE, 2013). Penelitian tentang aplikasi transportasi daring tidak memasukan experience karena aplikasi ini merupakan aplikasi startup dan penggunaannya masih termasuk baru. Experience tidak dimasukkan dalam penelitian ini karena bukan penelitian *longitudinal* tetapi merupakan penelitian *cross sectional* (Indrawati & Putri, 2018). Oleh karena itu, pada penelitian ini tidak akan menggunakan Age, Gender dan Experience.

UTAUT2 digunakan dalam penelitian ini karena merupakan pengembangan dari UTAUT yang gabungan dari beberapa model penerimaan teknologi informasi dan dianggap cukup lengkap untuk evaluasi teknologi informasi dan ditujukan pada pengguna akhir (Venkatesh et al., 2012). Sedangkan untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap penggunaan dan penerimaan sistem transportasi daring dimasukan faktor budaya Hofstede.

Faktor budaya Hofstede akan berperan dalam mempengaruhi penggunaan teknologi secara langsung. Pada penelitian sebelumnya faktor budaya telah digunakan sebagai antecedent dari variabel UTAUT dan UTAUT2. Pada penelitian lain faktor budaya juga digunakan sebagai moderasi antara niat penggunaan(BI) dengan kebiasaan menggunakan(UB). Dalam beberapa penelitian yang lain faktor budaya sebagai antecedent dan meoderasi tidak terbukti signifikan dalam mempengaruhi penggunaan teknologi. Pada penelitian ini menggunakan faktor budaya secara langsung sebagai faktor yang mempengaruhi kebiasaan menggunakan teknologi(UB).

2.5 Structure Equation Modeling (SEM)

Dalam sebuah penelitian harus ditentukan teknik analisis yang tepat untuk memperoleh hasil yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian yang baik seharusnya dapat memilih teknik analisis yang tepat sesuai dengan karakteristik dari metode dan model penelitian. Hal ini harus dilakukan analisis awal terhadap data yang akan diperoleh saat penelitian dan pembangunan model penelitian yang akan digunakan.

Penelitian ini akan menggunakan metode kuisioner yang akan diisi sendiri oleh para responden. Sedangkan model dibangun dengan memodifikasi model UTAUT2 dengan menambahkan faktor budaya Hofstede sebagai moderasi. Dari model penelitian yang telah dibangun teknik analisis yang tepat bagi penelitian ini adalah SEM (Structured Equation Modeling).

SEM (Structure Equation Modeling) adalah teknik statistik multivariat yang merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi dengan tujuan untuk menguji hubungan antar variabel pada sebuah model. Pengujian variabel bisa antar konstruk atau hubungan antar indikator dengan konstruknya. SEM digunakan untuk melakukan analisis model yang kompleks. Pada SEM terdapat Variabel laten yang diukur dengan menggunakan indikator.

Variabel laten dalam SEM ada dua jenis yaitu eksogen dan endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang tidak ada variabel yang mendahuluinya(Predessor).Variabel

eksogen dapat didefinisikan juga sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen (Santoso, 2018). Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang terdapat variabel yang mendahuluinya. Variabel endogen dapat didefinisikan juga sebagai variabel dependen yang dipengaruhi variabel independen. Dalam sebuah model SEM kemungkinan terdapat satu variabel lagi sebagai moderator yang disebut intervening atau intermediating (Haryono, 2017).

Pada SEM terdapat dua pengukuran (measurement) yaitu measurement model dan structural model (Santoso, 2018). Measurement model digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator yang membangunnya. Structural model digunakan untuk menggambarkan hubungan antar konstruk atau variabel laten yang terdapat dalam model.

SEM digunakan untuk melakukan analisis dengan mengkonfirmasi sebuah model yang dibangun dari variabel laten. SEM terdapat dua jenis analisis yaitu Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) (Jöreskog, 1969) dan Variance or Component Based Structural Equation Modeling (VB-SEM) (Wold, 1974).

Analisis dengan menggunakan CB-SEM dapat diterapkan dalam penelitian dengan kriteria yaitu jumlah sampel besar, data harus terdistribusi multivariat normal, indikator bersifat reflektif, model harus berdasarkan landasan teori dan memiliki indeterminasi. Analisis menggunakan CB-SEM lebih tepat digunakan dalam penelitian untuk mengkonfirmasi model yang digunakan sesuai dengan model empirisnya (Haryono, 2017).

Analisis dengan menggunakan VB-SEM dapat diterapkan dalam penelitian untuk menguji model baru tanpa landasan teori yang kuat. VB-SEM digunakan untuk pengembangan model. Analisis VB-SEM digunakan untuk Model yang dibangun dengan menambahkan variabel-variabel lain diluar model empirisnya (Haryono, 2017).

Pada penelitian ini menggunakan VB-SEM dimana dibangun modifikasi dari model yang telah ada yaitu UTAUT2 dengan menambahkan variabel faktor budaya Hofstede. VB SEM dapat juga disebut PLS SEM. Penelitian menggunakan PLS SEM hasilnya tidak bisa digeneralisasi untuk dijadikan model teoritis yang kuat secara umum. Hasil dari PLS SEM digunakan untuk mengungkap fenomena yang diangkat dalam penelitian ini dan menunjukkan hubungan prediktif antar variabel.

Dalam menggunakan analisis SEM ada beberapa langkah yang dilakukan. Berikut adalah langkah – langkah dalam menggunakan analisis SEM :

- a. Identifikasi dan rumusan masalah
- b. Kajian pustaka dan hipotesis
- c. Penyusunan kerangka model penelitian
- d. Penyusunan variabel kuesioner
- e. Menentukan sampel penelitian
- f. Pengumpulan data
- g. Estimasi model
- h. Uji kesesuaian model
- i. Hasil Uji sesuai
- j. Kesimpulan dan pembahasan

2.6 Partial Least Square SEM

PLS SEM merupakan salah satu metode analisis dalam penelitian kuantitatif dari SEM yang biasanya juga disebut Variance atau Component Based SEM. PLS SEM adalah teknik analisis multivariat untuk analisis yang memiliki sifat prediktif dengan teori yang lemah(Haryono, 2017). Tujuan dari penggunaan PLS SEM adalah menguji hubungan prediktif antar konstruk. Tujuan utama PLS SEM adalah untuk memprediksi dan mengembangkan teori (Sarwono, 2012).Hal ini untuk melihat adanya hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. PLS SEM digunakan untuk penelitian bukan untuk menguji teori kuat yang telah ada, tetapi digunakan untuk mengembangkan teori. PLS SEM hanya menggunakan model hubungan variabel yang recursif (searah)(Sarwono, 2012).

Beberapa penelitian memilih menggunakan PLS SEM dengan alasan sampel data kecil, tidak memerlukan data dengan distribusi normal. PLS SEM masih bisa digunakan untuk analisis meskipun data yang diperoleh berdistribusi normal. PLS SEM telah digunakan untuk banyak penelitian dan dapat menjelaskan serta mengganbarkan hubungan antar konstruk yang dibangun dalam model penelitian.

Dalam analisis dengan menggunakan PLS SEM ada dua tahapan besar yaitu estimasi model dan evaluasi model. Ada tiga tahap dalam estimasi model yaitu membuat skor variable laten(weight estimate), analisis koefisien jalur (path coefficient) dan koefisien model pengukuran (loading factor), terakhir analisis parameter lokasi(Haryono, 2017).

Tahap evaluasi model terdapat dua tahap yaitu evaluasi outer model (measurement model) dan evaluasi inner model (Structural Measurement).

PLS SEM juga dapat dibagi menjadi tiga komponen yaitu model struktural, model pengukuran dan skema pembobotan (Sarwono, 2012). Model struktural yang disebut model bagian dalam (inner model) dimana semua variabel laten dihubungkan berdasarkan suatu teori. Model pengukuran (outer model) atau model bagian luar menghubungkan indikator dengan variabel laten. Satu indikator hanya dapat dihubungkan dengan satu variabel laten. Skema pembobotan digunakan untuk tujuan memberi bobot bagian dalam.

Data yang digunakan dalam penelitian dengan analisis menggunakan PLS SEM tidak harus banyak, tidak harus berdistribusi normal, jenis data tidak harus interval bisa nominal atau ordinal. Jumlah data dapat menggunakan cara mengalikan 10 dari jumlah indikator formatif terbanyak yang menuju ke sebuah variabel laten yang biasa disebut dengan *the 10-times rule method* (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011; Peng & Lai, 2012). Sampel data yang dipilih menggunakan pendekatan non-probabilistic seperti accidental sampling, purposive sampel dan teknik pengumpulan sampel lainnya.

Pada analisis menggunakan PLS SEM terdapat kriteria penilaian analisis. Kriteria penilaian analisis PLS dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Kriteria Penilaian analisis PLS SEM

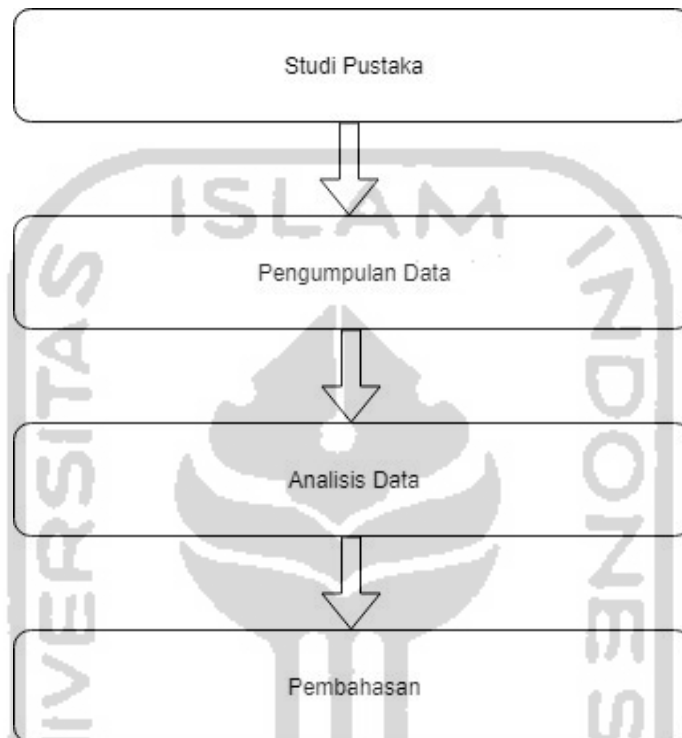
No	Kriteria	Deskripsi
1	Loading Factor	Nilai loading factor $\geq 0,5$
2	Cross Loading	Nilai cross loading setiap indikator harus lebih besar dari nilai cross loading indikator pada konstruk lainnya
3	Composite reliability	Nilai composite reliability $\geq 0,6$ digunakan untuk menghitung internal consistency
4	AVE	Nilai digunakan untuk menjelaskan seberapa bagus indikator menjelaskan variabel laten AVE $> 0,5$
5	Korelasi konstruk Laten	Nilai korelasi antar variabel laten lebih kecil dari nilai akar kuadrat AVE
6	R square	Nilai R2 sebesar $> 0,7$ dikategorikan sebagai kuat (Sarwono) Nilai R2 sebesar 0,67 dikategorikan sebagai substansial

		<p>Nilai R2 sebesar 0,33 dikategorikan sebagai moderate</p> <p>Nilai R2 sebesar 0,19 dikategorikan sebagai lemah (Chin, 1988)</p>
7	Pvalues	<p>Nilai signifikansi Pvalues $\leq 0,1$(cukup signifikan)</p> <p>Nilai signifikansi Pvalues $\leq 0,05$(signifikan)</p> <p>Nilai signifikansi Pvalues $\leq 0,01$(sangat signifikan)</p>
8	Path Coefficient	<p>Menunjukkan hubungan pengaruh variabel independent dan variabel dependent. Nilai path coefficient positif maka menunjukkan pengaruh positif sedangkan nilai path coefficient negatif menunjukkan pengaruh negatif.</p>



BAB 3 Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa tahap yang akan dilakukan untuk memperoleh hasil yang digunakan untuk dianalisis dan menghasilkan kesimpulan. Tahapan metodologi penelitian dapat di lihat pada gambar 3.1 di bawah ini.



Gambar 3.1 *Workflow* Metodologi Penelitian

3.1 Studi Pustaka

Model penerimaan teknologi informasi pada negara maju berbeda dengan negara berkembang khususnya dalam faktor budaya (Sriwindono & Yahya, 2012). Penerimaan teknologi di era globalisasi berbeda di setiap negara hal ini bergantung pada budaya yang melekat pada negara tersebut. Faktor budaya menjadi penting dalam menunjukkan perilaku penggunaan teknologi informasi (Straub et al., 1997) untuk digunakan membuat evaluasi penerimaan di negara dengan nilai kolektivitas tinggi.

Penelitian tentang penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi daring telah dilakukan sebelumnya. Penelitian sebelumnya tentang faktor penggunaan aplikasi transportasi daring memberikan gambaran tentang faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang menggunakan aplikasi transportasi daring. Penelitian sebelumnya menunjukkan

bahwa faktor kemudahan penggunaan dan manfaat dari aplikasi transportasi daring telah berpengaruh sesuai dengan model evaluasi penerimaan teknologi TAM (Technology Acceptance Model) (Fatuh Miyatul, 2017; Septiani, Handayani, & Azzahro, 2017; Yunanto, 2016). Penelitian lain menyebutkan bahwa faktor harga, keamanan, kepercayaan, kenyamanan dan kecepatan (Bayu, 2018; Harish AG, 2016; Pangaribuan & Wijaya, 2016; Wibisono T, N Universari, 2017) menjadi alasan pengguna menggunakan aplikasi transportasi daring Indonesia. Penelitian lain juga telah menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dalam melakukan evaluasi terhadap penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi daring (Kartiningtyas, 2017; Soebali & Mandiri, 2017). Faktor budaya telah dimasukkan dalam penelitian penerimaan aplikasi transportasi daring tetapi belum jelas disebutkan faktor budaya manakah yang berpengaruh (Pangaribuan & Wijaya, 2016). Perbandingan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel 3.1 yang menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi dari penerimaan dan penggunaan dari aplikasi transportasi daring.

Tabel 3.1 Perbandingan Penelitian Faktor Penerimaan Transportasi Daring (Gojek)

No	Peneliti	Judul	Metode/Model Evaluasi	Faktor yang Berpengaruh
1	Septiani et al,2017	Factors that Affecting Behavioral Intention in daring Transportation Service: Case study of GO-JEK	TAM, TPB, DOI	faktor internal (perceived ease of use),faktor eksternal(subj ective norm),karakteristik inovasi(comp ability) dan faktor lain(percieved enjoyment dan variety of service)

2	Pangaribuan et.al,2016	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi di PT. Gojek Indonesia	(Hasslinger, Hodzic, & Opazo, 2008; Sangaji, Sopiah, 2012)	Faktor eksternal(referensi variabel, budaya, ekonomi, persaingan harga, persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap internet), psikologis, internal, motivasi dan hemat
3	Aldrianto et.al,2017	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi daring di PT. Uber Indonesia	(Hasslinger et al., 2008; Sangaji, Sopiah, 2012)	Faktor eksternal,situasional,internal ,kepercayaan, psikologis
4	Wibisono et.al,2017	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Transportasi Gojek di Kota Semarang: Sebuah Analisis Kualitatif	Kualitatif (interview)	harga(hemat), kenyamanan (keamanan,keudahan,kepraktisan),keuntungan(promosi penjualan) dan faktor psikologis (motivasi)

5	Haris et.al,2016	Analisis Faktor-faktor pembentuk preferensi konsumen Gojek di Kota Jakarta	(Syahputra, 2014),(Dagun et al dalam Rifusua, 2006) dan (Purnama et al, 2011)	kenyamanan, kecepatan, kepercayaan, kepraktisan, keamanan, tarif
6	Yunanto, 2016	Perceived ease of use, Word of mouth, dan Brand image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi Gojek di Kota Tangerang	Perceived ease of use, Word of mouth dan Brand image(kuantitatif)	Perceived ease of use, Word of mouth dan Brand image
7	Soebali et.al,2017	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Gojek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	UTAUT	performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions
8	Kartiningtyas,2017	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Gojek di Semarang Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology(UTAUT)	UTAUT	performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions
9	Fatuh Miyatul,2017	Pengaruh Promosi Penjualan,Percieved Ease of Use dan Percieved Usefulness Terhadap	TAM+Promosi Penjualan	Promosi penjualan,percieved ease of use dan

		Keputusan Menggunakan Transportasi daring(Studi Pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat)		percieved Usefulness
10	Aprian,2018	Pengaruh Harga,Iklan Internet,Pelayanan dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Transportasi Ojek daring Pada PT. Gojek Indonesia	Konstruk(Harga,Iklan internet,Pelayanan dan Keamanan)	Harga,Iklan internet,Pelayanan dan Keamanan

Penerimaan sebuah teknologi dari beberapa komunitas atau group lokal dengan berbeda budaya menghasilkan penerimaan yang berbeda (Baptista & Behavior, 2015). Hal ini memperkuat bahwa faktor budaya seharusnya dimasukkan dalam konstruk penerimaan dan pengukuran pengaruh dalam penggunaan teknologi yang ditujukan untuk pengguna global. Oleh karena itu penelitian ini akan memasukan faktor budaya untuk melakukan investigasi lebih lanjut tentang penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi daring.

Pada penelitian ini menggunakan enam faktor budaya Hofstede yaitu *Power Distance, Individualism vs Collectivism, Masculinity vs Femininity, Uncertainty Avoidance, Long Term vs Short Term Orientation* dan *Indulgence vs Restraint*. Faktor budaya Hofstede telah banyak digunakan dalam penelitian.

Beberapa penelitian menunjukkan faktor budaya Hofstede (Baptista & Behavior, 2015; Marcus & West Gould, 2000; Sriwindono & Yahya, 2012; Straub et al., 1997) telah luas pengaruhnya pada penelitian sebelumnya. Untuk peneitian penerimaan sebuah teknologi informasi negara-negara dengan tingkat kolektivitasnya tinggi telah banyak memasukan faktor budaya hofstede. Penelitian ini dengan studi kasus di Indonesia dengan budaya yang beragam akan menggunakan faktor budaya Hofstede dan studi kasus penerimaan dan penggunaan Sistem Transportasi daring.

3.2 Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode positivistik dengan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode kuisioner untuk mendapatkan data yang kemudian digunakan

untuk melakukan analisis terhadap temuan. Objek penelitian adalah pengguna transportasi daring di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.1 Desain Indikator dan Kuesioner

Desain Indikator dan kuesioner untuk UTAUT2 menggunakan indikator yang digunakan oleh Venkatesh (2012) dan disesuaikan dengan objek penelitian yaitu pengguna aplikasi transportasi daring. Sedangkan untuk indikator faktor budaya menggunakan indikator dari penelitian Srite & Karahanna (2006) dan Hassan et al (2011) yang disesuaikan dengan bahasa dan objek penelitian. Variabel Indulgence/Restraint (IR) menggunakan indicator yang dibuat oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan metode pengukuran dan analisis PLS SEM, jumlah sampel data yang dibutuhkan adalah 10 kali jumlah indikator terbanyak yang membentuk sebuah variabel (Hair et al., 2011). dalam penelitian ini jumlah indikator terbanyak adalah 4 indikator jadi minimal jumlah sampel data adalah 40.

Dalam memberikan tanggapan dari kuesioner para partisipan mengisikan dengan memilih skala Likert mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5(sangat setuju).

Tabel 3.2 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
Performance Expectancy (PE)	Layanan aplikasi transportasi daring berguna dalam kehidupan sehari-hari pengguna	PE1	(Venkatesh et al., 2012, 2003)
	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring meningkatkan produktivitas pengguna	PE2	
	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring membantu menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat	PE3	
	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring meningkatkan peluang untuk mencapai sesuatu itu penting bagi penggunanya	PE4	

Effort Expectancy (EE)	Mudah bagi mempelajari cara menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	EE1	(Venkatesh et al., 2012, 2003)
	Interaksi dengan layanan aplikasi transportasi daring jelas dan dapat dimengerti	EE2	
	Mudah menemukan layanan aplikasi transportasi daring	EE3	
	Mudah untuk terampil menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	EE4	
Social Influence (SI)	Orang akan memengaruhi perilaku orang lain untuk menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	SI1	(Venkatesh et al., 2012, 2003)
	Penggunaan layanan aplikasi transportasi daring adalah simbol status di lingkungan	SI2	
Facilitating Condition (FC)	Pengguna memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	FC1	(Venkatesh et al., 2012, 2003)
	Pengguna memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	FC2	
	Aplikasi transportasi daring kompatibel dengan teknologi lain yang pengguna sekarang menggunakannya	FC3	
	Terdapat bantuan dari orang lain ketika pengguna mengalami kesulitan menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	FC4	
Hedonic Matovation (HM)	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring itu menyenangkan	HM1	(Venkatesh et al., 2012)

	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring sangat menyenangkan	HM2	
	Menggunakan layanan aplikasi transportasi daring itu menghibur	HM3	
Price Value (PV)	Layanan aplikasi transportasi daring harganya terjangkau	PV1	(Venkatesh et al., 2012)
	Layanan aplikasi transportasi daring harganya terjangkau dibandingkan dengan layanan transportasi lainnya	PV2	
	Layanan aplikasi transportasi daring lebih menguntungkan dilihat dari harganya	PV3	
	Layanan aplikasi transportasi daring memberikan layanan terbaik sesuai dengan harganya	PV4	
Habit (HB)	Penggunaan layanan aplikasi transportasi daring telah menjadi kebiasaan penggunaanya	HB1	(Venkatesh et al., 2012)
	Pengguna bisa kecanduan menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	HB2	
	Pengguna harus menggunakan layanan aplikasi transportasi daring	HB3	
	Menggunakan aplikasi transportasi daring telah menjadi hal yang alami bagi pengguna	HB4	
Behavioural Intention (BI)	pengguna akan terus menggunakan aplikasi transportasi daring di masa depan	BI1	(Venkatesh et al., 2012, 2003)
	Pengguna akan selalu mencoba menggunakan aplikasi transportasi daring dalam kehidupan sehari-hari	BI2	

	Pengguna berencana untuk terus menggunakan aplikasi transportasi daring secara teratur	BI3	
Individualism/ Colectivism (IC)	Diterima sebagai anggota kelompok lebih penting daripada memiliki otonomi dan kemandirian	IC1	(Srite & Karahanna, 2006)
	Keberhasilan kelompok lebih penting daripada kesuksesan individu	IC2	
	Menjadi loyal kepada suatu kelompok lebih penting daripada keuntungan individu	IC3	
	Hadiah individu tidak sepenting kesejahteraan kelompok	IC4	
Uncertainty Avoidance (UA)	Peraturan penting karena mereka memberi tahu pekerja apa yang diharapkan organisasi dari mereka	UA1	(Srite & Karahanna, 2006)
	Struktur sangat penting dalam lingkungan kerja	UA2	
	Lebih baik memiliki situasi buruk yang orang ketahui, daripada memiliki situasi tidak pasti yang mungkin lebih baik	UA3	
	Orang harus menghindari membuat perubahan karena hal-hal bisa menjadi lebih buruk	UA4	
Long/Short Term Orientation (LT)	Menghormati tradisi adalah penting bagi seseorang	LT1	(Hassan, Shiu, & Walsh, 2011)
	Orang bekerja keras untuk sukses di masa depan	LT2	
	Nilai-nilai tradisional penting bagi seseorang	LT3	
	Orang akan merencanakan sesuatu untuk jangka panjang	LT4	

Masculinity/ Femininity (MF)	Pria lebih disukai daripada wanita untuk menduduki posisi jabatan lebih tinggi	MF1	(Srite & Karahanna, 2006)
	Memecahkan masalah organisasi memerlukan pendekatan paksa aktif yang merupakan ciri khas pria	MF2	
	Lebih penting bagi pria untuk memiliki karir profesional daripada wanita untuk memiliki karir	MF3	
	Wanita tidak menghargai pengakuan dan promosi dalam pekerjaan mereka seperti halnya pria	MF4	
Power Distance (PD)	Manajer harus membuat sebagian besar keputusan tanpa berkonsultasi dengan bawahan	PD1	(Srite & Karahanna, 2006)
	Manajer seharusnya tidak meminta nasihat bawahan, karena mereka mungkin terlihat kurang kuat	PD2	
	Kekuatan pengambilan keputusan harus tetap berada di tangan manajemen puncak dalam organisasi dan tidak mendelegasikan kepada karyawan tingkat bawah	PD3	
	Karyawan tidak boleh mempertanyakan keputusan manajer mereka	PD4	
Indulgence/ Restraint (IR)	Orang memiliki waktu luang untuk bersenang-senang	IR1	VSM 08
	Orang harus menjadi pribadi yang Bahagia	IR2	
	Tidak ada orang lain yang menghalangi seseorang untuk	IR3	

	melakukan hal yang saya diinginkannya		
Use Behaviour (UB)	Berapa frekuensi aktual Anda menggunakan layanan aplikasi transportasi daring? (i) Tidak menggunakan; (ii) setahun sekali; (iii) enam bulan sekali; (iv) Sekali dalam tiga bulan; (v) Sebulan sekali; (vi) Sekali seminggu; (vii) Sekali dalam 4-5 hari; (viii) Sekali dalam 2-3 hari; (ix) Hampir setiap hari; (x) Setiap hari (xi) Beberapa kali sehari		Martins et al. (2014)

3.2.2 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dari UTAUT2 dan variabel dari faktor budaya Hofstede. Variabel ini menjadikan variabel laten yang akan dilakukan analisis. Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

- Performance Expectancy (PE)
- Effort Expectancy (EE)
- Social Influence (SI)
- Facilitating Condition (FC)
- Hedonic Motivation (HM)
- Price Value (PV)
- Habit (HB)
- Behavioural Intention (BI)
- Use Behaviour (UB)
- Individualism/Collectivism (IC)
- Uncertainty Avoidance (UA)
- Long/Short Term Orientation (LT)
- Masculinity/Femininity (MF)
- Power Distance (PD)

- Indulgence/Restraint (IR)

Dalam model penelitian yang telah dibangun terdapat variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang independen tidak didahului variabel sebagai predecessor. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel eksogen adalah PE, EE, SI, FC, HM, PV, HB, IC, UA, LTO, MF, PD, IR. Sedangkan yang termasuk variabel endogen adalah BI dan UB.

3.3 Hipotesis

Dari hasil studi pustaka dalam penelitian ini akan dibangun beberapa hipotesis sesuai dengan model yang telah dibangun. Hipotesis kemudian akan diujikan dan dianalisis dengan metode PLS SEM.

H1: Performance Expectancy (PE) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

Harapan kinerja (performance expectation) adalah tingkat seseorang atau individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan memberikan manfaat dalam melakukan aktivitas perbankan (Venkatesh et al., 2003). Hal itu menunjukkan seseorang akan menggunakan teknologi jika mereka yakin akan mendapatkan hasil positif setelah memakainya (Compeau & Higgins, 1995). menggunakan teknologi pada dasarnya membantu seseorang karena manfaat yang akan didapatkan. Harapan kinerja diharapkan menjadi salah satu faktor terpenting itu langsung mempengaruhi niat penerimaan (Luo et al., 2010).

H2: Effort Expectancy (EE) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

Harapan usaha (effort expectation) adalah tingkat kemudahan penggunaan teknologi bagi penggunanya (Venkatesh et al., 2003). Aplikasi transportasi daring akan lebih penggunanya jika mudah untuk digunakan untuk semua umur yang menjadi target. Kemudahan bisa dari sisi desain menu aplikasi atau fasilitas untuk menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa Harapan usaha kemungkinan akan mempengaruhi kuat terhadap niat penggunaan.

H3: Social Influence (SI) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

Pengaruh sosial (social influence) adalah sejauh mana seseorang merasakan bahwa penggunaan teknologi itu akan dipengaruhi orang lain terutama keluarga dan teman

(Venkatesh et al., 2003). Pada penelitian terdahulu para peneliti menemukan bahwa pengaruh sosial, meskipun berbeda istilah yang digunakan dalam penelitian mereka, memiliki pengaruh signifikan hubungan dengan niat perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang menggunakan aplikasi transportasi daring karena ada pengaruh orang lain. Pengaruh social kemungkinan akan memperkuat seseorang berniat untuk menggunakan aplikasi transportasi daring.

H4a: Facilitating Condition (FC) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

H4b: Facilitating Condition (FC) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour(UB)

Kondisi fasilitasi (facilitating condition) ditunjukkan bahwa seseorang percaya adanya infrastruktur atau fasilitas yang akan memudahkan mereka untuk menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Fasilitas infrastruktur jaringan yang tersedia, hal ini membuat pengguna aplikasi nyaman dalam menggunakannya dan dapat selalu menggunakan saat dibutuhkan. Fasilitas lainnya yang bisa disediakan oleh Perusahaan aplikasi transportasi daring adalah tutorial penggunaan atau petugas yang bisa memberikan bantuan dalam penggunaannya. Kondisi fasilitas kemungkinan akan mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi transportasi daring.

H5: Hedonic Motivation (HM) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

Motivasi hedonis (hedonic motivation) adalah tingkat kesenangan atau kesenangan yang diperoleh dalam menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2012). Motivasi hedonis merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi pengguna (Van der Heijden, 2004). Hal ini menunjukkan motivasi hedonis kemungkinan akan memperkuat seseorang untuk berniat menggunakan aplikasi transportasi daring.

H6: Price Value (PV) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

Nilai harga (price value) adalah manfaat yang dirasakan pengguna dari penggunaan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan (Venkatesh et al., 2012). Nilai harga akan dianggap bernilai ketika manfaat menggunakan aplikasi transportasi dianggap lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Nilai harga kemungkinan akan memperkuat seseorang akan berniat menggunakan aplikasi transportasi daring.

H7a: Habit (HB) akan berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention (BI)

H7b: Habit (HB) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour(UB)

Kebiasaan akan terlihat dari hasil pengalaman sebelumnya (Venkatesh et al., 2012). Kebiasaan adalah frekuensi perilaku masa lalu dianggap sebagai salah satu penentu utama perilaku saat ini (Ajzen, 2002). Kebiasaan akan pengalaman penggunaan aplikasi transportasi daring kemungkinan akan memperkuat niat seseorang menggunakan aplikasi transportasi daring

H8: Behavioural Intention (BI) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour(UB)

Bedasarkan teori psikologi, yang berpendapat bahwa perilaku individu dapat diprediksi dan dipengaruhi oleh niat individu (Yu, 2012). Pada model UTAUT2 menyatakan dengan kuat bahwa niat perilaku memiliki pengaruh besar tentang penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003)

H9: Individualism/Collectivism (IC) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour (UB)

Seseorang dalam budaya individualis akan lebih mementingkan diri sendiri daripada dengan kelompoknya. Orang yang memegang nilai-nilai kolektivistik lebih mementingkan kebersamaan kelompok dan menghargai pendapat orang lain tentang teknologi (Zakour, 2004). Di negara-negara kolektivistik lebih cenderung mengadopsi teknologi baru atau layanan (Hofstede, 1980).

H10: Uncertainty Avoidance (UA) akan berpengaruh negatif terhadap Use Behaviour (UB)

Budaya dengan tingkat penghindaran ketidakpastian (uncertainty avoidance) yang tinggi akan memiliki tingkat penerimaan teknologi yang rendah karena penggunaan teknologi bisa mengandung ketidakpastian dibandingkan dengan fasilitas lainnya (Straub et al., 1997). Orang yang menghindari ketidakpastian merasa tidak nyaman dengan ketidakpastian dan tidak mudah menggunakan teknologi(Zakour, 2004). Di negara yang nilai penghindaran ketidakpastian rendah orang cukup santai dan suka mengambil risiko (Hofstede, 2014), dan akan lebih mungkin untuk mencoba sesuatu yang baru atau mengadopsi sebuah teknologi IT (Png & Tan, 2001). Penghindaran ketidakpastian akan kemungkinan memperlemah seseorang akan menggunakan aplikasi transportasi daring

H11: Long/Short Term Orientation (LT) akan berpengaruh negatif terhadap Use Behaviour (UB)

Orang yang memiliki Orientasi jangka panjang(long term orientation) akan memiliki kepercayaan dan perilaku seperti penghematan atau ketekunan untuk tujuan masa depan (Yoon, 2009). Masyarakat yang memiliki orientasi jangka panjang akan cenderung tidak akan mencoba teknologi baru berbanding terbalik dengan negara dengan orientasi jangka pendek (Hofstede,2014). Masyarakat yang memiliki orientasi jangka panjang kemungkinan akan memperlemah seseorang akan menggunakan aplikasi transportasi daring.

H12: Masculinity/Femininity (MF) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour (UB)

Pada masyarakat maskulin terdapat sifat yang senang akan tantangan,produksi, ketegasan, ambisi, dan berurusan dengan fakta adalah faktor paling bernilai (Minkov & Hofstede, 2010). Hal ini menunjukkan masyarakat maskulin akan lebih mudah menerima teknologi baru karena ada fakta dan tantangan dalam penggunaan teknologi baru. Masyarakat yang maskulin kemungkinan akan memperkuat orang dalam menggunakan aplikasi transportasi daring.

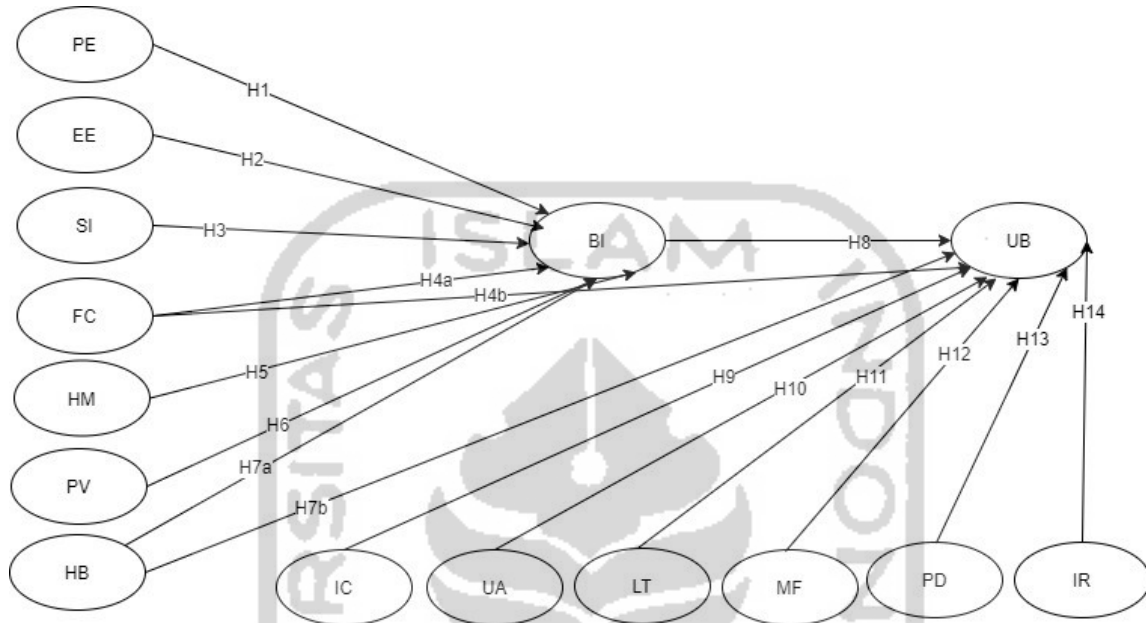
H13: Power Distance (PD) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour (UB)

Dalam masyarakat hierarkis orang akan cenderung patuh dengan pendapat atasan mereka dan takut tidak setuju dengan atasannya (Hofstede, 1980). Hierarki dipandang mencerminkan ketidaksetaraan, sentralisasi, dan bawahan berharap untuk diberi tahu apa yang harus dilakukan (Hofstede, 2014). Jika atasan atau orang yang berkuasa atas dirinya dalam sebuah pekerjaan menggunakan teknologi dan merekomendasikan untuk menggunakannya maka kemungkinan besar seseorang juga akan menggunakan.

H14: Indulgence/ Restraint (IR) akan berpengaruh positif terhadap Use Behaviour (UB)

Dalam masyarakat yang memberi kesenangan atau kebebasan (Indulgence) pada anggotanya menunjukkan dalam masyarakat yang sangat toleransi dalam pengekspresian hasrat dan perasaan terutama dalam pemanfaatan waktu luang, mencari hiburan bersama teman, pemberian barang, konsumsi dan sampai pada hal-hal berkaitan dengan seksual. Sedangkan restraint menunjukkan masyarakat membatasi atas kesenangan-kesenangan anggotanya (G Hofstede et al., 2008). masyarakat yang memberi kebebasan dan kesenangan kemungkinan akan memperkuat seseorang untuk

menggunakan aplikasi transportasi daring. Hal ini karena adanya kebebasan dalam memilih sesuatu untuk kesenangan seseorang akan mempengaruhi penggunaan teknologi.



Gambar 3.2 Hipotesis Penelitian

BAB 4 Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan di wilayah propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan survei online yang dilakukan selama bulan february 2020. Responden yang mengikuti survei sebanyak 89 peserta sedangkan data yang dapat digunakan dan valid terdapat 73 data. Data yang tidak digunakan karena pengisian data dari peserta tidak lengkap dan hanya mengisi dengan pilihan tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode penguluran PLS SEM dengan menggunakan software SmartPLS. Jumlah responden sudah mencukupi minimal dengan metode PLS.

Tabel 4.1 Data Demografi

Data Demografi		Jumlah	%
Jenis kelamin	Perempuan	31	42
	Laki-laki	42	58
Pendidikan Terakhir	SMA	18	25
	D3	4	5
	S1	45	62
	S2	6	8
Umur	< 20 tahun	4	5
	20-30 tahun	40	55
	30-40 tahun	22	30
	> 40 tahun	7	10

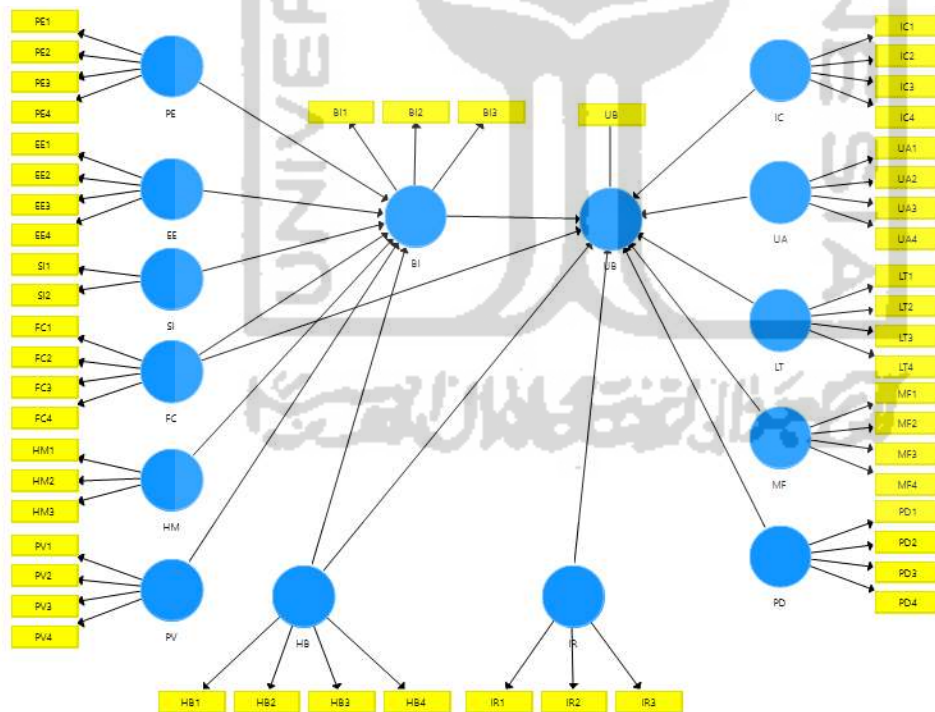
Berdasarkan Tabel 4.1 Data responden sebagai peserta survei terdiri dari 31 orang berjenis kelamin perempuan dan 42 orang berjenis kelamin laki-laki. Pendidikan terakhir responden 25% adalah SMA, 5% adalah D3, 62% adalah Sarjana (S1) dan 8% adalah Pascasarjana (S2). Hal ini menunjukkan bahwa responden terbesar memiliki pendidikan Sarjana(S1). Umur responden 5% dibawah 20 tahun, 55% berumur 20-30 tahun, 30% berumur 30-40 tahun dan 10% berumur lebih dari 40 tahun. Hal ini menunjukkan umur

terbesar responden adalah termasuk dalam umur milenial 20-40 tahun. Menurut Pew Research Center Amerika umur milenial adalah 22-37 tahun.

4.2 Model Analisis

Pada penelitian ini dikembangkan model baru yang menggabungkan antara model UTAUT2 dan faktor budaya Hofstede. Pada model baru ini memiliki sejumlah modifikasi. Pada model UTAUT2 tidak menyertakan variabel umur (age), jenis kelamin (gender), pengalaman (experience) dan sukarela (voluntaries). Sedangkan untuk faktor budaya Hofstede digunakan sebagai variabel independent yang langsung mempengaruhi variabel dependent kebiasaan penggunaan (use behaviour).

Model yang digabungkan antara UTAUT2 dan faktor budaya Hofstede bertujuan untuk mengetahui hubungan faktor budaya terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. Faktor budaya Hofstede dipilih karena telah banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap beberapa bidang lainnya. Model analisis yang menggabungkan UTAUT2 dan faktor budaya Hofstede dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini :



Gambar 4.1 Model UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede

Berdasarkan Gambar 4.1 diatas hubungan antara variabel dijelaskan dengan menggunakan hipotesis penelitian. Terdapat 16 hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

- H1: PE berpengaruh positif terhadap BI
- H2: EE berpengaruh positif terhadap BI
- H3: SI berpengaruh positif terhadap BI
- H4a: FC berpengaruh positif terhadap BI
- H4b : FC berpengaruh positif terhadap UB
- H5: HM berpengaruh positif terhadap BI
- H6: PV berpengaruh positif terhadap BI
- H7a: HB berpengaruh positif terhadap BI
- H7b: HB berpengaruh positif terhadap UB
- H8: BI berpengaruh positif terhadap UB
- H9: IC berpengaruh positif terhadap UB
- H10: UA berpengaruh negatif terhadap UB
- H11: LT berpengaruh negatif terhadap UB
- H12: MF berpengaruh positif terhadap UB
- H13: PD berpengaruh positif terhadap UB
- H14: IR berpengaruh positif terhadap UB

4.3 Analisis Data

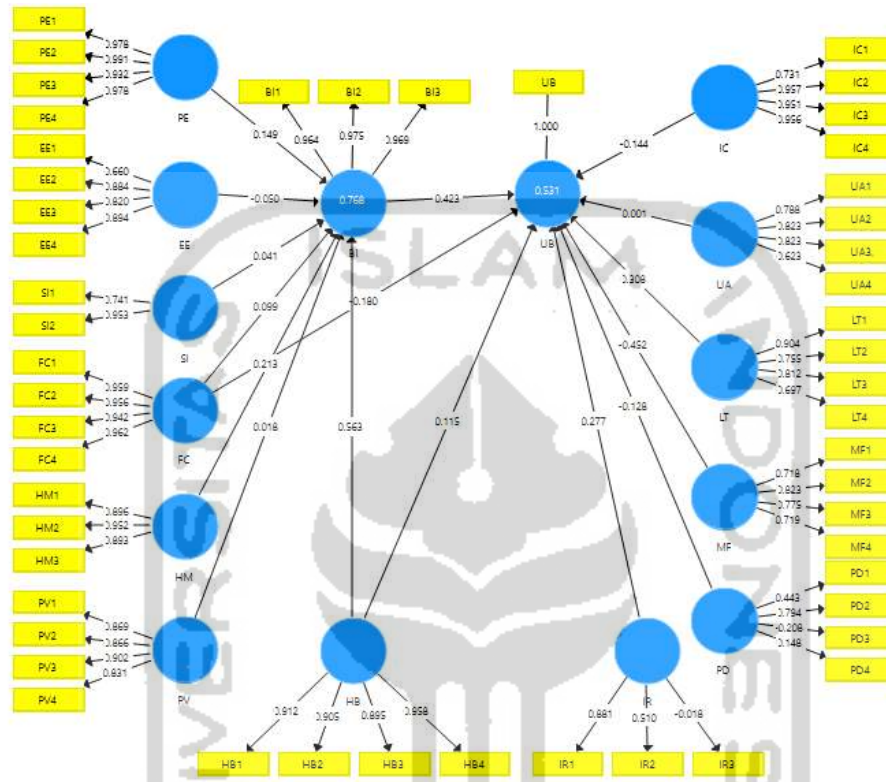
Data penelitian yang telah dikumpulkan dilakukan analisis untuk membuktikan hipotesis. Data dianalisis dengan metode PLS SEM dengan menggunakan Software SmartPLS. Metode PLS dilakukan dua tahap yaitu model pengukuran (evaluasi outer model) dan model struktural (evaluasi inner model).

4.3.1 Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

Pada tahap evaluasi outer model akan dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas mengukur setiap indikator yang menyusun suatu variabel. Sedangkan uji reabilitas menguji variabel yang menyusun model.

Uji validitas dilakukan dengan mengukur nilai *factor loading* (FL) dan *cross loading* setiap indikator. Nilai *factor loading* dari setiap indikator yang digunakan untuk analisis FL

≥ 0.5 sedangkan nilai cross loading setiap indikator harus lebih besar dari nilai cross loading pada variabel atau konstruk lainnya (Hair et al., 2011; Haryono, 2017). Nilai factor loading dapat dilihat pada tabel 4.2 sedangkan untuk nilai cross loading dapat dilihat pada tabel 4.3. Model uji validitas dapat dilihat pada gambar 4.2



Gambar 4.2 Model Uji Validitas

Tabel 4.2 Factor Loading

Indikator	Factor Loading
PE1	0.978
PE2	0.991
PE3	0.932
PE4	0.978
EE1	0.660
EE2	0.884
EE3	0.820
EE4	0.894
SI1	0.741
SI2	0.953
FC1	0.959
FC2	0.956
FC3	0.942
FC4	0.962

HM1	0.896
HM2	0.952
HM3	0.893
PV1	0.869
PV2	0.866
PV3	0.902
PV4	0.831
HB1	0.912
HB2	0.905
HB3	0.895
HB4	0.958
BI1	0.964
BI2	0.975
BI3	0.969
UB	1.000
IC1	0.731
IC2	0.957
IC3	0.951
IC4	0.956
UA1	0.788
UA2	0.823
UA3	0.823
UA4	0.623
LT1	0.904
LT2	0.755
LT3	0.812
LT4	0.697
MF1	0.718
MF2	0.823
MF3	0.775
MF4	0.719
PD1	0.443
PD2	0.794
PD3	-0.208
PD4	0.148
IR1	0.881
IR2	0.510
IR3	-0.018

Dari hasil pengukuran factor loading dari indikator PD3,PD4 dan IR3 memiliki nilai dibawah 0,4. Hal ini mengakibatkan indikator PD3,PD4 dan IR3 harus dihapus untuk membuat model valid (Churcill, 1979). Selanjutnya dilakukan pengukuran ulang untuk

factor loading hasilnya seperti tabel 4.3 di bawah dan tidak ada indikator yang factor loading dibawah 0,5 nilainya.

Tabel 4.3 Factor Loading Pengukuran Ulang

Indikator	Factor Loading
PE1	0.978
PE2	0.991
PE3	0.932
PE4	0.978
EE1	0.660
EE2	0.884
EE3	0.820
EE4	0.894
SI1	0.741
SI2	0.953
FC1	0.959
FC2	0.956
FC3	0.942
FC4	0.962
HM1	0.896
HM2	0.952
HM3	0.893
PV1	0.869
PV2	0.866
PV3	0.902
PV4	0.831
HB1	0.912
HB2	0.905
HB3	0.895
HB4	0.958
BI1	0.964
BI2	0.975
BI3	0.969
UB	1.000
IC1	0.731
IC2	0.957
IC3	0.951
IC4	0.956
UA1	0.788
UA2	0.823
UA3	0.823
UA4	0.623
LT1	0.904
LT2	0.755

LT3	0.812
LT4	0.697
MF1	0.718
MF2	0.823
MF3	0.775
MF4	0.719
PD1	0.808
PD2	0.923
IR1	0.987
IR2	0.720

Pengujian validitas outer model selanjutnya adalah melihat cross loading dari indikator terhadap seluruh variabel atau konstruk yang ada. Nilai loading indikator terhadap variabelnya harus lebih besar dari nilai loading indikator terhadap variabel lainnya (Haryono, 2017)

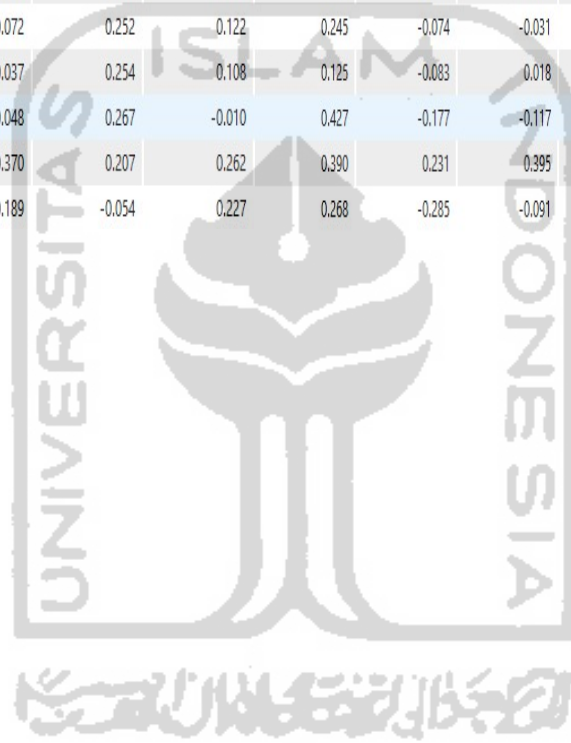


Tabel 4.4 Cross Loading

	BI	EE	FC	HB	HM	IC	IR	LT	MF	PD	PE	PV	SI	UA	UB
BI1	0.964	0.295	0.607	0.810	0.623	0.325	0.283	0.418	0.265	0.258	0.541	0.631	0.361	0.378	0.408
BI2	0.975	0.311	0.590	0.797	0.652	0.352	0.235	0.391	0.319	0.251	0.534	0.625	0.437	0.392	0.362
BI3	0.969	0.370	0.565	0.815	0.698	0.292	0.305	0.354	0.225	0.287	0.523	0.643	0.489	0.329	0.420
EE1	0.126	0.660	0.201	0.065	0.086	0.023	0.057	0.227	-0.100	-0.012	0.374	0.186	0.141	0.195	0.138
EE2	0.248	0.884	0.362	0.221	0.247	-0.004	0.066	0.131	0.059	0.175	0.463	0.410	0.293	0.023	0.142
EE3	0.304	0.820	0.287	0.269	0.328	0.173	0.038	0.171	0.002	0.078	0.518	0.393	0.425	0.126	0.178
EE4	0.345	0.894	0.386	0.294	0.416	0.167	0.044	0.204	0.020	0.068	0.471	0.341	0.384	0.001	0.175
FC1	0.588	0.348	0.959	0.536	0.558	0.154	0.312	0.512	0.366	0.272	0.487	0.608	0.421	0.314	0.084
FC2	0.606	0.431	0.956	0.517	0.609	0.226	0.345	0.509	0.306	0.170	0.501	0.559	0.418	0.346	0.142
FC3	0.522	0.387	0.942	0.458	0.520	0.184	0.281	0.431	0.338	0.217	0.475	0.497	0.431	0.290	0.041
FC4	0.589	0.325	0.962	0.488	0.612	0.161	0.342	0.465	0.300	0.156	0.447	0.493	0.370	0.324	0.171
HB1	0.738	0.296	0.446	0.912	0.478	0.243	0.119	0.268	0.149	0.221	0.405	0.575	0.307	0.332	0.361
HB2	0.759	0.316	0.482	0.905	0.650	0.395	0.187	0.410	0.282	0.249	0.397	0.639	0.444	0.221	0.326
HB3	0.726	0.162	0.416	0.895	0.492	0.207	0.239	0.253	0.194	0.390	0.487	0.642	0.321	0.448	0.287
HB4	0.828	0.273	0.572	0.958	0.596	0.309	0.280	0.413	0.166	0.310	0.509	0.637	0.504	0.526	0.359
HM1	0.621	0.355	0.538	0.534	0.896	0.276	0.345	0.346	0.386	0.368	0.298	0.471	0.359	0.046	0.118
HM2	0.667	0.296	0.611	0.586	0.952	0.237	0.431	0.490	0.366	0.360	0.432	0.530	0.401	0.106	0.194
HM3	0.568	0.360	0.502	0.539	0.893	0.238	0.378	0.321	0.295	0.254	0.306	0.527	0.342	0.084	0.209
IC1	0.453	0.067	0.322	0.456	0.379	0.731	0.082	0.380	0.248	0.224	0.170	0.271	0.261	0.374	-0.013
IC2	0.270	0.122	0.147	0.256	0.163	0.957	-0.107	0.200	0.190	-0.030	0.133	0.236	0.101	0.331	-0.070

IC3	0.366	0.122	0.211	0.353	0.339	0.951	0.003	0.231	0.195	-0.046	0.174	0.280	0.197	0.277	-0.037
IC4	0.292	0.140	0.159	0.266	0.302	0.956	-0.008	0.216	0.198	-0.083	0.133	0.237	0.165	0.252	-0.043
IR1	0.292	0.042	0.293	0.255	0.425	-0.056	0.987	0.287	0.327	0.412	0.242	0.317	0.189	0.115	0.249
IR2	0.150	0.109	0.407	0.026	0.266	0.022	0.720	0.456	0.320	0.282	0.220	0.226	0.266	0.164	0.058
LT1	0.372	0.176	0.432	0.368	0.361	0.200	0.237	0.904	0.284	0.213	0.231	0.279	0.320	0.383	0.241
LT2	0.232	0.146	0.319	0.142	0.198	0.124	0.285	0.755	0.095	0.146	0.369	0.180	0.133	0.413	0.204
LT3	0.385	0.213	0.486	0.395	0.489	0.255	0.328	0.812	0.392	0.372	0.277	0.495	0.425	0.217	0.229
LT4	0.107	-0.015	0.372	0.094	0.165	0.304	0.234	0.697	0.307	0.239	0.110	0.152	0.087	0.385	0.013
MF1	0.247	-0.055	0.289	0.183	0.350	0.210	0.153	0.376	0.718	0.354	-0.041	0.146	0.331	0.061	-0.199
MF2	0.134	0.091	0.268	0.107	0.329	0.090	0.346	0.240	0.823	0.534	-0.087	0.214	0.216	-0.121	-0.290
MF3	0.206	-0.032	0.222	0.115	0.224	0.182	0.226	0.274	0.775	0.443	0.014	0.324	0.084	-0.083	-0.157
MF4	0.306	-0.020	0.257	0.279	0.236	0.207	0.299	0.081	0.719	0.318	0.028	0.363	0.177	-0.023	-0.177
PD1	0.168	0.040	0.144	0.233	0.275	-0.007	0.553	0.219	0.473	0.808	0.231	0.299	0.229	0.097	-0.060
PD2	0.288	0.124	0.214	0.309	0.344	-0.039	0.239	0.291	0.499	0.923	0.169	0.302	0.287	0.004	-0.093
PE1	0.543	0.550	0.476	0.473	0.374	0.095	0.243	0.317	-0.047	0.227	0.978	0.523	0.251	0.331	0.314
PE2	0.540	0.556	0.506	0.482	0.380	0.144	0.245	0.362	-0.051	0.218	0.991	0.532	0.266	0.367	0.335
PE3	0.520	0.561	0.449	0.463	0.358	0.238	0.232	0.296	-0.049	0.162	0.932	0.501	0.280	0.329	0.285
PE4	0.526	0.508	0.508	0.486	0.365	0.126	0.267	0.364	-0.014	0.248	0.978	0.550	0.297	0.334	0.331
PV1	0.550	0.384	0.454	0.607	0.501	0.271	0.232	0.434	0.254	0.305	0.474	0.869	0.343	0.315	0.169
PV2	0.562	0.368	0.493	0.566	0.535	0.200	0.286	0.295	0.326	0.284	0.382	0.866	0.445	0.261	0.073

PV3	0.563	0.377	0.420	0.621	0.479	0.280	0.321	0.287	0.283	0.349	0.486	0.902	0.434	0.373	0.259
PV4	0.587	0.332	0.590	0.560	0.417	0.174	0.270	0.329	0.270	0.251	0.537	0.831	0.340	0.350	0.290
SI1	0.214	0.286	0.210	0.077	0.219	-0.083	0.324	0.256	0.223	0.238	0.082	0.145	0.741	0.076	0.196
SI2	0.473	0.398	0.457	0.523	0.420	0.246	0.133	0.345	0.253	0.280	0.325	0.515	0.953	0.247	0.124
UA1	0.301	-0.070	0.209	0.233	-0.072	0.252	0.122	0.245	-0.074	-0.031	0.325	0.304	0.034	0.788	0.183
UA2	0.240	0.035	0.157	0.330	-0.037	0.254	0.108	0.125	-0.083	-0.018	0.300	0.326	0.076	0.823	0.132
UA3	0.202	0.128	0.366	0.309	0.048	0.267	-0.010	0.427	-0.177	-0.117	0.250	0.181	0.171	0.823	0.244
UA4	0.479	0.142	0.233	0.456	0.370	0.207	0.262	0.390	0.231	0.395	0.212	0.425	0.421	0.623	0.145
UB	0.410	0.194	0.118	0.364	0.189	-0.054	0.227	0.268	-0.285	-0.091	0.326	0.230	0.165	0.242	1.000



Pengukuran outer model selanjutnya adalah uji reabilitas. Pada pengujian reabilitas ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi yaitu nilai *Cronbach's Alfa (CA)* > 0.6 nilai *Composite Reability(CR)* > 0,6 serta nilai *Average Variance Extracted(AVE)* > 0,5. Nilai CA dan CR dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah.

Tabel 4.5 Nilai CA, CR dan AVE

Variabel	Conbach's Alfa	Composite Reability	Average Variance Extracted
PE	0.979	0.985	0.941
EE	0.841	0.89	0.672
SI	0.668	0.841	0.728
FC	0.968	0.976	0.912
HM	0.901	0.938	0.836
PV	0.89	0.924	0.752
HB	0.937	0.955	0.842
BI	0.968	0.979	0.941
UB	1.000	1.000	1.000
IC	0.931	0.946	0.817
UA	0.77	0.851	0.591
LT	0.827	0.872	0.633
MF	0.763	0.801	0.577
PD	0.684	0.858	0.753
IR	0.748	0.851	0.746

Dari hasil pengukuran tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi uji reabilitas. Pengukuran outer model telah memenuhi uji validitas dan reabilitas hal ini menunjukkan bahwa pengukuran selanjutnya untuk Inner Model dapat dilakukan.

4.3.2 Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Pengukuran model struktural atau Inner model dilakukan bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel dalam model serta untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada pengukuran model struktural ini akan melihat nilai Pvalue dengan nilai signifikansi Pvalue < 0,1 (cukup signifikan), Pvalue < 0.05 (signifikan) dan Pvalue < 0,01 (sangat signifikan). Pengukuran menggunakan PLS akan menggunakan bootstrap resampling untuk mendapatkan nilai Pvalues dengan 500 iterasi untuk resampling dengan menggunakan software SmartPLS.

Pada pengukuran model struktural melihat hubungan variabel dengan melihat nilai *path coefficients*. Nilai positif dari *path coefficient* menunjukkan hubungan positif antar

variabel sedangkan untuk nilai *path coefficient* negatif menunjukkan hubungan negatif antar variabel. Nilai *Pvalue* dan *path coefficient* dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah.

Tabel 4.6 *Pvalue* dan *path coefficient*

Konstruk	Pvalues	Path Coefficients	signifikan
PE -> BI	0.085	0.149	*
EE -> BI	0.472	-0.05	
SI -> BI	0.685	0.041	
FC -> BI	0.279	0.099	
FC -> UB	0.02	-0.28	**
HM -> BI	0.03	0.213	**
PV -> BI	0.842	0.018	
HB -> BI	0	0.563	***
HB -> UB	0.496	0.133	
IC -> UB	0.073	-0.187	*
UA -> UB	0.772	-0.031	
LT -> UB	0.007	0.314	**
MF -> UB	0.002	-0.405	**
PD -> UB	0.129	-0.192	
IR -> UB	0.073	0.256	*
BI -> UB	0.011	0.509	**

Keterangan : *** : sangat signifikan (Pvalues < 0,01)

** : signifikan (Pvalues < 0,05)

* : cukup signifikan (Pvalues < 0,1)

Berdasarkan pengujian *Pvalues* dan *path coefficient* hasil penelitian ini dapat melihat signifikansi dan hubungan antar variabel yang diujikan. Pada pengujian terdapat sembilan hubungan antar variabel atau konstruk yang signifikan yaitu PE->BI, FC->UB, HM->BI, HB->BI, IC->UB, LT->UB, MF->UB, IR->UB dan BI->UB .

Pada tabel 4.6 penelitian ini dapat menunjukkan pengaruh sebuah variabel independent terhadap yang dipengaruhi dengan melihat nilai positif atau negatif *path coefficient*. Variabel PE mempengaruhi variabel BI dengan positif dan cukup signifikan. Variabel FC mempengaruhi variabel UB dengan negatif dan signifikan. Variabel HM mempengaruhi variabel BI dengan positif dan signifikan. Variabel HB mempengaruhi variabel UB dengan positif dan sangat signifikan. Variabel IC mempengaruhi variabel UB dengan negatif dan cukup signifikan. Variabel LT mempengaruhi variabel UB dengan positif dan signifikan. Variabel MF mempengaruhi variabel UB dengan negatif dan

signifikan. Variabel IR mempengaruhi variabel UB dengan positif dan cukup signifikan. Variabel BI mempengaruhi variabel UB dengan positif dan signifikan.

Pengukuran terakhir adalah memvalidasi model dengan melihat nilai R^2 . Pada penelitian ini dilakukan dua kali pengukuran untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor budaya terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. Penelitian ini mengujikan model UTAUT2 dan model UTAUT2 yang ditambahkan variabel faktor budaya Hofstede. Hasil pengukuran R^2 dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah.

Tabel 4.7 Hasil Pengukuran R^2

Variabel Dependent	R^2 (UTAUT2)	R^2 (UTAUT2 + Faktor Budaya Hofstede)	R^2 Adjusted (UTAUT2)	R^2 Adjusted (UTAUT2+ Faktor Budaya Hofstede)
BI	0,768	0,768	0.743	0.743
UB	0,197	0,502	0.162	0.431

Berdasarkan tabel 4.7 hasil pengukuran R^2 pada UTAUT2 ditambahkan faktor budaya Hofstede nilai untuk variabel BI sebesar 0,768 dan variabel UB 0,502. Hal ini didapatkan bahwa variabel independen yang mempengaruhi BI sebesar 76,8% sedangkan variabel independen yang mempengaruhi UB sebesar 50,2%. Pada hasil pengukuran R^2 pada model UTAUT2 ditambah faktor budaya Hofstede mengalami penambahan dibanding dengan model UTAUT2.

Berdasarkan tabel 4.7 hasil pengukuran R^2 adjusted pada UTAUT2 ditambahkan faktor budaya Hofstede nilai untuk variabel BI sebesar 0.743 dan tidak mengalami perubahan dibandingkan dengan hasil pengukuran R^2 adjusted model UTAUT2. Hasil pengukuran R^2 adjusted pada UTAUT2 ditambahkan faktor budaya Hofstede nilai untuk variabel UB sebesar 0.431 dan nilainya naik dibandingkan dengan hasil pengukuran R^2 adjusted model UTAUT2. Hal ini menunjukkan model penelitian UTAUT2 yang dimodifikasi dengan menambahkan faktor budaya Hofstede lebih baik untuk menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring.

4.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengkonfirmasi hipotesis yang telah ditetapkan pada awal penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai path coefficient dan Pvalues. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah

Tabel 4.8 Uji Hipotesis

Konstruk	Hipotesis	Hasil Pengukuran	Keputusan
H1: PE -> BI	+	signifikan berpengaruh positif	Diterima
H2: EE -> BI	+	tidak signifikan berpengaruh negatif	
H3: SI -> BI	+	tidak signifikan berpengaruh positif	
H4a: FC -> BI	+	tidak signifikan berpengaruh positif	
H4b: FC -> UB	+	signifikan berpengaruh negatif	
H5: HM -> BI	+	signifikan berpengaruh positif	Diterima
H6: PV -> BI	+	tidak signifikan berpengaruh positif	
H7a: HB -> BI	+	signifikan berpengaruh positif	Diterima
H7b: HB -> UB	+	tidak signifikan berpengaruh positif	
H8: BI -> UB	+	signifikan berpengaruh positif	Diterima
H9: IC -> UB	+	signifikan berpengaruh negatif	
H10: UA -> UB	-	tidak signifikan berpengaruh negatif	
H11: LT -> UB	-	signifikan berpengaruh positif	
H12: MF -> UB	+	signifikan berpengaruh negatif	
H13: PD -> UB	+	tidak signifikan berpengaruh negatif	
H14: IR -> UB	+	signifikan berpengaruh positif	Diterima

Berdasarkan tabel 4.8 pada penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis dengan hasil sebagai berikut:

H1: PE berpengaruh positif terhadap BI diterima

Hipotesis 1 yang menyatakan performance expectancy (harapan kinerja) berpengaruh positif terhadap behaviour intention diterima dilihat dari hasil penelitian. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan niat menggunakan aplikasi transportasi daring dipengaruhi manfaat dari aplikasi (Kartiningtyas, 2017; Soebali & Mandiri, 2017). Hasil penelitian ini memperkuat bahwa harapan kinerja serta manfaat bagi pengguna menjadi faktor penting yang mempengaruhi seseorang menggunakan aplikasi transportasi daring.

H2: EE berpengaruh positif terhadap BI ditolak

Hipotesis 2 yang menyatakan effort expectation (harapan usaha) berpengaruh positif terhadap behaviour intention ditolak karena hasil penelitian tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi transportasi daring belum mudah digunakan secara umum. Perusahaan aplikasi transportasi daring salah satunya dapat melakukan desain ulang antar muka untuk meningkatkan penggunaan aplikasi.

H3: SI berpengaruh positif terhadap BI ditolak

Hipotesis 3 menyatakan social influence (pengaruh social) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention ditolak karena hasil penelitian tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak terpengaruh orang lain dalam menggunakan aplikasi transportasi daring.

H4a: FC berpengaruh positif terhadap BI ditolak

Hipotesis 4a menyatakan facilitating condition (kondisi fasilitas) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention ditolak karena hasil penelitian menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang mendukung untuk penggunaan aplikasi transportasi daring tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakannya.

H4b: FC berpengaruh positif terhadap UB ditolak

Hipotesis 4b menyatakan facilitating condition (kondisi fasilitas) akan berpengaruh positif terhadap use behavior (kebiasaan menggunakan) ditolak karena hasil penelitian menunjukkan signifikan tetapi berpengaruh negatif. Dalam penelitian ini tidak terbukti fasilitas yang ada mempengaruhi orang untuk menggunakan aplikasi transportasi daring. Hasil ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya.

H5: HM berpengaruh positif terhadap BI diterima

Hipotesis 5 menyatakan hedonic motivation (motivasi hedonis) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention diterima karena hasil penelitian menunjukkan signifikan dan berpengaruh positif. Hasil penelitian menunjukkan orang memperoleh kesenangan dalam menggunakannya dan ada keinginan untuk menggunakan berulang.

H6: PV berpengaruh positif terhadap BI ditolak

Hipotesis 6 menyatakan price value (nilai harga) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention ditolak karena hasil penelitian menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Hasil ini menunjukkan orang menggunakan aplikasi transportasi daring bukan karena harganya. Hal ini ditunjukkan dengan harga jasa transportasi daring telah ada standarisasi dari pemerintah.

H7a: HB berpengaruh positif terhadap BI diterima

Hipotesis 7a menyatakan habit (kebiasaan) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention diterima karena hasil penelitian menunjukkan signifikan dan berpengaruh positif. Transportasi daring telah ada lebih dari sepuluh tahun telah menjadi kebiasaan bagi para penggunanya. Hal ini mendorong pengguna untuk niat menggunakan berulang aplikasi transportasi daring.

H7b: HB berpengaruh positif terhadap UB ditolak

Hipotesis 7b menyatakan habit (kebiasaan) akan berpengaruh positif terhadap behavior intention ditolak karena hasil penelitian menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring tidak langsung mempengaruhi kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring berulang - ulang.

H8: BI berpengaruh positif terhadap UB diterima

Hipotesis 8 menyatakan behavior intention akan berpengaruh positif terhadap use behavior diterima karena hasil penelitian menunjukkan signifikan dan berpengaruh positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya. Pada beberapa penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi, niat menggunakan selalu menjadi variable yang berpengaruh signifikan pada kebiasaan menggunakan.

H9: IC berpengaruh positif terhadap UB ditolak

Hipotesis 9 menyatakan individualism colectivism akan berpengaruh positif terhadap use behavior ditolak karena hasil penelitian menunjukkan signifikan tetapi berpengaruh negatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat kolektivitas seperti di Indonesia tidak mempengaruhi langsung kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring.

H10: UA berpengaruh negatif terhadap UB ditolak

Hipotesis 10 menyatakan uncertain avoidance akan berpengaruh negatif terhadap use behavior ditolak karena hasil penelitian menunjukkan tidak signifikan berpengaruh.

H11: LT berpengaruh negatif terhadap UB ditolak

Hipotesis 11 menyatakan long term orientation akan berpengaruh negatif terhadap use behavior ditolak karena hasil penelitian menunjukkan signifikan tetapi berpengaruh positif. Hasil penelitian ini menunjukkan kemungkinan masyarakat telah berubah yang

memiliki pemikiran jangka panjang akan mempermudah untuk mengadopsi sebuah teknologi. Hal ini harus diteliti untuk lebih lanjut.

H12: MF berpengaruh positif terhadap UB ditolak

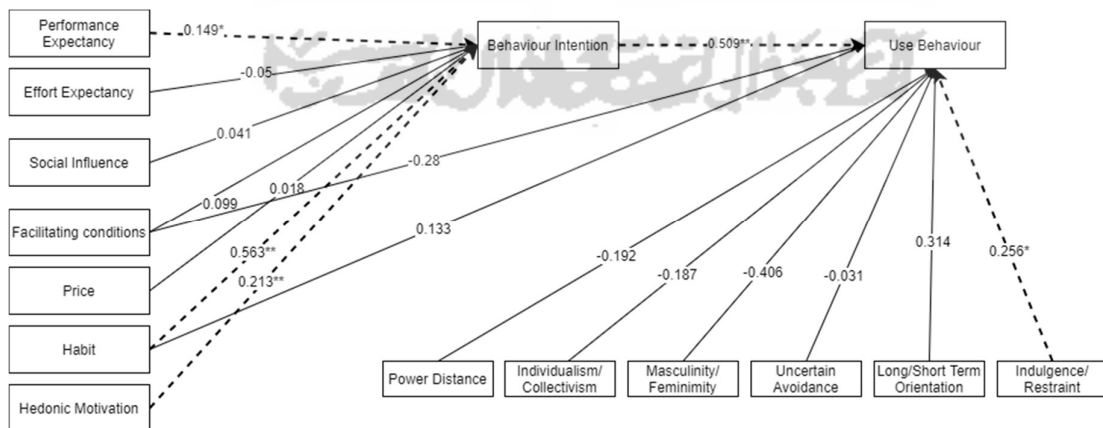
Hipotesis 12 menyatakan masculinity akan berpengaruh positif terhadap use behavior ditolak karena hasil penelitian menunjukkan signifikan tetapi berpengaruh negatif. Indonesia memiliki nilai masculinity femininity yang cukupimbang. Hasil ini menunjukkan faktor budaya masculinity femininity tidak harus dimasukkan dalam strategi perusahaan untuk mempengaruhi kebiasaan penggunaan.

H13: PD berpengaruh positif terhadap UB ditolak

Hipotesis 13 menyatakan power distance akan berpengaruh positif terhadap use behavior ditolak karena hasil penelitian menunjukkan tidak signifikan berpengaruh. Penelitian ini menunjuka bahwa ketidaksetaraan kedudukan dalam masyarakat tidak mempengaruhi langsung kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring.

H14: IR berpengaruh positif terhadap UB diterima

Hipotesis 14 menyatakan indulgence akan berpengaruh positif terhadap use behavior diterima karena hasil penelitian menunjukkan signifikan dan berpengaruh positif. Nilai Indulgence masayakat Indonesia cukup. Hasil penelitian menunjukkan masyarakat yang memberikan kelonggaran atau kebebasan kepada anggotanya akan mempengaruhi kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring.



Gambar 4.3 Hasil Uji Hipotesis

Keterangan:

-----► = hipotesis terbukti

Pada pengujian hipotesis yang dapat dilihat pada gambar 4.3 terdapat lima yang diterima yaitu PE -> BI, HM -> BI, HB -> BI, BI -> UB dan IR ->UB. Pada pengujian terdapat satu faktor budaya IR yang mempengaruhi UB dengan positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor budaya yang mempengaruhi signifikan dalam kebiasaan menggunakan aplikasi transportasi daring.

4.5 Pembahasan

Pada hasil penelitian terdapat pembahasan untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. Penelitian menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dan model penelitian UTAUT2 yang dimodifikasi dengan menambahkan faktor budaya Hofstede. Terdapat beberapa hal yang dapat diamati dan dibahas dari hasil penelitian ini.

Pada penelitian sebelumnya tentang penggunaan teknologi dengan pengaruh faktor budaya telah terbukti bahwa budaya mempengaruhi penggunaan teknologi. Pada penelitian ini menggunakan faktor budaya untuk mencari hubungan budaya dengan penggunaan aplikasi transportasi daring.

4.5.1 Model Unified Theory of Acceptance and Used Technology (UTAUT2)

Model UTAUT2 telah banyak digunakan untuk meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi. Model penelitian UTAUT2 lebih sesuai digunakan untuk melakukan penelitian untuk objek penelitian adalah pengguna pribadi (V, Thong, & X, 2012). Hal ini dikarenakan pada UTAUT2 terdapat penambahan 3 variabel yang lebih sesuai dengan pengguna pribadi yaitu habit (kebiasaan), hedonic motivation (motivasi bermegahan) dan price value (harga).

Penelitian ini menggunakan UTAUT2 sebagai konstruk utama dalam menganalisis pengaruh budaya terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. UTAUT2 digunakan dalam penelitian ini karena responden berasal dari pengguna akhir atau pribadi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan *performance expectation* (harapan kinerja), *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) dan *habit* (kebiasaan) mempengaruhi seseorang untuk berniat menggunakan aplikasi transportasi daring. Hasil penelitian juga

menunjukkan sebesar 76,8% niat menggunakan aplikasi transportasi dapat dijelaskan dengan model UTAUT2. Hal ini menunjukkan bahwa UTAUT2 telah terbukti kembali menjadi model penelitian yang baik dalam menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi dengan kategori kuat yaitu diatas 70%(Sarwono,2012).

Harapan kinerja (*performance expectation*) aplikasi transportasi daring telah terbukti dapat menjadi salah satu faktor yang menjadikan seseorang berniat untuk menggunakan aplikasi transportasi daring. Harapan kinerja sebuah aplikasi adalah salah faktor penting dari sebuah aplikasi yang sudah jadi dan kemudian digunakan oleh target penggunanya. Perusahaan aplikasi transportasi daring yang digunakan dalam penelitian ini baik Gojek dan Grab telah berhasil menjadikan aplikasi transportasi daringnya membantu para penggunanya untuk memudahkan dalam menggunakan alat transportasi. Hal ini menunjukkan manfaat besar yang dirasakan para pengguna setelah menggunakan aplikasi transportasi daring.

Faktor motivasi mencari kesenangan (*hedonic motivation*) terbukti menjadi salah satu faktor yang menjadikan seseorang berniat untuk menggunakan aplikasi transportasi daring. Hal ini pengguna merasa senang ketika menggunakan layanan aplikasi transportasi daring yang memudahkan. Transportasi daring membuat penggunanya merasa senang dalam menggunakannya.

Faktor kebiasaan terbukti menjadi salah satu faktor yang menjadikan seseorang berniat menggunakan aplikasi transportasi daring. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna telah menjadi kebiasaan dalam menggunakan layanan aplikasi transportasi daring. Aplikasi transportasi daring mulai digunakan di indonesia pada tahun 2010 dimulai dengan beroperasinya aplikasi transportasi daring Gojek. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan transportasi telah menjadi kebiasaan bagi penggunanya.

Penelitian ini harapan usaha (*effort expectation*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating condition*), nilai harga(*price value*) tidak terbukti signifikan mempengaruhi niat berperilaku (*behaviour intention*). Faktor kondisi fasilitas dan habit juga tidak terbukti signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan (*usage behaviour*). Hal ini bertolak belakang dengan hasil dari penelitian Venkatesh 2012 yang menemukan UTAUT2. Penelitian Venkatesh 2012 dan beberapa penelitian sebelumnya pada objek penelitian yang berbeda. Hal ini mungkin disebabkan beda objek penelitian dan wilayah yang digunakan untuk responden. Beberapa penelitian UTAUT2 menunjukkan hasil yang berbeda untuk objek yang sama dimana wilayah yang diteliti berbeda.

4.5.2 Faktor Budaya Hofstede dan UTAUT2

Faktor budaya telah dimasukkan dalam penelitian terdahulu untuk dianalisis kemungkinan pengaruhnya. Faktor budaya Hofstede adalah salah satu faktor budaya yang banyak digunakan dalam penelitian untuk menganalisis adanya pengaruh budaya terhadap penggunaan teknologi. Faktor budaya menjadi salah satu faktor seseorang memiliki niat dan menggunakan sebuah teknologi.

Pada penelitian sebelumnya faktor budaya Hofstede telah digunakan bersama atau untuk modifikasi model UTAUT2 (Baptista & Behavior, 2015; Srite & Karahanna, 2006). Pada penelitian terdahulu faktor budaya digunakan sebagai moderator, variabel antecedent dari variabel utama UTAUT2 dan digunakan sebagian. Pada penelitian ini analisis pengaruh faktor budaya Hofstede digunakan untuk mempengaruhi langsung kebiasaan atau perilaku menggunakan aplikasi transportasi daring.

Berdasarkan data hasil pengukuran R^2 untuk model UTAUT2 dengan menambahkan faktor budaya Hofstede memperoleh hasil yang lebih baik untuk menjelaskan pengaruh faktor perilaku penggunaan aplikasi transportasi daring daripada model UTAUT2. Pada penelitian ini menunjukkan faktor budaya Indulgence Restraint (IR) yang mempengaruhi positif secara cukup signifikan.

Pengukuran faktor budaya Indulgence atau Restraint dilakukan pengukuran untuk Indulgence-nya. Hal ini menunjukkan bahwa kebebasan dalam memilih sesuatu menjadi faktor pengguna berperilaku menggunakan aplikasi transportasi daring. Pada masyarakat yang nilai indulgence-nya tinggi akan berpengaruh positif dalam meningkatkan penggunaan aplikasi transportasi daring.

4.5.3 Faktor Budaya Terhadap Penggunaan Aplikasi Transportasi Daring

Penggunaan aplikasi transportasi daring telah menjadi bagian dari kehidupan seseorang. Hasil survei yang dilakukan penelitian ada beberapa pengguna yang menggunakan beberapa kali dalam satu hari. Hal ini menunjukkan penggunaan aplikasi transportasi daring sudah menjadi bagian dari hidup seseorang, baik digunakan dalam membantu pekerjaan atau untuk transportasi biasa.

Pada penelitian ini telah terbukti salah satu faktor budaya mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring. Dari hasil penelitian didapatkan faktor budaya Hofstede Indulgence mempengaruhi perilaku kebiasaan penggunaan aplikasi transportasi daring.

4.6 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa budaya memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi transportasi daring. Hal ini menunjukkan bahwa budaya dapat digunakan sebagai dasar dalam membuat strategi bagi perusahaan untuk mendapatkan lebih banyak pengguna.

Perhatian terhadap budaya memang seharusnya sudah menjadi bagian dari strategi dari Perusahaan aplikasi transportasi daring. Berdasarkan hasil penelitian Indulgence adalah faktor yang signifikan dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring. Indulgence diartikan bahwa manusia dalam sebuah masyarakat bebas untuk mencari kesenangan sesuai dengan keinginan. Perusahaan dapat memasukan strategi pemasaran dengan menunjukkan bahwa bebas untuk memilih fasilitas yang ada dalam transportasi daring. Dapat juga bebas dalam memilih pembayaran serta mempermudah dalam penggunaannya. Dari faktor budaya indulgence dapat juga mempengaruhi desain dari aplikasi transportasi daring. User interface dari aplikasi transportasi daring dipermudah penggunaannya dimana pengguna dapat memilih menu dengan bebas hanya menu yang disukainya.

Implikasi bagi dunia penelitian adalah hasil penelitian ini semakin menekankan dimana faktor budaya penting dimasukan dalam setiap model penelitian penggunaan teknologi. Memasukan faktor budaya dalam model penelitian memang perlu terutama penelitian di negara yang memiliki banyak kebudayaan dan juga di negara berkembang.

BAB 5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Perusahaan aplikasi transportasi daring untuk memperoleh pelanggan yang banyak penting untuk memperhatikan faktor – faktor yang mendorong seseorang untuk menggunakan aplikasinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*), kebiasaan (*habit*), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*). Pada penelitian ini faktor budaya Hofstede indulgence terbukti mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring.

Budaya dapat digunakan sebagai salah satu faktor penerimaan dan penggunaan bagi perusahaan aplikasi transportasi daring. Budaya dapat digunakan dalam menyusun strategi pemasaran, pelayanan atau dalam desain aplikasi. Dalam strategi pemasaran dapat masukan unsur budaya lokal untuk mendekati calon pengguna. Dalam strategi pelayanan driver dan pelayanan pelanggan dapat disesuaikan dengan budaya lokal tempat aplikasi transportasi daring beroperasi. Sedangkan dalam desain antar muka dapat memasukan faktor budaya dalam perancangannya sehingga dapat meningkatkan penggunaan. Diharapkan dengan hasil penelitian ini perusahaan aplikasi transportasi daring dapat memperoleh lebih banyak pengguna.

Bagi dunia penelitian dengan objek penelitian negara dengan banyak kebudayaan dan negara berkembang sebaiknya memasukkan faktor budaya dalam pengukuran faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi. Hal ini terbukti salah satunya dari hasil penelitian ini. Diharapkan dengan memasukkan faktor budaya dapat menambah hasil untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi.

5.2 Saran

Penelitian pengaruh budaya terhadap penggunaan transportasi daring dilakukan di wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Budaya setiap daerah berbeda dengan budaya daerah lainnya. Saran penelitian selanjutnya membandingkan beberapa daerah dengan metode dan model yang sama.

Penggunaan metode pengukuran menggunakan metode PLS SEM dimana menggunakan data 30-60 responden sudah cukup. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan data yang lebih besar dengan metode SEM untuk mengkonfirmasi hasil penelitian ini. Penelitian menggunakan SEM hasilnya dapat digeneralisasi.

Faktor budaya Hofstede adalah salah satu faktor budaya yang telah banyak digunakan untuk penelitian yang memasukan budaya. Terdapat faktor budaya lainnya seperti faktor budaya Hall, Tropenars dan faktor budaya lainnya yang bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya.



Daftar Pustaka

- Al-Gahtani, S. S., Hubona, G. S., & Wang, J. (2007). Information technology (IT) in Saudi Arabia: Culture and the acceptance and use of IT. *Information & Management* 44 681–691.
- Baptista, G., & Behavior, T. O. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Elsevier*.
- Bayu, A. (2018). Pengaruh Harga, Iklan Internet, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Transportasi Ojek Online Pada PT. Gojek Indonesia. *Skripsi Gunardama University*.
- England, G. W. (1975). *The Manager and His Values* (Ballinger, Cambridge, MA).
- Farzianpour, F., Abbasi, M., Foruoshani, A. R., & Jafari, P. E. (2016). The Relationship Between Hofstede Organizational Culture and Employees Job Burnout In Hospitals of Tehran University of Medical Sciences 2014-2015. *Mater Sociomed*.
- Fatuh Miyatul, W. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal mahasiswa Unesa.Ac.Id*.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal Marketing Theory and Applied*.
- Harish AG, A. W. (2016). Analisis Faktor-faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-jek Di Kota Jakarta. *Telkomuniversity*.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen : Amos, Lisrel & PLS*. Luxima.
- Hassan, L., Shiu, E., & Walsh, G. (2011). A Multi-country Assessment of The Long-term Orientation Scale. *International Marketing Review*.
- Hofstede, G., Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of The Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. Retrieved from <http://library.ipmi.ac.id>
- Hofstede, G., Hofstede, G., Minkov, M., & Vinken, H. (2008). *Value Survey Module 2008*

Manual.

- Hofstede, Geert. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations.*
- Hofstede, Geert, & Bond, M. H. (1984). Hofstede's Culture Faktorons. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15(4), 417–433.
- IBGE. (2013). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios: Acesso à internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal.*
- Im, I., Hong, S., & Kan, M. (2011). An International Comparison of Technology Adoption: Testing the UTAUT Model. *Information & Management.*
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model. *ICoICT.*
- Jöreskog, K. (1969). A General Approach to Confirmatory Maximum Likelihood Factor Analysis. *Springer.*
- Kartiningtyas, M. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Go-jek di Semarang Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Us of Technology(UTAUT).*
- Kirkman, Lowe, & Gibson. (2006). A Quarter Century of Culture's Consequences: A Review of Empirical Research Incorporating Hofstede's Cultural Values Framework. *Journal of International Business Studies* 37,285-320.
- Leidner, D., & Kayworth, T. (2006). A review of culture in information systems research: Toward a theory of information technology culture conflict. *Mis Quarterly.*
- Lewis, C. C., Fretwell, C. E., Ryan, J., & Parham, J. B. (2013). Faculty Use of Established and Emerging Technologies in Higher Education: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Perspective. *International Journal of Higher Education, Vol. 2 No. 2.*
- Marcus, A., & West Gould, E. (2000). *Crosscurrents : Cultural Faktorons and Global Web User Interface Design.*
- Marketingtochina. (2018). Why Ebay failed in China? Retrieved February 25, 2019, from <https://www.marketingtochina.com/ebay-failed-china/>

- Pangaribuan, N., & Wijaya, N. M. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi di PT. Gojek Indonesia. *Ojs.Unud.Ac.Id*.
- Pascual-Miguel, F. J., Agudo-Peregrina, Á. F., & Chaparro-Peláez, J. (2015). Influences of Gender and Product Type on Online Purchasing. *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 7.
- Peng, D., & Lai, F. (2012). Using Partial Least Squares in Operations Management Research: A Practical Guideline and Summary of Past Research. *Journal of Operation Management*.
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*.
- Sari DR, T. D. (2018). Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce: Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ojs.Unpkediri.Ac.Id*.
- Sarwono, J. (2012). *Mengenal PLS-SEM*. Andi Offset.
- Septiani, R., Handayani, P., & Azzahro, F. (2017). Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Elsevier*.
- Soebali, L., & Mandiri, I. M. (2017). Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-jek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Ejournal.Nusamandiri.Ac.Id*.
- Sordo, A. I. (2015). Beyond Hofstede's Cultural Faktorons Theory: Approaching a Multicultural Audience. *SkyWord*.
- Srite, & Karahanna. (2006). The Role of Espoused National Cultural Values in Technology Acceptance. *Mis Quarterly*.
- Sriwindono, H., & Yahya, S. (2012). Toward modeling the effects of cultural faktoron on ICT acceptance in Indonesia. *Academia.Edu*.
- Straub. (1994). The Effect of Culture on IT Diffusion E-mail and FAX in Japan and the U.S. *ISR*.
- Straub, D., Keil, M., & Brenner, W. (1997). Testing The Technology Acceptance model accros Culture: A three Country Study. *Information & Management*. *Information & Manajemen*.

- Susilo. (2017). Kegagalan Internasionalisasi MNC di Suatu Negara: Studi Kasus Kegagalan Internasionalisasi Uber di Tiongkok. *Journal.Unair.Ac.Id.*
- Tahupedia. (2013). 10 Perusahaan Startup Mengungkapkan Alasan Kegagalan Mereka. Retrieved February 22, 2019, from <http://www.tahupedia.com/content/show/302/10-Perusahaan-Startup-Mengungkapkan-Alasan-Kegagalan-Mereka>
- V, V., Thong, J., & X, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Mis Quarterly*.
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Technology : Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Mis Quarterly*.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Mis Quarterly*.
- Wibisono T, N Universari, A. U. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Transportasi Gojek di Kota Semarang: Sebuah Analisis Kualitatif. *Journals.Usm.Ac.Id.*
- Wold, H. (1974). Causal Flows With Latent Variables: Partings of The Ways in The Light of NIPALS Modelling. *European Economic Review*.
- Yunanto, T. (2016). *Perceived Ease of Use, Word of Mouth, dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi Gojek di Kota Tangerang.*