

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online Pada
Generasi Milenial dan Generasi Z Yogyakarta**



SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Miftakul Khoir

NIM: 19312227

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Kembali
Aplikasi Transportasi Online Pada Generasi Milenial dan Generasi Z
Yogyakarta**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Muhammad Miftakul Khoir

NIM: 19312227

Program studi: Akuntansi

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023


PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 31 Maret 2023

Penulis,



(Muhammad Miftakul Khoir)

HALAMAN PENGESAHAN

**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan
Kembali Aplikasi Transportasi Online Pada Generasi Milenial dan
Generasi Z Yogyakarta**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Muhammad Miftakul

KhoirNo. Mahasiswa:

19312227

Telah disetujui oleh Dosen

Pembimbing

Pada Tanggal 31 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.si., Ak., CA., ACPA.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online Pada Generasi Milenial dan Generasi Z Yogyakarta

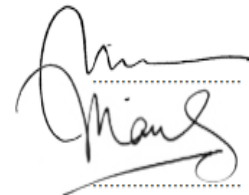
Disusun oleh : MUHAMMAD MIFTAKUL KHOIR

Nomor Mahasiswa : 19312227

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 11 Mei 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Maulidyati Aisyah, SE., M.Com(Adv), CMA.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Ardian, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

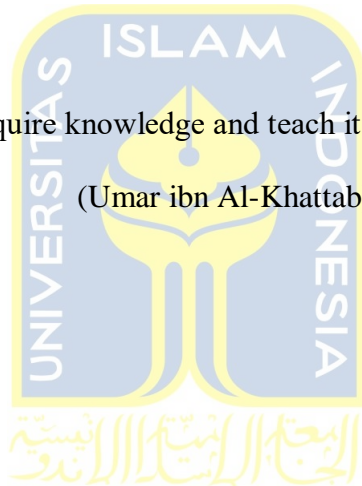
(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar-Ra’d: 11)

“Acquire knowledge and teach it to people.”

(Umar ibn Al-Khattab)

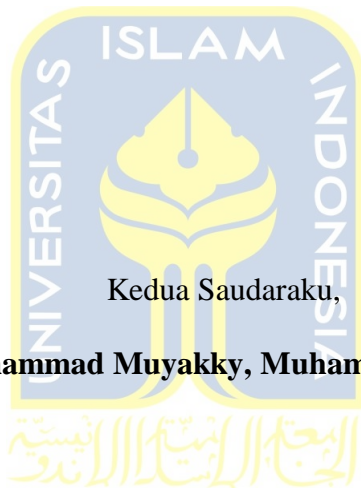


HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk orang yang paling berharga:

Kedua orang tuaku,

Abdul Ghofur dan Maftukah



Kedua Saudaraku,

Muhammad Muyakky, Muhammad Hafiz

Keluarga dan Sahabat-sahabatku

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta nikmat iman dan islam kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan alam Rasulullah Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah menuju jalan yang kaya akan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online Pada Generasi Milenial dan Generasi Z Yogyakarta”** ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi ini dalam prosesnya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberi kekuatan, kemudahan, kelancaran, serta ridho dan kasih sayang tiada tara pada seluruh hamba-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang kaya akan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

3. Kedua orang tua penulis, Bapak Abdul Ghofur dan Ibu Maftukah yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, do'a, serta nasehat dalam setiap langkah penulis.
4. Muhammad Muyakky dan Muhammad Hafiz selaku adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin universitas.
6. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin Fakultas.
7. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Ibu Dra. Isti Rahayu, M.si., Ak., CA., ACPA. selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas waktu, nasehat, kritik, saran, serta arahan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Pegawai, Staff Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mencurahkan waktu untuk membekali ilmu kepada penulis selama menyelesaikan studi di bangku perkuliahan.
10. Untuk Yusie Aulia Septiana, terimakasih telah memberikan semangat dan selalu menemani hari-hari penulis dalam pengerjaan penelitian ini.

11. Untuk Hanif, Ulfa dan Hanin, terimakasih telah memberikan nasehat, mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2019 khususnya teman-teman yang telah menjadi teman sekaligus keluarga yang baik sejak awal penulis memasuki bangku kuliah.
13. Semua pihak yang turut serta membantu penulis di segala bidang kehidupan yang tidak dapat ditulis satu per satu.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua kebaikan, bantuan, serta dukungan dari pihak tersebut. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, dan membalas semua kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi yang sudah ditulis ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap supaya skripsi ini bisa memberikan manfaat serta pengetahuan bagi banyak pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 31 Maret 2023

Penulis,

Muhammad Miftakul Khoir

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori UTAUT2 (The Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology 2).....	9
2.1.2 Harapan Kinerja (performance expectancy)	10
2.1.3 Harapan Usaha (effort expectancy)	11
2.1.4 Pengaruh sosial (social influence)	11
2.1.5 Kondisi fasilitas (facilitating condition)	11
2.1.6 Motivasi hedonis (hedonic motivation)	12
2.1.7 Harga (price value)	12
2.1.8 Kebiasaan (habit).....	12
2.1.9 Transportasi Online	12

2.2	Telaah Kajian Terdahulu	13
2.3	Hipotesis	15
2.3.1	Pengaruh harapan kinerja terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	15
2.3.2	Pengaruh harapan usaha terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	16
2.3.3	Pengaruh <i>social influence</i> (pengaruh sosial) terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	17
2.3.4	Pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	18
2.3.5	Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	18
2.3.6	Pengaruh nilai harga terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	19
2.3.7	Pengaruh kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.....	20
2.3.8	Pengaruh pengalaman sebagai moderasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan kembali transportasi online.....	21
2.4	Rerangka Penelitian.....	21
BAB III.....		23
METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian.....	23
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	24
3.3.1	Variabel Dependen	24
3.3.2	Variabel Independen	25
3.3.3	Variabel Moderasi	32
3.4	Formulasi Hipotesis	33
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Alat Analisis Data.....	35
3.5.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
3.5.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
BAB IV		38
HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	38

4.2	Karakteristik Responden	38
4.2.1	Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2	Klasifikasi Berdasarkan Kelompok Umur	39
4.2.3	Klasifikasi Berdasarkan Aplikasi Transportasi Online Yang Pernah Digunakan	39
4.2.4	Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Keseringan Menggunakan Aplikasi Transportasi Online Dalam Sebulan	40
4.3	Uji Instrumen Penelitian	41
4.3.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	41
4.3.2	Hasil Uji Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
4.3.3	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.3.4	Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Implikasi Penelitian	62
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	63
5.4	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	24
Tabel 3. 2 Indikator Minat Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online	24
Tabel 3. 3 Indikator Ekpektasi Kinerja	26
Tabel 3. 4 Indikator Ekpektasi Usaha	27
Tabel 3. 5 Indikator Pengaruh Sosial	27
Tabel 3. 6 Indikator Kondisi Fasilitas	28
Tabel 3. 7 Indikator Motivasi Hedonis	30
Tabel 3. 8 Indikator Nilai Harga	31
Tabel 3. 9 Indikator Kebiasaan	32
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data	38
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	39
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Aplikasi Transportasi Online Yang Pernah Digunakan	39
Tabel 4. 5 Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Keseringan Menggunakan Aplikasi Transportasi Online Dalam Sebulan	40
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Discriminant Validity	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	47

Tabel 4. 10 Nilai R-Square..... 48

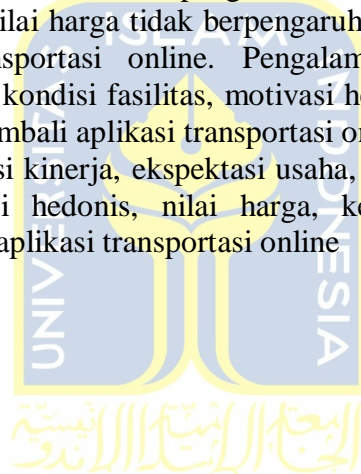
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis 48



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis faktor-Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online pada generasi milenial dan generasi z Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan faktor pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat penggunaan kembali aplikasi transportasi online dengan pengalaman sebagai moderasi. Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan *convenience Sampling*. Metode pengumpulan data berdasarkan kuesioner yang diberikan secara online maupun offline pada generasi milenial dan generasi z yang berada di wilayah Yogyakarta. Sampel penelitian yang diambil 174 responden. Metode analisis data menggunakan teknik Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan kebiasaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, sedangkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis dan nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Pengalaman sebagai moderasi tidak memperkuat hubungan kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.

Kata Kunci: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, pengalaman, minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online



ABSTRACT

This study is entitled Analysis of Factors Influencing Interest in Reusing Online Transportation Applications in Yogyakarta's Millennial and Generation Z Generations. This study aims to prove the influence of performance expectations, effort expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, and habits on the intention to reuse online transportation applications with experience as moderation. The technique of determining the sample of this study using convenience sampling. The data collection method is based on questionnaires given online and offline to the millennial and z generations in the Yogyakarta area. The research sample taken was 174 respondents. The data analysis method uses the Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM) technique. The results showed that habit has a significant positive effect on the intention to reuse online transportation applications, while performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation and price value have no effect on intentions to reuse online transportation applications. Experience as moderation does not strengthen the relationship between facility conditions, hedonic motivation and habits towards the interest in reusing online transportation applications.

Keywords: performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habits, experience, intention to reuse online transportation applications



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi kian hari semakin pesat dengan adanya internet, internet telah menjadi media sebagai komunikasi serta mengumpulkan informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Data pengguna internet terus bertumbuh dari tahun ke tahun, ketua umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan, kurang lebih 77% masyarakat Indonesia telah menggunakan internet, data tahun 2022 menunjukkan pengguna internet sebanyak 210 juta, sebelum pandemi hanya 175 juta (Dewi, 2022). Dari data tersebut menunjukkan bahwa internet menjadi salah satu produk teknologi yang menjadi kebutuhan sejak beberapa dekade terakhir. Selain itu pesatnya perkembangan teknologi saat ini dibuktikan dengan adanya inovasi-inovasi teknologi terbaru. Salah satunya adalah transportasi online. Saat ini muncul banyak perusahaan-perusahaan yang menyediakan aplikasi jasa transportasi online seperti : Gojek, Grab, Maxim dll. Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementrian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi online adalah Gojek (59,13 persen), Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), InDriver (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen) (Rakhmayanti Dewi, 2022). Masyarakat saat ini mulai menyadari bahwa menggunakan aplikasi transportasi secara online memberikan kemudahan bagi mereka karena lebih efisien dan menghemat waktu daripada harus keluar menunggu dipinggir jalan dengan tujuan yang sama yaitu memesan

transportasi. Tarif yang dikenakan kepada pengguna pun telah otomatis muncul di aplikasi, jadi pengguna mengetahui berapa nominal yang harus disediakan. Aplikasi transportasi online juga menyediakan layanan pengantaran makanan (*Gofood*), Pengantaran barang dalam kota (*Gosend*) dll.

Pada tanggal 7 september 2022, Kementerian Perhubungan (Kemenhub) memberlakukan mengenai kenaikan tarif baru ojek online tertuang dalam Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 667Tahun 2022 Tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Penggunaan Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan dengan Aplikasi, penyesuaian tarif ojek online diberlakukan menyusul dengan kenaikan harga BBM (Arnani, 2022). Dampak pada kebijakan tersebut, sebanyak 29,1% pengguna akan tetap menggunakan ojek online. Kemudian sebanyak 26,6% akan beralih ke kendaraan pribadi, selain itu sebanyak 14% mengaku akan mengkombinasi penggunaan motor pribadi dan ojol, serta 5,3% pengguna akan beralih ke angkutan umum (Mutia, 2022). Hasil data di atas menunjukkan kenaikan tarif tersebut mengakibatkan minat masyarakat untuk menggunakan ojek online mengalami penurunan dan pengguna tentu akan membandingkan antara harga yang ditetapkan telah sesuai dengan utilitas yang diberikan oleh jasa transportasi online atau tidak, sehingga salah satu variabel yang dapat mempengaruhi adalah price value.

Berdasarkan hasil riset Alvara bersama IDN Research Institute mengemukakan bahwa kelompok milenial lebih mendominasi dalam penggunaan aplikasi digital layanan transportasi (Antara, 2019). Selanjutnya bahwa pengunjung dan pengguna transportasi online didominasi oleh generasi milenial (25-34 tahun) dengan rata-

rata penggunaan 69,5 menit per orangnya, penggunaan aplikasi transportasi online didominasi gender perempuan (Cahya, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al (2018), Hartawan (2019), Chandra & Novita (2020) mendapatkan hasil bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Narayana (2019) dan Hidayat et al (2020) memberikan hasil bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Selanjutnya pada harapan usaha (*effort expectancy*), penelitian yang dilakukan oleh Hartawan (2019), Chandra & Novita (2020), Maulana & Cahyadi (2022) dan Widanengsih et al (2022) menghasilkan pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Namun pada penelitian Mustaqim et al., (2018) dan Narayana (2019) memberikan hasil bahwa harapan usaha (*effort expectancy*) tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al (2018), Hartawan (2019), Narayana (2019), Maulana & Cahyadi (2022) bahwa pengaruh sosial (*social influence*) memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi. Sedangkan pada penelitian Chandra & Novita (2020) tidak memberikan pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Selanjutnya kondisi fasilitas (*facilitating condition*) pada penelitian Narayana (2019), Chandra & Novita (2020), Maulana & Cahyadi (2022) mendapatkan pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Widanengsih et al (2022) memberikan

hasil bahwa kondisi fasilitas (*facilitating condition*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi.

Berikutnya faktor motivasi hedonis (*hedonic motivation*), penelitian yang telah dilakukan oleh Oktafani & Sisilia (2020), Maulana & Cahyadi (2022) memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Namun, pada penelitian Hidayat et al (2020) dan Widanengsih et al (2022) mendapatkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh terhadap minat seseorang dalam penggunaan teknologi. Selanjutnya Oktafani & Sisilia (2020), Maulana & Cahyadi (2022) telah menyelesaikan penelitian dengan mendapatkan hasil bahwa faktor harga (*price value*) memberikan pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al (2020) dan Widanengsih et al (2022) mendapatkan hasil yang sebaliknya dengan tidak adanya pengaruh terhadap penggunaan teknologi.

Terakhir faktor *habit*, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayat et al (2020), Maulana & Cahyadi (2022) dan Widanengsih et al (2022) mendapatkan hasil bahwa faktor *habit* memberikan pengaruh terhadap *behavioural intention*. Namun pada penelitian Oktafani & Sisilia (2020) mendapati hasil bahwa tidak adanya pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Kembali Platform Transportasi Online Terhadap Generasi Milenial dan Generasi Z di DIY**”. Alasan dilakukannya penelitian ini karena ditemukannya inkonsistensi dari penelitian-penelitian sebelumnya serta terdapat

fenomena mengenai kenaikan tarif ojek online yang belum ada di penelitian sebelumnya dan hasil penelitian ini akan menambah inkonsistensi yang mungkin terjadi karena adanya variabel pengalaman sebagai moderasi sehingga perlu dikaji ulang dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diambil sesuai penjelasan yang telah diterangkan diatas yaitu:

1. Apakah harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
2. Apakah harapan usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
4. Apakah kondisi fasilitas (*facilitating condition*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
5. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
6. Apakah harga (*price value*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
7. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online* ?
8. Apakah pengalaman menguatkan pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*?

9. Apakah pengalaman menguatkan pengaruh motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online?

10. Apakah pengalaman menguatkan pengaruh kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan pengaruh harapan kinerja (*performance expectancy*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

2. Untuk membuktikan pengaruh harapan usaha (*effort expectancy*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

3. Untuk membuktikan pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

4. Untuk membuktikan pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating condition*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

5. Untuk membuktikan pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

6. Untuk membuktikan pengaruh harga (*price value*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

7. Untuk membuktikan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

8. Untuk membuktikan pengalaman dapat menguatkan pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

9. Untuk membuktikan pengalaman dapat menguatkan pengaruh motivasi hedonis terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

10. Untuk membuktikan pengalaman dapat menguatkan pengaruh kebiasaan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Perusahaan dapat digunakan untuk dasar pengambilan keputusan dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya untuk masa yang akan datang.
- b. Bagi Akademis dapat digunakan sebagai sarana referensi untuk penelitian yang selanjutnya.
- c. Bagi Peneliti dapat digunakan untuk menambah wawasan dan memperdalam ilmu khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan kembali transportasi online.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan kedalam 5 bab, pada setiap bab disusun secara sistematis untuk dapat memudahkan dalam memahami hubungan dari satu bab ke bab yang lainnya. Berikut penjelasan mengenai dari 5 bab yang dimaksud:

BAB I	PENDAHULUAN
	Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
BAB II	KAJIAN PUSTAKA
	Bab ini memuat landasan teori dari masing-masing variabel serta hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dan kerangka pemikiran beserta hipotesis yang akan diuji.
BAB III	METODE PENELITIAN
	Bab ini berisi tentang penentuan populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan sumber data, definisi serta pengukuran dari setiap variabel dan metode analisis data.
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN
	Bab ini memuat deskriptif objek penelitian, hasil analisis data serta interpretasi dari hasilnya dan pembahasan terhadap hasil penelitian.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
	Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dari bab sebelumnya dan saran-saran yang akan diberikan kepada pihak yang berkepentingan. Bab ini juga menjelaskan keterbatasan dari penelitian ini.

BAB II

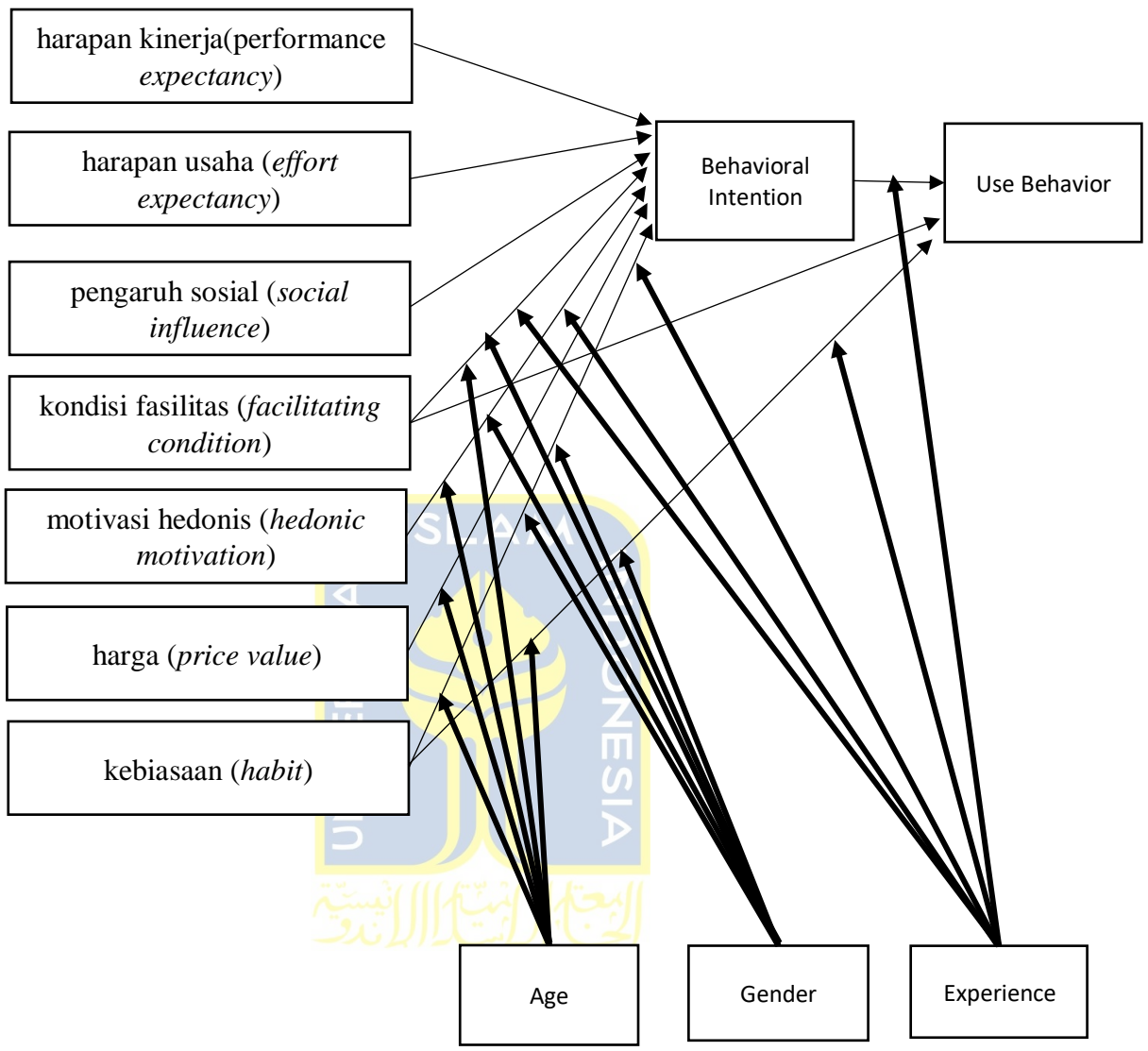
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori UTAUT2 (The Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology 2)

UTAUT2 (*The Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology2*) merupakan suatu model pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT, dimana UTAUT2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT2 ini dikembangkan atas terdiri tujuh variabel. Ketujuh variabel tersebut terdiri atas: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Venkatesh et al., (2012) memperhatikan pentingnya untuk meningkatkan validitas pada pengujian UTAUT2 dengan budaya yang berbeda karena faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi bisa bervariasi tergantung kelompok umur, kondisi maupun teknologi yang berbeda.

Dengan demikian, peneliti tertarik menggunakan model UTAUT2 karena model ini dikembangkan untuk fokus terhadap konsumen dan menguji tentang faktor-faktor minat menggunakan teknologi yang sejalan dengan topik yang diangkat oleh peneliti yaitu Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.



Sumber: (Venkatesh et al., 2012)

Gambar 2.1 Model UTAUT2

2.1.2 Harapan Kinerja (performance expectancy)

Harapan kinerja atau *performance expectancy* adalah sejauh mana individu merasakan bahwa menggunakan sistem akan membantu dalam mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Maka dari itu harapan kinerja (*performance expectancy*) merupakan salah satu cara untuk

memengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan teknologi. Selain itu konsumen atau pengguna yang merasakan peningkatan kinerja ketika memanfaatkan suatu teknologi diyakini akan membentuk niat untuk memanfaatkan teknologi tersebut kemudian menggunakannya secara terus menerus (Putri & Suardikha, 2020).

2.1.3 Harapan Usaha (*effort expectancy*)

Harapan usaha atau *effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam penggunaannya (Venkatesh et al., 2003). Selain itu harapan usaha (*effort expectancy*) dapat diartikan sebagai harapan usaha yang dikeluarkan untuk mengoperasikan sistem atau tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna sistem dapat mengurangi upaya tenaga dan waktu (Mustaqim et al., 2018).

2.1.4 Pengaruh sosial (*social influence*)

Pengaruh sosial atau *social influence* menurut Venkatesh et al., (2003) diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau lebih didalam mengubah sebuah kepercayaan, persepsi dan tingkah laku orang lain. Disisi lain pengaruh sosial (*social influence*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa orang lain dapat mempengaruhi perilaku untuk menggunakan teknologi informasi yang baru (Mustaqim et al., 2018).

2.1.5 Kondisi fasilitas (*facilitating condition*)

Menurut Venkatesh et al., (2003) kondisi memfasilitasi atau *facilitating condition* yaitu seorang individu dapat percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi. Selain itu *facilitating condition* menurut Mustaqim et al (2018) diartikan sebagai sejauh mana

seorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung operasional sistem.

2.1.6 Motivasi hedonis (hedonic motivation)

Motivasi hedonis atau *hedonic motivation* adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang sedang pengguna gunakan (Brown & Venkatesh, 2005). Disisi lain Hidayat et al., (2020) mendefinisikan sebagai rasa senang yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan teknologi.

2.1.7 Harga (price value)

Harga atau *price value* menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu sejauh mana pengguna membandingkan utilitas yang ada dalam teknologi dengan biaya yang harus dibayar untuk menggunakan teknologi tersebut. *Price value* diartikan pengorbanan pengguna terhadap biaya yang dikeluarkan pada suatu teknologi dengan keuntungan yang didapatkan (Hidayat et al., 2020).

2.1.8 Kebiasaan (habit)

Menurut Venkatesh et al., (2012) Kebiasaan atau *habit* merupakan sejauh mana pengguna cenderung melakukan suatu perilaku secara terus menerus. Menurut Hidayat et al., (2020) Kebiasaan atau *habit* adalah seseorang melakukan perilaku menggunakan teknologi secara otomatis karena telah mempelajari perilaku tersebut.

2.1.9 Transportasi Online

Menurut Fatimah, (2019) transportasi merupakan salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis orang maupun barang. Jadi, transportasi merupakan sarana bagi seorang

individu untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi diperlukan manusia untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Transportasi online adalah transportasi berbasis aplikasi dimana pengguna dapat memesannya cukup dengan menggunakan handphone yang terkoneksi dengan internet.

2.2 Telaah Kajian Terdahulu

Penelitian yang telah diselesaikan oleh Septiani et al., (2017) mengenai transportasi *online* mendapatkan hasil bahwa pengguna layanan aplikasi go-jek di Indonesia dipengaruhi oleh faktor persepsi internal (*perceived ease of use*), pengaruh eksternal (norma subjektif), karakteristik inovasi (*compability*), kenikmatan yang dirasakan dan variasi layanan. Namun pada faktor inovasi, kepercayaan dan manfaat yang dirasakan tidak mempengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan go-jek di Indonesia.

Selain itu Mustaqim et al., (2018) telah menyelesaikan penelitian dengan menggunakan model UTAUT. Hasil pada penelitian tersebut yaitu hanya faktor social influence yang berpengaruh terhadap niat menggunakan e-commerce XYZ. Namun pada faktor *effort expectancy* dan *performance expectancy* tidak ditemukannya pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selanjutnya Hartawan, (2019) telah menyelesaikan penelitian dengan menguji 4 variabel menggunakan model UTAUT. Hasil pada penelitian tersebut bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social Influence* dan *user Experience* mempengaruhi niat dalam menggunakan aplikasi *mobile phone*.

Selain itu Narayana, (2019) menggunakan model UTAUT untuk melakukan penelitian mengenai perilaku pengguna sistem informasi. Dalam

penelitian ini ditemukan hasil bahwa hanya faktor *Social Influence* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pada variabel *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavior in use system*.

Selanjutnya Chandra & Novita, (2020) melakukan penelitian dengan bertujuan untuk mengetahui penerimaan masyarakat terhadap layanan transportasi *online*. Dari hasil penelitian ini didapatkan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions* dan *behavioral intention* memiliki pengaruh terhadap penerimaan masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online. Sedangkan untuk faktor *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk menggunakan layanan transportasi *online*.

Selain itu Hidayat et al., (2020) telah menyelesaikan penelitian dengan memperoleh hasil bahwa faktor *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived trust*, *perceived risk* dan *habit* terdapat hubungan yang signifikan terhadap *behavioral intention*, Namun pada faktor *performance expectancy*, *hedonic motivation* dan *price value* tidak ditemukan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selanjutnya Oktafani & Sisilia, (2020) telah menyelesaikan penelitian dengan menunjukkan hasil bahwa faktor *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *price value* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*, sedangkan untuk faktor *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *habit* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*.

Selanjutnya Widanengsih et al., (2022) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengukur perilaku pengguna aplikasi *mobile food ordering* menggunakan UTAUT2. Didapatkan bahwa *effort expectancy* dan *habit* mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi. Selain itu untuk faktor *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *price value* tidak secara signifikan memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Selanjutnya Risanti et al., (2022) telah menyelesaikan penelitian. Hasil yang diperoleh yaitu variabel *behavioral intention*, *habit*, *social influence*, *performance expectancy*, *facilitating condition*, *price value*, *content availability* serta variabel moderator *experience* secara signifikan mempengaruhi niat penggunaan aplikasi Netflix.

Selain itu Maulana & Cahyadi, (2022) telah menyelesaikan penelitian. Hasil yang diperoleh yaitu variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

2.3 Hipotesis

Hipotesis yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh harapan kinerja terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

Harapan kinerja atau *performance expectancy* menunjukkan sejauh mana seorang individu merasakan bahwa menggunakan sistem akan membantu dalam mencapai keuntungan dalam kinerja (Venkatesh et al., 2003). Menurut Venkatesh

et al., (2003) harapan kinerja (*performance expectancy*) merupakan predictor paling kuat dalam niat perilaku diantara semuanya. Manfaat yang diperoleh dalam menggunakan aplikasi transportasi online, salah satunya adalah kemudahan untuk memperoleh transportasi secara cepat hanya dengan menggunakan *mobile phone* tanpa harus mencari keluar rumah, cukup menunggu transportasi yang dipesan menjemput ketempat pengguna. Kemudahan ini membantu pengguna, dibandingkan harus mencari pangkalan ojek terdekat atau pun menunggu dipinggir jalan agar mendapatkan angkutan kota. Dalam hal ini tentu aplikasi transportasi online akan semakin bermanfaat bagi penggunanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara cepat dan membantu pengguna dalam meningkatkan produktivitas serta efisiensi kinerja saat menggunakan aplikasi tersebut. Maka minat untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online menjadi semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al (2018), Hartawan (2019), Chandra & Novita (2020) mendapatkan hasil bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

H1 : Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.2 Pengaruh harapan usaha terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Harapan usaha atau *effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan yang dapat dirasakan pada saat menggunakan sistem. Fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online harus mampu memudahkan individu dalam menggunakannya, seperti kemudahan bagi pengguna untuk memantau kedatangan driver pada

grabcar dll. Dalam hal ini pengguna yang menggunakan aplikasi transportasi online akan semakin mendapatkan kemudahan karena fitur-fitur yang tersedia sangat mudah untuk dipahami dan dipelajari. Maka hal tersebut akan memicu minat individu dalam menggunakan aplikasi transportasi online secara berulang-ulang semakin tinggi. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartawan (2019), Chandra & Novita (2020), Widanengsih et al (2022), Maulana & Cahyadi (2022) menghasilkan pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

H2 : Harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.3 Pengaruh *social influence* (pengaruh sosial) terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Pengaruh sosial atau *social influence* menurut Venkatesh et al., (2003) diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau lebih didalam mengubah sebuah kepercayaan, persepsi dan tingkah laku orang lain. Ketika lingkungan sekitar mampu memberikan dorongan atau dukungan terhadap individu dalam menggunakan transportasi *online*, seperti pengguna selalu terlambat datang kerja karena menggunakan angkutan umum, sehingga orang-orang sekitar menyarankan pengguna untuk menggunakan ojek online. Dalam hal ini pengaruh dari lingkungan sekitar membuat individu semakin yakin untuk harus menggunakan ojek online. Maka hal tersebut dapat memicu minat individu untuk terus menggunakan transportasi *online* menjadi semakin tinggi. *Social influence* atau pengaruh sosial dalam hasil penelitian Mustaqim et al (2018), Hartawan

(2019), Narayana (2019), Maulana & Cahyadi (2022) memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.4 Pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Menurut Venkatesh et al., (2003) kondisi memfasilitasi atau *facilitating condition* yaitu seorang individu dapat percaya bahwa infrastruktur, teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi. Dalam hal ini seseorang membutuhkan suatu perangkat *smartphone* yang kompatibel beserta koneksi internet agar dapat menggunakan kembali aplikasi transportasi *online*. Maka individu yang menggunakan aplikasi transportasi online akan semakin terbantu dengan adanya sumber daya yang diperlukan dan ketika pengguna kesulitan dalam menggunakan aplikasi ini akan ada orang lain yang dapat membantunya. Dengan demikian minat untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online menjadi semakin tinggi. Hasil yang didapatkan pada penelitian Narayana (2019), Chandra & Novita (2020), Maulana & Cahyadi (2022) kondisi fasilitas atau *facilitating condition* mendapatkan pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

H4 : Kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.5 Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Motivasi hedonis atau *hedonic motivation* adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang sedang pengguna gunakan (Brown & Venkatesh, 2005). Pada saat individu merasakan kesenangan dan kenyamanan yang didapatkan pada saat menggunakan transportasi online, seperti bebas dari kemacetan karena sudah ada driver yang akan mencari jalan alternatif agar cepat sampai tujuan. Dalam hal ini tentu aplikasi transportasi online akan semakin membuat individu tertarik untuk menggunakannya karena individu akan menikmati kesenangan dan kenyamanan yang akan didapat. maka minat pengguna untuk terus menggunakan kembali di masa waktu yang akan datang menjadi semakin tinggi. Hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian Oktafani & Sisilia (2020), Maulana & Cahyadi (2022) motivasi hedonis atau *hedonic motivation* memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi.

H5 : Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.6 Pengaruh nilai harga terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Harga atau *price value* menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu sejauh mana pengguna membandingkan utilitas yang ada dalam teknologi dengan biaya yang harus dibayar untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada saat pengguna menggunakan transportasi online tentu akan membandingkan kesesuaian antara biaya yang harus dikeluarkan dengan jarak tempuh yang harus dicapai. Seperti Nominal yang dikenakan oleh pengguna akan muncul otomatis, sehingga pengguna mengetahui berapa nominal yang harus disediakan. Dalam hal ini

tentu aplikasi transportasi online akan menyediakan tarif yang masih terjangkau dengan layanan yang diberikan bagi penggunanya. Dengan demikian minat pengguna untuk terus menggunakan kembali di masa waktu yang akan datang menjadi semakin tinggi. Hasil yang sama ditunjukkan pada penelitian Oktafani & Sisilia (2020), Maulana & Cahyadi (2022) mendapatkan hasil bahwa faktor harga (*price value*) memberikan pengaruh terhadap penggunaan teknologi.

H6 : Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.7 Pengaruh kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

Menurut Venkatesh et al., (2012) Kebiasaan atau *habit* merupakan sejauh mana pengguna cenderung melakukan suatu perilaku secara terus menerus. Pada kurun waktu tertentu saat seorang individu sudah pernah atau terbiasa menggunakan transportasi online. Seperti Pengalaman yang didapatkan oleh pengguna saat sesudah menggunakan transportasi online harus memberikan pengalaman yang baik. Dalam hal ini tentu pengguna yang telah menggunakan aplikasi transportasi online akan semakin ketergantungan serta membuat pengguna semakin harus menggunakannya secara berulang-ulang. Maka hal tersebut akan memicu minat individu untuk terus menggunakannya kembali menjadi semakin tinggi. Penjelasan tersebut sesuai dengan hasil penelitian Hidayat et al (2020), Maulana & Cahyadi (2022), Widanengsih et al (2022) mendapatkan hasil bahwa faktor *habit* memberikan pengaruh positif terhadap *behavioural intention*.

H7 : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.3.8 Pengaruh pengalaman sebagai moderasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan kembali transportasi online

Menurut Venkatesh et al., (2012) seorang individu yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi pada dasarnya lebih mampu memanfaatkannya dengan baik dibandingkan dengan individu yang sedikit pengalaman terhadap teknologi yang sama. Dalam hal ini pengguna yang memiliki banyak pengalaman tentu akan meningkatkan penggunaan aplikasi transportasi online dan akan menimbulkan pemahaman terkait kondisi fasilitas yang tersedia, kesenangan yang didapat oleh pengguna dan kebiasaan yang akan dialaminya. Hal tersebut didukung oleh Risanti et al (2022) yang menyatakan bahwa pengalaman merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menguatkan niat menggunakan suatu teknologi, dengan pengalaman yang baik maka pengguna akan memiliki motivasi untuk menggunakannya kembali.

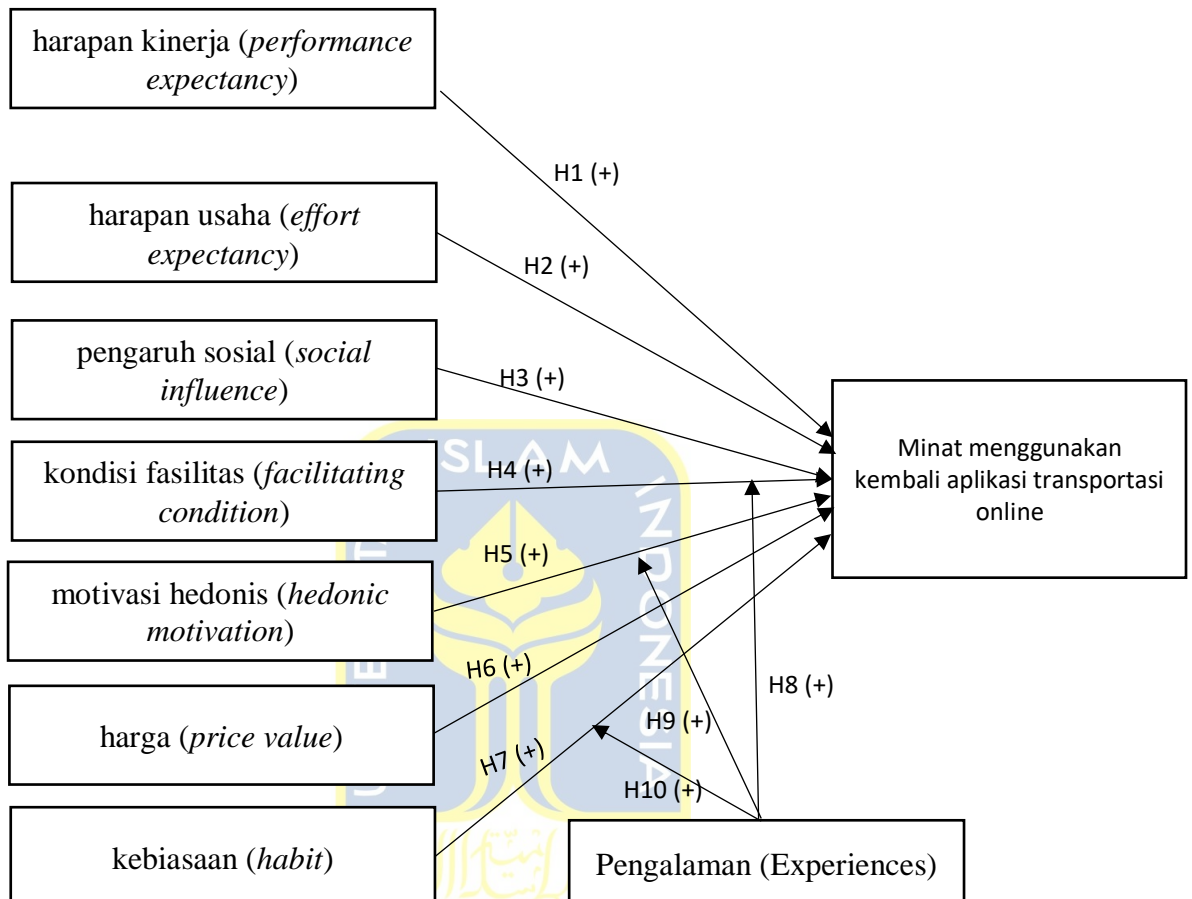
H8 : Pengalaman memperkuat pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

H9 : Pengalaman memperkuat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

H10 : Pengalaman memperkuat pengaruh kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali transportasi online.

2.4 Rerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah dijelaskan diatas, peneliti merumuskan model kerangka penelitian sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian

Populasi merupakan suatu kelompok atau kumpulan objek atau objek yang akan digeneralisasikan dari hasil penelitian (Widiyanto, 2010). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan transportasi online.

Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel (Arikunto, 2006). Dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini digunakan Rumus Hair. Rumus hair digunakan karena belum diketahui dengan pasti jumlah populasinya. Rekomendasi jumlah sampel yang digunakan minimal 5 kali sampai 10 kali dari pertanyaan kuesioner yang diajukan (J. Hair et al., 2013). Pertanyaan kuesioner dalam penelitian terdapat 27 item. Jadi minimal jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu 135 responden

Kriteria sampel yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden bertempat tinggal di Kota Yogyakarta.
2. Kelahiran 1980-2008 yang merupakan generasi milenial dan generasi z.
3. Responden sudah pernah menggunakan transportasi online.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan metode convenience atau incidental sampling.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form, dan disebarkan secara online ataupun offline. Pada halaman awal kuesioner responden akan diminta untuk mengisi data diri dan akan dijaga kerahasiaan datanya. Pada halaman selanjutnya responden akan diminta untuk mengisi pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti untuk digunakan dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skala	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat menggunakan kembali transportasi online. Variabel dependen pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 item. Dalam mengukur variabel dependen pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 2 Indikator Minat Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online

Variabel	Indikator	Referensi
Minat menggunakan kembali transportasi online	<ul style="list-style-type: none"> - Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online di masa mendatang. - Saya akan selalu mencoba aplikasi transportasi online dalam kehidupan sehari-hari. - Saya berencana untuk terus sering menggunakan aplikasi transportasi online. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel- variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013). Variabel independen pada penelitian ini adalah harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*).

3.3.2.1 Ekspektasi Kinerja (Performance Expectancy)

Harapan kinerja atau *performance expectancy* adalah sejauh mana individu merasakan bahwa menggunakan sistem akan membantu dalam mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang

terdiri dari 4 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 3 Indikator Ekpektasi Kinerja

Variabel	Indikator	Referensi
Ekpektasi Kinerja atau <i>performance expectancy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi transportasi online bermanfaat untuk kebutuhan sehari-hari saya. - Aplikasi transportasi online meningkatkan efisiensi kinerja saya. - Menggunakan aplikasi transportasi online membantu menyelesaikan kebutuhan saya lebih cepat. - Menggunakan aplikasi transportasi online meningkatkan produktivitas saya. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.2.2 Ekspektasi Usaha (Effort Expectancy)

Variabel *independent* yang akan diuji pada penelitian ini salah satunya adalah harapan usaha. Harapan usaha atau *effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam penggunaannya (Venkatesh et al., 2003). Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 2 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada

penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 4 Indikator Ekpektasi Usaha

Variabel	Indikator	Referensi
Ekspektasi usaha atau <i>effort expectancy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi transportasi online mudah dan dapat dimengerti. - Mudah bagi saya untuk mempelajari cara Menggunakan aplikasi transportasi online. - Saya merasa aplikasi transportasi mudah digunakan. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Variabel *independent* selanjutnya adalah pengaruh sosial. Pengaruh sosial atau *social influence* menurut Venkatesh et al., (2003) diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau lebih didalam mengubah sebuah kepercayaan, persepsi dan tingkah laku orang lain. Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 2 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 5 Indikator Pengaruh Sosial

Variabel	Indikator	Referensi
Pengaruh sosial atau	- Orang-orang yang penting bagi	(Venkatesh et al.,

<i>social influence</i>	saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi transportasi online. - Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi transportasi online. - Orang yang pendapatnya saya hargai, lebih suka saya menggunakan aplikasi transportasi online.	2012)
-------------------------	---	-------

3.3.2.4 Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition)

Variabel *independent* selanjutnya adalah kondisi fasilitas. Menurut Venkatesh et al., (2003) kondisi memfasilitasi atau *facilitating condition* yaitu seorang individu dapat percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi. Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 6 Indikator Kondisi Fasilitas

Variabel	Indikator	Referensi
----------	-----------	-----------

<p>kondisi memfasilitasi atau <i>facilitating condition</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan handphone) yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi transportasi online. - Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi transportasi online. - Terdapat orang lain yang akan membantu apabila saya kesulitan dalam menggunakan aplikasi transportasi online. - Aplikasi transportasi online kompatibel dengan mobile phone yang saya gunakan. 	<p>(Venkatesh et al., 2012)</p>
---	---	---------------------------------

3.3.2.5 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Variabel *independent* selanjutnya adalah motivasi hedonis. Motivasi hedonis atau *hedonic motivation* adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang sedang pengguna gunakan (Brown & Venkatesh, 2005). Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan

kuesioner yang terdiri dari 2 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 7 Indikator Motivasi Hedonis

Variabel	Indikator	Referensi
Motivasi hedonis atau <i>hedonic motivation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa senang saat menggunakan aplikasi transportasi online. - Saya merasa menikmati saat menggunakan aplikasi transportasi online. - Saya merasa sangat tertarik untuk menggunakan aplikasi transportasi online. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.2.6 Nilai Harga (*Price Value*)

Variabel *independent* selanjutnya adalah nilai harga. Harga atau *price value* menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu sejauh mana pengguna membandingkan utilitas yang ada dalam teknologi dengan biaya yang harus dibayar untuk menggunakan teknologi tersebut. Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji

berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 8 Indikator Nilai Harga

Variabel	Indikator	Referensi
Nilai Harga atau <i>price value</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa harga untuk menggunakan aplikasi transportasi online masih terjangkau. - Saya merasa harga layanan pada aplikasi transportasi online sudah yang terbaik dengan layanan yang dijanjikan. - Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan aplikasi transportasi online. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.2.7 Kebiasaan (*Habit*)

Variabel *independent* terakhir adalah kebiasaan. Menurut Venkatesh et al., (2012) Kebiasaan atau *habit* merupakan sejauh mana pengguna cenderung

melakukan suatu perilaku secara terus menerus. Variabel *Independent* pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 item. Dalam mengukur variabel *Independent* pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari Venkatesh et al., (2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3. 9 Indikator Kebiasaan

Variabel	Indikator	Referensi
Kebiasaan atau <i>habit</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa ketergantungan menggunakan aplikasi transportasi online. - Menggunakan aplikasi transportasi online sudah hal yang wajar bagi saya. - Saya merasa harus menggunakan aplikasi transportasi online. 	(Venkatesh et al., 2012)

3.3.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (baik memperlemah atau memperkuat) hubungan antara variabel independen dengan dependen (Sugiyono, 2018). Variabel moderasi pada penelitian ini adalah pengalaman (*experience*). Dasar dalam pengukuran variabel tersebut didasarkan pada tingkat volume rata-rata penggunaan transportasi online oleh masing-masing responden dalam kurun

waktu 1 bulan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan 1-3 kali diberi skor 1, penggunaan 4-6 kali diberi skor 2, penggunaan 7-10 kali diberi skor 3 dan penggunaan >10 kali diberi skor 4. Pengalaman yaitu seorang individu yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi pada dasarnya lebih mampu memanfaatkannya dengan baik dibandingkan dengan individu yang sedikit pengalaman terhadap teknologi yang sama (Venkatesh et al., 2012).

3.4 Formulasi Hipotesis

H₀ 1 ≤ 0 : Harapan kinerja tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 1 > 0 : Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 2 ≤ 0 : Harapan usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 2 > 0 : Harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 3 ≤ 0 : Pengaruh sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 3 > 0 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 4 ≤ 0 : Kondisi fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 4 > 0 : Kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 5 ≤ 0 : Motivasi hedonis tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 5 > 0 : Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 6 ≤ 0 : Harga tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 6 > 0 : harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 7 ≤ 0 : Kebiasaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H_a 7 > 0 : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

H₀ 8 ≤ 0 : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

H_a 8 > 0 : Pengalaman memperkuat pengaruh positif kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

H₀ 9 ≤ 0 : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

H_a 9 > 0 : Pengalaman memperkuat pengaruh positif motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

H₀ 10 ≤ 0 : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

H_a 10 > 0 : Pengalaman memperkuat pengaruh positif kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali transportasi online

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Alat Analisis Data

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran pada data-data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Menurut Ghozali (2016) analisis deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemiringan distribusi). Data yang diperoleh akan diolah menggunakan program software SmartPLS 3 dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dan dibantu dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). Latan & Ghozali (2015) menyatakan bahwa PLS menggunakan dua evaluasi yaitu model pengukuran atau biasa disebut *outer model* guna untuk menguji validitas dan reliabilitas selanjutnya model structural atau *inner model* digunakan dalam uji kausalitas (pengujian hipotesis).

3.5.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang telah disajikan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini pengujian validitas akan dilakukan

dengan dua macam uji, yaitu validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Untuk dapat menganalisis hasil dari uji validitas konvergen bisa dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan nilai outer loadings dari masing-masing tiap indikator. Nilai AVE harus lebih besar dari 0,5 dan nilai outer loading harus lebih besar dari 0,708 (J. F. Hair et al., 2017). Sedangkan untuk menganalisis hasil dari uji validitas diskriminan bisa dilihat dari nilai cross loadings yang harus lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2014).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang memiliki tujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan memberikan hasil yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dikatakan mencukupi apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2014).

3.5.3 Model Struktural (Inner Model)

Pada prinsipnya model ini digunakan untuk menggambarkan hubungan-hubungan antara satu variabel laten dengan yang lainnya. Uji ini memperhatikan nilai R-Square yang didapatkan dari uji goodness-fit model dengan melihat dari masing-masing variabel. Dalam pengujiannya apabila nilai R-Square sebesar 0,75 maka model penelitian dapat dikatakan kuat, jika disebut moderate apabila nilainya 0,50 dan model penelitian dikatakan lemah apabila nilai menunjukkan angka 0,25 (Latan & Ghozali, 2015). Kemudian, untuk menguji pengaruh antar variabel dapat dilakukan dengan proses bootstrap dengan melihat nilai P Values dan T statistic.

Kriteria dalam menggunakan pengujian ini ditentukan dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan nilai T statistic > T Value (1,96). Jika nilai P Values lebih besar dan nilai T statistic lebih kecil dari angka yang telah ditentukan membuktikan tidak ada nya pengaruh yang signifikan artinya H0 diterima, sebaliknya apabila nilai P Values lebih kecil dari 0,05 dan nilai T statistic > T Value artinya H0 ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini ditujukan kepada generasi milenial dan generasi z yang bertempat tinggal di Yogyakarta. Pengumpulan pada data kuesioner dilakukan secara online maupun offline dengan menggunakan *google form* yang dapat diakses melalui <https://s.id//SkripsiMiftah>, link kuesioner disebarkan pada tanggal 2 Februari 2023 sampai 14 Februari 2023.

Dari hasil penyebaran kuesioner, jawaban yang telah diperoleh adalah 177 data dan yang dapat diolah sejumlah 174. Karena terdapat 3 data yang diisi *double* oleh responden.

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data

Jumlah Sampel		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	177	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang tidak dapat diolah	3	1,7%
Kuesioner yang memenuhi syarat	174	98,3%

Sumber: Data diolah 2023

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jenis kelamin, umur, Aplikasi transportasi *online* yang pernah digunakan, dan seberapa sering penggunaan aplikasi transportasi *online* dalam kurun waktu satu bulan.

4.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	51	29,4%

Perempuan	123	70,6%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah 2023

Dilihat dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari total 174 responden, 51 orang berjenis kelamin Laki-laki dengan persentase 29,4% dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 123 orang dengan persentase 70,6%. Dapat ditarik kesimpulan jenis kelamin perempuan mendominasi pada penelitian ini.

4.2.2 Klasifikasi Berdasarkan Kelompok Umur

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 23 tahun	93	53,4%
24 – 33 tahun	71	40,8%
34 – 43 tahun	9	5,1%
> 44 tahun	1	0,7%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah 2023

Dilihat dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari total 174 responden, umur < 23 tahun berjumlah 93 responden dengan persentase 53,4%, umur 24 - 33 tahun berjumlah 71 responden dengan persentase 40,8%, umur 34 – 43 tahun berjumlah 9 responden dengan persentase 5,1% dan umur > 44 tahun berjumlah 1 responden dengan persentase 0,7%. Dapat disimpulkan umur < 23 tahun mendominasi pada penelitian ini.

4.2.3 Klasifikasi Berdasarkan Aplikasi Transportasi Online Yang Pernah Digunakan

Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Aplikasi Transportasi Online Yang Pernah Digunakan

Keterangan	Jumlah	Persentase
Gojek	152	42,5%
Grab	133	37,3%

Maxim	65	18,2%
Indriver	7	2%
Total	357	100%

Sumber: Data diolah 2023

Dilihat dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa aplikasi transportasi online yang pernah digunakan oleh responden adalah pertama gojek, kedua grab, ketiga maxim dan terakhir indriver. Dapat disimpulkan bahwa gojek menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan, selain itu responden menggunakan aplikasi transportasi online tidak hanya satu sejenis saja, melainkan bisa 2-3 aplikasi yang telah digunakan.

4.2.4 Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Keseringan Menggunakan Aplikasi Transportasi Online Dalam Sebulan

Tabel 4. 5 Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Keseringan Menggunakan Aplikasi Transportasi Online Dalam Sebulan

Keterangan	Jumlah	Persentase
1 – 3 kali	110	63,2%
4 – 6 kali	33	19%
7 – 10 kali	17	9,8%
> 10 kali	14	8%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah 2023

Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari total 174 responden, responden yang menggunakan aplikasi transportasi online dalam 1bulan antara 1-3 kali berjumlah 110 orang atau 63,2%, selanjutnya responden yang menggunakan aplikasi transportasi online dalam 1bulan antara 4-6 kali berjumlah 33 orang atau 19%, penggunaan aplikasi transportasi online antara 7-10 kali dalam kurun waktu satu bulan berjumlah 17 orang atau 9,8% dan responden yang menggunakan aplikasi transportasi online > 10 kali dalam 1 bulan berjumlah 14 orang atau 8%.

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden hanya 1-3 kali menggunakan aplikasi transportasi online selama kurun waktu 1 bulan dalam penelitian ini.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran pada data-data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini mencantumkan nilai standar deviasi, nilai *mean*, nilai maksimum dan nilai minimum pada setiap variabel yang dipakai. Hasil dari analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Harapan Kinerja	174	5	16	3,30	2,21
Harapan Usaha	174	3	12	3,52	1,75
Pengaruh Sosial	174	3	12	2,76	2,17
Kondisi Fasilitas	174	4	16	3,41	2,05
Motivasi Hedonis	174	3	12	3,28	1,61
Harga	174	3	12	3,11	1,66
Kebiasaan	174	4	16	2,81	2,50
Pengalaman	174	1	4	1,63	0,95
Minat Pengguna	174	3	12	2,90	2,17

Sumber: Data Diolah 2023

1. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel harapan kinerja menunjukkan nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 16. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 3,30 artinya mayoritas jawaban responden adalah “setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,21 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,21.

2. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel harapan usaha menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 3,52 artinya mayoritas jawaban responden adalah “setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 1,75 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 1,75.
3. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pengaruh sosial menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 2,76 artinya mayoritas jawaban responden adalah “tidak setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,17 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,17.
4. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel kondisi fasilitas menunjukkan nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 3,41 artinya mayoritas jawaban responden adalah “setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,05 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,05.
5. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel motivasi hedonis menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 3,28 artinya mayoritas jawaban responden adalah “setuju”, dan

pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 1,61 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 1,61.

6. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel harga menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 3,11 artinya mayoritas jawaban responden adalah “setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 1,66 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 1,66.
7. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel kebiasaan menunjukkan nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 2,81 artinya mayoritas jawaban responden adalah “tidak setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,50 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,50.
8. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pengalaman menunjukkan nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 4. Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 1,63 artinya tingkat responden dalam menggunakan aplikasi transportasi online dalam 1 bulan antara 1-3 kali, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,21 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,21.
9. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel minat pengguna menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12.

Dapat dilihat juga pada tabel tersebut nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 2,90 artinya mayoritas jawaban responden adalah “tidak setuju”, dan pada nilai standar deviasi didapatkan sebesar 2,17 yang menunjukkan ukuran penyebaran data dari variabel harapan kinerja adalah 2,17.

4.3.2 Hasil Uji Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* dilaksanakan untuk menentukan tingkat nilai validitas dan reliabilitas pada penelitian ini.

4.3.2.1 Uji Convergent Validity

Uji *convergent validity* atau uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari setiap indikator. Dalam penelitian ini untuk melihat setiap indikator memenuhi syarat uji validitas konvergen atau tidak yaitu apabila nilai *outer loading* yang didapat lebih besar dari 0,708 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50 maka indikator yang diajukan dinyatakan memenuhi syarat uji validitas konvergen. Hasil pengujian yang didapat bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator Pertanyaan	<i>Outer Loadings</i>	AVE	Keterangan
Ekpektasi Kinerja (EK)	EK1	0,730	0,633	Valid
	EK2	0,829		
	EK3	0,823		
	EK4	0,797		
Ekpektasi Usaha (EU)	EU1	0,910	0,744	Valid
	EU2	0,802		
	EU3	0,872		
Pengaruh Sosial (PS)	PS1	0,868	0,786	Valid
	PS2	0,898		
	PS3	0,893		
Kondisi Fasilitas	KF1	0,731	0,586	Valid
	KF2	0,803		

(KF)	KF3	0,758	0,738	Valid
	KF4	0,768		
Motivasi Hedonis (MH)	MH1	0,848	0,653	Valid
	MH2	0,873		
	MH3	0,857		
Harga (H)	H1	0,717	0,681	Valid
	H2	0,836		
	H3	0,863		
Kebiasaan (K)	K1	0,838	1,000	Valid
	K2	0,749		
	K3	0,883		
Pengalaman (A)	A	1,000	1,000	Valid
Minat Pengguna (MP)	MP1	0,870	0,774	Valid
	MP2	0,862		
	MP3	0,906		

Sumber: Data Diolah 2023

Dapat dilihat tabel 4.7 seluruh indikator pertanyaan yang digunakan mendapatkan nilai outer loading diatas 0,708 dan nilai AVE diatas 0,50 maka dapat disimpulkan data yang didapatkan pada penelitian ini dinyatakan valid atau memenuhi syarat dari uji validitas konvergen.

4.3.2.2 Uji Discriminant Validity

Uji *discriminant validity* atau uji validitas diskriminan dilihat dari nilai *cross loading* dari setiap indikator pertanyaan. Dalam penelitian ini untuk menentukan item-item pertanyaan telah memenuhi syarat uji validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai *cross loadings*, apabila angka yang didapat diatas 0,70 maka item pertanyaan pada penelitian telah memenuhi syarat.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Discriminant Validity

	MP	P	P*KF	P*K	P*M H	EK	KF	K	MH	EU	H	PS
MP	0,871	0,043	0,052	-0,061	-0,025	0,124	0,297	0,670	0,427	0,272	0,378	0,412

1												
MP 2	0,862	0,112	0,115	-0,054	-0,060	-0,013	0,197	0,608	0,384	0,231	0,259	0,450
MP 3	0,906	0,208	0,108	-0,021	0,012	0,075	0,266	0,757	0,492	0,321	0,354	0,512
P	0,142	1,000	0,258	0,258	0,161	0,043	0,055	0,227	0,095	0,166	-0,021	0,098
EK 1	0,082	0,012	-0,131	-0,006	0,013	0,910	0,564	0,090	0,389	0,430	0,297	0,052
EK 2	0,035	0,101	-0,086	0,110	0,021	0,802	0,616	0,076	0,345	0,501	0,302	0,057
EK 3	0,056	0,034	-0,035	0,076	0,082	0,872	0,596	0,078	0,364	0,486	0,340	0,022
KF *P	0,104	0,258	1,000	0,410	0,514	-0,104	-0,082	0,092	0,051	0,100	-0,018	0,115
KF 1	0,126	0,100	-0,076	0,128	0,076	0,630	0,720	0,130	0,338	0,448	0,304	0,097
KF 2	0,196	0,016	-0,048	0,047	0,023	0,643	0,803	0,245	0,411	0,580	0,489	0,136
KF 3	0,300	0,045	-0,077	0,030	0,056	0,332	0,762	0,277	0,322	0,413	0,302	0,255
KF 4	0,188	0,024	-0,048	0,121	-0,005	0,584	0,768	0,132	0,351	0,456	0,341	0,096
K* P	-0,050	0,258	0,410	1,000	0,484	0,050	0,092	-0,100	0,032	0,090	0,001	-0,023
K1	0,638	0,240	0,007	-0,070	-0,024	0,015	0,180	0,835	0,426	0,215	0,294	0,451
K2	0,569	0,191	0,140	-0,082	0,102	0,226	0,362	0,747	0,363	0,384	0,366	0,367
K3	0,705	0,137	0,088	-0,093	0,008	0,017	0,167	0,887	0,410	0,265	0,330	0,516
MH *P	-0,025	0,161	0,514	0,484	1,000	0,042	0,048	0,031	-0,067	0,090	0,001	0,001
MH 1	0,407	0,108	0,028	0,081	-0,077	0,357	0,414	0,390	0,846	0,397	0,379	0,425
MH 2	0,442	0,114	0,073	0,038	-0,047	0,422	0,408	0,430	0,871	0,460	0,376	0,397
MH 3	0,432	0,025	0,029	-0,032	-0,050	0,314	0,366	0,428	0,861	0,442	0,368	0,492
EU 1	0,174	0,140	0,012	0,082	0,025	0,592	0,625	0,207	0,398	0,730	0,392	0,189
EU 2	0,238	0,151	0,068	0,101	0,096	0,453	0,480	0,277	0,424	0,829	0,377	0,311
EU 3	0,280	0,183	0,066	0,049	0,045	0,435	0,502	0,294	0,392	0,823	0,377	0,326
EU 4	0,284	0,064	0,145	0,063	0,107	0,282	0,400	0,293	0,403	0,797	0,339	0,374
H1	0,209	0,058	-0,050	0,061	-0,078	0,293	0,328	0,219	0,355	0,380	0,717	0,185
H2	0,300	-0,039	-0,015	-0,042	-0,010	0,297	0,435	0,346	0,368	0,385	0,836	0,212

H3	0,374	-0,041	0,006	0,003	0,053	0,287	0,367	0,368	0,348	0,370	0,863	0,225
PS1	0,408	0,073	0,118	-0,039	-0,036	0,124	0,223	0,428	0,475	0,401	0,227	0,868
PS2	0,445	0,125	0,087	-0,032	-0,017	0,028	0,212	0,478	0,455	0,332	0,254	0,898
PS3	0,523	0,065	0,104	0,003	0,045	-0,005	0,148	0,529	0,431	0,315	0,208	0,893

Dapat dilihat pada tabel 4.8 seluruh dari item pertanyaan memiliki koefisien korelasi yang lebih tinggi dari setiap konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dapat disimpulkan data yang didapatkan pada penelitian ini telah memenuhi syarat uji validitas diskriminan dan dinyatakan valid.

4.3.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah konstruk yang ada pada penelitian ini dikatakan reliabel atau tidak. Dalam pengujian ini konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70. Hasil uji reliabilitas tersaji dalam table berikut.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>cronbach alpha</i>	<i>composite reliability</i>
Ekpektasi Kinerja	0,809	0,873
Ekpektasi Usaha	0,840	0,897
Pengaruh Sosial	0,865	0,917
Kondisi Fasilitas	0,778	0,848
Motivasi Hedonis	0,823	0,894
Harga	0,741	0,849
Kebiasaan	0,763	0,864
Pengalaman*Kebiasaan	1,000	1,000
Pengalaman*Motivasi Hedonis	1,000	1,000
Pengalaman*Kondisi Fasilitas	1,000	1,000
Minat Pengguna	0,854	0,911

Melihat pada tabel 4.8 seluruh dari konstruk menunjukkan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* lebih dari 0,70. Dapat disimpulkan semua data pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3.3 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* dilakukan untuk melihat nilai pada *R-square* dan nilai pada *P-values*.

4.3.3.1 Uji Goodness-Fit Model

Tabel 4. 10 Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Pengguna	0,644	0,620

Sumber: Data Diolah 2023

Melihat pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *R-square* yang didapatkan pada variabel minat pengguna sebesar 0,620. Hasil ini menginterpretasikan bahwa variabel minat pengguna yang dijelaskan oleh variabel ekpektasi kinerja, ekpektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, harga, kebiasaan dan pengalaman dengan persentase 62% dan sisanya 38% dijelaskan oleh variabel lain pada penelitian ini.

4.3.3.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan *path coefficient* pada uji inner model untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan didukung atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.0 dengan analisis *bootstrapping* untuk melakukan uji hipotesis. Hasil yang didapat sebagai berikut.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values	Keterangan
-----------	-----------------	-------------	--------------------	-------------	----------	------------

EK ->BI	-0,033	-0,039	0,075	0,439	0,661	H1 Tidak didukung
EU-> BI	-0,112	-0,096	0,081	1,380	0,168	H2 Tidak didukung
PS -> BI	0,085	0,106	0,078	1,092	0,275	H3 Tidak didukung
KF-> BI	0,116	0,105	0,078	1,492	0,136	H4 Tidak didukung
MH-> BI	0,125	0,124	0,071	1,747	0,081	H5 Tidak didukung
H-> BI	0,047	0,043	0,057	0,822	0,411	H6 Tidak didukung
K-> BI	0,647	0,642	0,097	6,675	0,000	H7 didukung oleh data
P*KF-> BI	0,074	0,066	0,084	0,880	0,379	H8 Tidak didukung
P*MH-> BI	-0,082	-0,075	0,082	1,002	0,317	H9 Tidak didukung
P*K-> BI	0,032	0,037	0,085	0,375	0,708	H10 Tidak didukung

Sumber: Data Diolah 2023

Melihat hasil pada tabel 4.11 menunjukkan adanya variabel yang didukung dan beberapa variabel yang tidak didukung dengan melihat nilai T statistic dan nilai P Value. Hasil dari pengujian akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Hubungan ekpektasi kinerja terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa ekpektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar -0.033, nilai T statistic sebesar 0.439 dan nilai P values sebesar 0.661. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa ekpektasi kinerja memberikan pengaruh negatif terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis pertama (H1) tidak didukung oleh data.

b. Hubungan ekpektasi usaha terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa ekpektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar -0.112, nilai T statistic sebesar 1.380 dan nilai P values sebesar 0.162. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa ekpektasi usaha memberikan pengaruh negatif terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis pertama (H2) tidak didukung oleh data.

c. Hubungan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar 0.085, nilai T statistic sebesar 1.092 dan nilai P values sebesar 0.275. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, meskipun nilai original sample memberikan hasil positif yang bermakna pengaruh sosial menunjukkan pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ditolak atau tidak didukung oleh data.

d. Hubungan kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar 0.116, nilai T statistic sebesar 1.747 dan nilai P values sebesar 0.136. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, meskipun nilai original sample memberikan hasil positif yang bermakna kondisi fasilitas menunjukkan pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ditolak atau tidak didukung oleh nilai T statistic dan nilai P value yang didapat.

e. Hubungan motivasi hedonis terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis kelima (H5) menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar 0.125, nilai T statistic sebesar 1.492 dan nilai P values sebesar 0.081. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, meskipun nilai original sample memberikan hasil positif yang bermakna motivasi hedonis menunjukkan pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ditolak atau tidak didukung oleh nilai T statistic dan nilai P value yang didapat.

f. Hubungan harga terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis keenam (H6) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar 0.047, nilai T statistic sebesar 0.082 dan nilai P values sebesar 0.411. Nilai T statistic menunjukkan lebih kecil dari 1.96 dan nilai P Value lebih besar dari 0.05. Melihat data tersebut, meskipun nilai original sample memberikan hasil positif yang bermakna harga menunjukkan pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Sehingga hipotesis keenam (H6) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ditolak atau tidak didukung oleh nilai T statistic dan nilai P value yang didapat.

g. Hubungan kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis ketujuh (H7) menyatakan bahwa kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai original sample sebesar 0.647, nilai T statistic sebesar 6.675 dan nilai P values sebesar 0.000. Nilai T statistic menunjukkan lebih besar dari 1.96 dan nilai P Value lebih kecil dari 0.05. Melihat data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kebiasaan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis ketujuh (H7) didukung oleh data.

h. Hubungan pengalaman dalam memoderasi faktor - faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online

Berdasarkan hipotesis kedelapan (H8), kesembilan (H9) dan kesepuluh (H10) menyatakan bahwa pengalaman memperkuat hubungan kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap minat penggunaan. Pada tabel 4.11 menunjukkan variabel pengalaman*kondisi fasilitas mendapatkan nilai original sampel sebesar 0.074, nilai T statistic sebesar 0.880 dan nilai P values sebesar 0.379. Pada variabel pengalaman*motivasi hedonis mendapatkan nilai original sampel sebesar -0.082, nilai T statistic sebesar 1.002 dan nilai P values sebesar 0.317. serta pada variabel pengalaman*kebiasaan mendapatkan nilai original sampel sebesar 0.032, nilai T statistic sebesar 0.375 dan nilai P values sebesar 0.780. Melihat data tersebut, menunjukkan semua nilai T statistic lebih kecil dari 1.96 dan nilai P value lebih besar dari 0.05, sehingga semua hipotesis variabel moderasi yang menyatakan bahwa pengalaman memperkuat hubungan kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap minat pengguna ditolak atau tidak didukung oleh nilai T statistic dan nilai P value yang didapat.

4.3.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.4.1 Pengujian pengaruh Ekpektasi Kinerja terhadap minat menggunakan

Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel ekpektasi kinerja memiliki nilai original sample sebesar -0.033 dan nilai P value sebesar $0.661 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa ekpektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis pertama tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al., (2018), Narayana, (2019), Hidayat et al., (2020), Oktafani & Sisilia, (2020),

dan Widanengsih et al., (2022) yang mendapatkan bahwa ekpektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa ekpektasi kinerja yang tinggi tidak mempengaruhi minat generasi milenial dan generasi z untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Dapat diasumsikan bahwa generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan kembali aplikasi transportasi online menganggap sama saja dengan menggunakan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi, karena hal ini tidak terlalu memberikan manfaat dalam meningkatkan produktivitas maupun efisiensi kinerja bagi responden, sehingga hal ini juga bukan sesuatu yang baru bagi generasi ini. Kepada penyedia layanan transportasi online agar dapat meningkatkan manfaat ataupun keuntungan yang diterima oleh para pengguna atau konsumen seperti, produktivitas maupun efisiensi kinerja yang dirasakan terhadap generasi ini, karena generasi ini lahir di era yang membutuhkan semuanya serba cepat, sehingga diharapkan dapat mendorong penggunaan aplikasi transportasi online secara terus menerus.

4.3.4.2 Pengujian pengaruh Ekpektasi Usaha terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel ekpektasi usaha memiliki nilai original sample sebesar -0.112 dan nilai P value sebesar $0.168 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa ekpektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis kedua tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al.,

(2018), Narayana, (2019) dan Oktafani & Sisilia, (2020) yang mendapatkan bahwa ekpektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan kemudahan dalam menggunakan aplikasi transportasi online belum dapat dirasakan bagi generasi milenial maupun generasi z karena seringkali terjadi aplikasi tidak bisa dibuka ataupun secara tiba-tiba aplikasi menutup dengan sendirinya dan sering terjadi juga yaitu kesusahan dalam mendapatkan *driver* disaat kondisi hujan, sehingga ekpektasi usaha yang tinggi tidak akan mempengaruhi generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan aplikasi transportasi online secara berulang-ulang. Kepada penyedia layanan transportasi online diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari aplikasi tersebut seperti, sering dilakukannya pengecekan dari seluruh aplikasi transportasi online apakah terdapat error atau tidak agar kemudahan yang dirasakan oleh generasi ini semakin terasa dan minat menggunakan ulang aplikasi transportasi online semakin tinggi.

4.3.4.3 Pengujian pengaruh Pengaruh Sosial terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel pengaruh sosial memiliki nilai original sample sebesar 0.085 dan nilai P value sebesar $0.275 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis ketiga tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chandra & Novita, (2020) dan Widanengsih et al., (2022) yang mendapatkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa pengaruh sosial yang besar tidak memberikan pengaruh pada generasi milenial dan generasi z terhadap minat menggunakan aplikasi transportasi online secara berulang-ulang. Dengan demikian, generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan kembali aplikasi transportasi online bukan berdasarkan dari paksaan lingkungan sekitar melainkan dari pengalaman yang pernah dirasakan oleh responden. Kepada penyedia layanan transportasi online diharapkan dapat terus memberikan pengalaman yang baik terhadap penggunanya agar orang-orang yang telah menggunakan aplikasi transportasi online dapat merekomendasikan penggunaan aplikasi ini kepada orang lain.

4.3.4.4 Pengujian pengaruh Kondisi Fasilitas terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel kondisi fasilitas memiliki nilai original sample sebesar 0.116 dan nilai P value sebesar $0.136 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis keempat tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narayana, (2019) dan Widanengsih et al., (2022) yang mendapatkan bahwa kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa kondisi fasilitas yang tinggi tidak berpengaruh pada generasi milenial maupun generasi z dalam menggunakan kembali aplikasi transportasi secara online. Kemungkinan bagi para responden, penggunaan aplikasi transportasi online belum menjadi sebuah prioritas atau kebutuhan

walaupun fasilitas yang dimiliki telah mencukupi seperti koneksi internet dan handphone, karena penggunaan aplikasi transportasi online hanya disaat kondisi tertentu seperti kendaraan pribadi mengalami kebocoran yang membuat responden harus mencapai tujuan tepat waktu sehingga responden harus menggunakan aplikasi transportasi online, maka dari itu penggunaan aplikasi transportasi online hanya disaat penting saja. Kepada penyedia layanan transportasi online diharapkan dapat memberikan aplikasi yang ringan agar dapat digunakan semua jenis handphone dan agar tidak terjadi aplikasi menutup dengan sendiri nya atau error, serta saat penggunaan aplikasi transportasi online diharapkan juga pemakaian kuota internet tidak terlalu berlebihan agar para pengguna tidak merasa terbebani. Sehingga kedepannya memungkinkan penggunaan aplikasi transportasi online dapat menjadi sebuah prioritas bagi para penggunanya.

4.3.4.5 Pengujian pengaruh Motivasi Hedonis terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel motivasi hedonis memiliki nilai original sample sebesar 0.125 dan nilai P value sebesar $0.081 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis kelima tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2020) dan Widanengsih et al., (2022) yang mendapatkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa motivasi hedonis yang tinggi tidak memberikan pengaruh pada generasi milenial dan generasi z terhadap minat

menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Dapat diasumsikan bahwa dengan tidak adanya faktor kesenangan, pengguna tentu tetap akan menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Hal ini dapat terjadi dikarenakan generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan aplikasi transportasi online secara berulang-ulang bukan berdasarkan kesenangan yang didapat melainkan karena kebutuhan penting, sehingga penggunaan kembali aplikasi transportasi hanya seperlunya saja bagi responden. Kepada penyedia layanan transportasi online diharapkan dapat terus memberikan kesenangan maupun kenyamanan terhadap para pelanggan, agar kedepannya para pengguna tersadarkan bahwa penggunaan aplikasi transportasi online tidak hanya disaat penting saja. Melainkan karena sudah menjadi kebutuhan, mengingat semakin banyak kendaraan pribadi maka kemacetan semakin tinggi. Sehingga penggunaan aplikasi transportasi online diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengurangi kemacetan.

4.3.4.6 Pengujian pengaruh Harga terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel harga memiliki nilai original sample sebesar 0.047 dan nilai P value sebesar $0.411 > 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis keenam tidak didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2020) dan Widanengsih et al., (2022) yang mendapatkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa harga yang tinggi tidak memberikan pengaruh terhadap minat generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Bagi para responden, harga menjadi sesuatu yang sangat penting mengingat provinsi Yogyakarta memiliki umr paling kecil diantara provinsi yang lainnya. Dapat diasumsikan bahwa harga yang semakin tinggi dengan tidak sebandingnya kenaikan gaji tentunya akan menurunkan minat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi online. Kepada penyedia layanan transportasi online agar dapat memberikan promo-promo maupun voucher menarik yang tidak disertai syarat dan ketentuan, sehingga hal ini diharapkan dapat mendorong generasi ini untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online.

4.3.4.7 Pengujian pengaruh Kebiasaan terhadap minat menggunakan Kembali aplikasi transportasi online

Hasil pengujian data menunjukkan variabel kebiasaan memiliki nilai original sample sebesar 0.647 dan nilai P value sebesar $0.000 < 0.05$. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis ketujuh didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2020), Widanengsih et al., (2022), Risanti et al., (2022) dan Maulana & Cahyadi, (2022) yang mendapatkan bahwa kebiasaan berpengaruh terhadap minat pengguna.

Hal ini membuktikan bahwa kebiasaan yang tinggi menambah minat pada generasi milenial dan generasi z untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online. Ketika para responden sudah mulai terbiasa dalam menggunakan aplikasi transportasi online, tentunya akan meningkatkan minat responden untuk terus

menggunakannya. Hal ini disebabkan, karena adanya kebiasaan yang telah berulang-ulang dilakukan, maka dari itu kebiasaan menjadi faktor yang sangat penting untuk dapat meningkatkan minat dalam menggunakan aplikasi transportasi online secara berulang-ulang. Kepada penyedia layanan transportasi online agar dapat memaksimalkan serta memberikan kesan dan pengalaman yang baik terhadap para pengguna, sehingga dapat mendorong pengguna untuk ingin terus menggunakan aplikasi transportasi online.

4.3.4.8 Pengalaman memperkuat hubungan faktor - faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.

Hasil pengujian data menunjukkan variabel Pengalaman*Kondisi Fasilitas memiliki nilai original sample sebesar 0.074, pada variabel Pengalaman*Motivasi Hedonis sebesar -0.082 dan pada variabel Pengalaman*Kebiasaan sebesar 0,032. Dengan nilai P value pada variabel Pengalaman*Kondisi Fasilitas sebesar 0.0379 > 0.05, pada variabel Pengalaman*Motivasi Hedonis sebesar 0.0317 > 0.05 dan pada variabel Pengalaman*Kebiasaan sebesar 0.708. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa variabel pengalaman tidak memperkuat hubungan kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online, maka hipotesis delapan, sembilan dan sepuluh tidak didukung. Hal ini membuktikan bahwa tingginya pengalaman responden pada kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan tidak akan memperkuat ataupun memperlemah minat generasi milenial dan generasi z untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online. Dapat diasumsikan bahwa kalangan generasi ini

menganggap pada era digital sekarang penggunaan aplikasi transportasi online telah menjadi sesuatu kebutuhan, maka dari itu pengalaman yang dimiliki oleh generasi milenial dan generasi z di wilayah daerah Yogyakarta mengenai kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan belum dapat mendorong untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online. Agar dapat mendorong generasi ini untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online diharapkan penyedia layanan dapat memberikan kesenangan maupun kenyamanan, kondisi fasilitas yang mencukupi serta kesan dan pengalaman yang baik pada saat menggunakan aplikasi transportasi online. Karena pada dasarnya pengalaman yang baik akan memunculkan motivasi untuk menggunakannya kembali.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang didapatkan serta hasil pengujian yang telah dilaksanakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ekpektasi Kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.

2. Ekpektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
3. Pengaruh Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
4. Kondisi Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
5. Motivasi Hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
6. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
7. Kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.
8. Pengalaman tidak memperkuat kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi transportasi online.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi perusahaan yang menyediakan layanan transportasi online:

Hasil yang didapat pada penelitian ini membuktikan kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online. Maka dari itu penyedia layanan transportasi online untuk dapat memaksimalkan serta memberikan kesan maupun pengalaman yang baik agar pengguna terbiasa dan ingin terus menggunakan aplikasi transportasi online, karena pada penelitian kebiasaan terbukti mampu meningkatkan minat untuk menggunakan kembali aplikasi transportasi online.

2. Bagi pengguna layanan aplikasi transportasi online

Hasil yang didapat pada penelitian ini membuktikan kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online. Sehingga penelitian ini dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi para pengguna maupun calon yang akan menggunakan layanan aplikasi transportasi online, agar dapat memilih layanan aplikasi transportasi online yang memberikan kesan dan pengalaman yang baik bagi para penggunanya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari pada penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan yang sekiranya dapat mempengaruhi hasil daripada penelitian. Berikut keterbatasan yang dimiliki yaitu:

1. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner, maka dari itu kemungkinan ada sikap tidak jujur atau serius pada responden saat mengisi kuesioner, karena pada saat responden diminta untuk mengisi kuesioner terlihat seperti terburu-buru, sehingga dapat menimbulkan jawaban yang tidak menggambarkan situasi responden yang sebenarnya.
2. Data yang dikumpulkan mayoritas bergender perempuan sebesar 123 atau 70,6%, sehingga ada kemungkinan jawaban yang diterima berdasarkan pemahaman dari gender perempuan.

5.4 Saran

1. Disarankan pada penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan metode lain seperti wawancara agar mendapatkan hasil yang objektif dan lebih menggambarkan situasi yang sebenarnya.

2. Disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti secara meluas dengan gender responden yang seimbang, sehingga hasil penelitian dapat menunjukkan hasil yang tepat.



DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2019). *Generasi Milenial Mayoritas Pengguna Layanan Transportasi Digital*. Techno.Okezone.Com.
<https://techno.okezone.com/read/2019/07/10/207/2077097/generasi-milenial-mayoritas-pengguna-layanan-transportasi-digital>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Arnani, M. (2022). *Kenaikan Tarif Ojek Online Dibagi Tiga Zona, Ini Rinciannya*. Money.Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2022/09/10/143535026/kenaikan-tarif-ojek->

online-dibagi-tiga-zona-ini-rinciannya

- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarterly*, 29(3), 399–426.
https://www.jstor.org/stable/pdf/25148690.pdf?refreqid=excelsior%3Ad916b2b164cab1c5f51926b5d91081be&ab_segments=&origin=&acceptTC=1
- Cahya, P. (2018). *Makin Ketat, Begini Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia*. Idntimes.Com.
<https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar?page=all>
- Chandra, F. S., & Novita, D. (2020). Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap Layanan Transportasi Online Menggunakan UTAUT. *Jtsi*, 1(1), 23–33.
- Dewi, I. R. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* CnbcIndonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar Transportasi*. Myria Publisher.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PEncDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=transportasi+adalah&ots=Xtait9kOZP&sig=FpibhDhG7rTHMZbPGT-iujcklxY&redir_esc=y#v=onepage&q=transportasi+adalah&f=false
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi + CD*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling : metode alternatif dengan Partial Least Square (PLS); dilengkapi Software Smartpls 3.0 Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2013). *Multivariate Data Analysis*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* - Joseph F. Hair,

- Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hartawan, M. S. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Menggunakan Unified Theory Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Teknologi Informasi ESIT*, 14(03), 1–5.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP.
- Maulana, A., & Cahyadi, R. (2022). Evaluasi Penggunaan Produk Uang Elektronik E-Money Ovo Menggunakan Model Utaut 2 (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Medan). *Journal Information System ...*, 7(1). <https://ejournal.medan.uph.edu/index.php/ISD/article/view/520%0Ahttps://ejournal.medan.uph.edu/index.php/ISD/article/viewFile/520/292>
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1653/608>
- Mutia, A. (2022). *Bukan Ojol, Ini Moda Transportasi Mayoritas Warga Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/bukan-ojol-ini-moda-transportasi-mayoritas-warga-indonesia>
- Narayana, I. W. G. (2019). Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Perilaku Pengguna E-Learning (Studi Kasus : STMIK STIKOM Bali). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 4(1), 158–164. <https://doi.org/10.36002/jutik.v5i1.705>
- Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, VI(1), 24–36.

- <http://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1825>
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555.
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Rakhmayanti Dewi, I. (2022). Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022? *Cnbc*, 1.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver#:~:text=Survei Badan Penelitian dan Pengembangan,perusahaan decacorn dalam negeri ini.>
- Risanti, C., Lathif, T., Suryanto, M., & Pratama, A. (2022). *Analisis Faktor Keputusan Berlangganan pada Subscription Video on Demand Menggunakan Metode*. 11(3), 525–536.
- Septiani, R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2017). Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 504–512.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.183>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
https://www.jstor.org/stable/pdf/30036540.pdf?refreqid=excelsior%3Ab3735569f1d848acc48537a5e8e58866&ab_segments=&origin=&acceptTC=1
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & XinXu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–158.
<https://www.jstor.org/stable/pdf/41410412.pdf?refreqid=excelsior%3Ada30>

d8a050a9e955f6ba3b02c9221c81&ab_segments=&origin=&acceptTC=1
Widanengsih, E., Kurniadi, W., & Destiana, H. (2022). Adopsi Penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering Dengan Pendekatan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(1), 63–79.
<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/260/191>
Widiyanto, J. (2010). *SPSS For Windows untuk analisis data statistik dan penelitian*. Bp-Fkip Ums.



LAMPIRAN

Kepada Yth.

Sdr/I Responden

Di tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir saya sebagai mahasiswa program strata satu (S1) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, saya:

Nama : Muhammad Miftakul Khoir

NIM : 19312227

Fakultas/ Jurusan : Bisnis dan Ekonomika/ Akuntansi

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan bersama surat ini untuk keperluan penyusunan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Online Pada Generasi Milenial Yogyakarta”, Atas ketersediaan Sdr/i saya ucapkan terima kasih.



Bagian 1

1. Email (*Optional) :
2. Nama (*Boleh Inisial):
3. Jenis Kelamin: a. Perempuan b. Laki - Laki
4. Usia:
 - a. ≤ 23 tahun
 - b. 24 - 33 tahun
 - c. 34 – 43 tahun
 - d. ≥ 44 tahun
5. Aplikasi yang pernah digunakan ketika menggunakan transportasi online:

- a. Gojek
 - b. Grab
 - c. Maxim
 - d. Indriver
 - e. Dll:.....
6. Seberapa sering menggunakan transportasi online pada kurun waktu 1 bulan:
- a. 1-3 kali
 - b. 4-6 kali
 - c. 7-10 kali
 - d. > 10 kali
7. Nomor Handphone untuk pemberian intensif (*optional):
8. Pilihan E-Wallet untuk pemberian intensif (*optional):
- a. DANA
 - b. Shopee Pay
 - c. Gopay

Bagian 2

Petunjuk Pengisian:

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari cukup memilih salah satu jawaban pada kolom yang tersedia dibawah yang saudara anggap paling sesuai.

Keterangannya adalah:

- 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2. Tidak Setuju (TS)
- 3. Setuju (S)
- 4. Sangat Setuju (SS)

1. Harapan Kinerja

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Aplikasi transportasi online bermanfaat untuk kebutuhan sehari-hari saya.				
2. Aplikasi transportasi online meningkatkan				

efisiensi kinerja saya.				
3. Menggunakan aplikasi transportasi online membantu menyelesaikan kebutuhan saya lebih cepat.				
4. Menggunakan aplikasi transportasi online meningkatkan produktivitas saya.				

2. Harapan Usaha

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Aplikasi transportasi online mudah dan dapat dimengerti.				
2. Mudah bagi saya untuk mempelajari cara Menggunakan aplikasi transportasi online.				
3. Saya merasa aplikasi transportasi mudah digunakan.				

3. Pengaruh Sosial

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Orang-orang yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi transportasi online.				
2. Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi transportasi online.				
3. Orang yang pendapatnya saya hargai, lebih suka saya menggunakan aplikasi transportasi online.				

4. Kondisi Fasilitas

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan handphone) yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi transportasi online.				
2. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi transportasi online.				
3. Terdapat orang lain yang akan membantu apabila saya kesulitan dalam menggunakan aplikasi transportasi online.				
4. Aplikasi transportasi online kompatibel dengan mobile phone yang saya gunakan.				

5. Motivasi Hedonis

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya merasa senang saat menggunakan aplikasi transportasi online.				
2. Saya merasa menikmati saat menggunakan aplikasi transportasi online.				
3. Saya merasa sangat tertarik untuk menggunakan aplikasi transportasi online.				

6. Nilai Harga

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya merasa harga untuk menggunakan aplikasi transportasi online masih terjangkau.				
2. Saya merasa harga layanan pada aplikasi transportasi online sudah yang terbaik				

dengan layanan yang dijanjikan.				
3. Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan aplikasi transportasi online.				

7. Kebiasaan

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya merasa ketergantungan menggunakan aplikasi transportasi online.				
2. Menggunakan aplikasi transportasi online sudah hal yang wajar bagi saya.				
3. Saya merasa harus menggunakan aplikasi transportasi online.				

8. Minat Menggunakan Kembali Transportasi Online

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online di masa mendatang.				
2. Saya akan selalu mencoba aplikasi transportasi online dalam kehidupan sehari-hari.				
3. Saya berencana untuk terus sering menggunakan aplikasi transportasi online.				

Lampiran 2 Tabulasi Data

Ekpektasi Kinerja				Ekpektasi Usaha			Pengaruh Sosial		
EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	PS1	PS2	PS3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3

4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
3	2	3	2	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	2	4	4	4	3	2	2
4	3	4	3	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	2	2
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	2	4	4	4	2	2	2
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	4	4	3	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
3	3	4	4	4	4	4	4	3	2
2	3	2	3	3	3	3	2	2	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4	2	2	2
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	4	4	3	2	3	3

4	3	3	3	3	4	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	4	3	4	3	1	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	2	2	3
3	3	3	3	3	3	4	2	2	2
3	3	3	3	4	3	4	2	2	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	3	3	2
1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	3	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	1	2
4	3	4	3	4	4	4	2	2	2
3	3	2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	2	3
4	2	3	2	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	2	2	2
3	3	3	3	4	4	4	1	2	3
4	3	3	3	3	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

4	4	4	4	3	3	3	2	2	2
3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	1	3	3	2	3
3	3	3	3	4	3	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3	4	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	3	2	3	4	4	4	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	2	3	2
3	3	3	3	4	4	4	2	2	2
4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2	2	2	2	3	2	2	1	2	2
3	1	2	1	1	1	1	1	2	2
2	1	2	2	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	4	4	4	1	1	1

4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
3	2	3	2	4	4	4	2	2	2
4	2	3	3	4	4	4	4	4	2
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
3	3	3	3	4	3	4	3	2	2
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	1	4	4	4	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	1	1	1
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	2	2	2
4	3	4	3	3	3	4	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	2	1
3	3	3	2	4	4	4	1	2	2
4	3	2	2	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	2	3	2
1	1	1	2	1	1	1	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	3	4	3	4	4	4	2	2	2
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3

3	3	3	3	4	4	4	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	3	4	2	4	3	3	2	3	3
3	2	3	3	4	3	4	2	2	3
4	3	3	4	4	3	2	3	4	3
3	3	2	3	3	2	3	3	4	3
4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
2	3	3	3	3	2	3	2	3	3
4	3	3	3	4	4	4	2	2	3
4	3	3	3	4	3	4	3	2	3
4	4	3	3	4	4	4	3	2	3
3	4	3	3	3	3	4	3	4	4
3	2	3	4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	4	3	4	3	2	3	3
3	4	3	2	4	3	3	2	3	3
3	4	4	3	3	2	3	3	4	3
3	4	3	4	3	2	2	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	4	4	3	4	2	3	2
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	2	4	4	3	2	3	4
3	3	4	3	4	3	4	3	2	3
3	4	3	4	3	2	3	4	3	4
3	4	3	4	2	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	2	2	3
3	2	4	3	4	3	2	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	4	2	3	3	3	2	2	3

3	3	4	4	2	3	3	4	3	4
3	3	4	4	3	2	3	4	3	3
4	3	3	4	4	4	4	2	3	2
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4	3	2	3
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
3	3	4	3	3	4	2	2	3	4
3	4	4	2	3	4	3	3	4	4
3	3	4	4	3	3	2	4	4	3
4	3	3	4	3	3	2	2	3	3
3	4	3	3	2	4	4	3	2	3
4	3	4	4	3	2	2	3	3	4
3	2	3	4	4	2	3	4	4	2
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	2	3	4
3	2	3	4	3	4	4	3	2	2
4	3	3	2	3	3	4	3	2	3
3	2	4	3	4	3	4	2	3	3
4	3	3	2	3	4	3	3	2	3
4	3	4	2	4	3	3	3	2	4
3	2	4	2	4	3	4	2	2	3

Kondisi Fasilitas				Motivasi Hedonis			Harga		
KF1	KF2	KF3	KF4	MH1	MH2	MH3	H1	H2	H3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	1	4	4	4	4	3	2	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	3	2	3	3	3	3	2	2	2
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	3	4	3	2	4
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	4	4	4	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	2	4	3	3	2	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	1	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
2	1	1	2	1	2	2	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
3	3	2	4	2	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	2	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4

4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
2	2	3	2	3	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	4	4	3	3	3	2	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	3	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	3	4	3	3	3	2
4	3	4	4	3	3	3	2	2	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
3	4	3	4	3	3	2	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	1	2	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3

4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	1	1	1	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	2	3	3
4	4	2	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	2	2	4	4
4	4	1	4	2	3	2	2	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	4	3	4	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
4	4	2	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

4	3	2	3	3	3	3	4	3	4
4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
4	3	2	3	3	3	4	2	3	3
4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	3	3	3	2	2	3
4	3	3	4	3	3	3	3	2	2
4	4	3	4	3	3	4	2	2	3
2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
3	4	3	4	2	3	3	3	4	3
3	4	3	3	3	4	3	2	3	3
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
4	4	3	4	3	4	4	2	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	2	3
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
4	3	4	4	3	3	3	2	3	3
3	4	2	3	4	3	4	3	4	4
2	3	4	4	3	4	4	2	3	3
3	4	3	4	3	2	4	3	4	3
3	3	4	2	3	4	3	2	3	3
4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
3	3	4	3	3	2	3	4	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	2	3
4	3	3	4	3	4	3	3	2	3

3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	4	4	3	3	4	2	3
4	3	3	4	4	4	3	3	2	4
3	4	4	2	3	2	4	2	3	4
4	4	2	3	4	3	3	2	4	3
3	2	4	2	3	2	3	4	3	4
2	3	3	4	2	3	4	2	2	4
3	2	4	4	4	3	3	2	3	3
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
2	3	4	3	4	3	3	3	2	3
4	3	4	2	4	4	3	2	3	4
3	4	2	3	4	3	3	2	3	4
3	3	2	4	4	4	3	2	3	3
4	3	2	3	4	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	4	2	2	3
4	3	3	3	4	3	3	2	3	4

Kebiasaan			Pengalaman	Minat Pengguna		
K1	K2	K3	E	BI1	BI2	BI3
3	4	4	1	4	3	3
2	3	2	1	3	3	2
2	2	2	1	3	2	2
4	4	4	1	4	4	4
2	3	2	4	2	2	2
3	4	4	1	2	1	1
4	4	4	1	4	4	4

3	3	3	1	3	3	3
2	4	2	2	3	2	2
2	3	2	1	3	3	3
2	2	2	4	1	2	2
2	3	2	2	2	2	2
3	3	2	1	3	3	2
1	2	1	1	1	2	1
2	2	2	1	2	2	2
3	3	4	2	3	4	4
3	3	3	1	4	4	3
3	1	3	1	3	3	3
1	4	4	1	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3
2	2	2	1	2	2	2
1	4	2	1	3	3	3
3	3	3	1	3	3	3
3	3	3	1	3	3	3
4	4	4	1	4	4	4
1	4	2	4	3	4	4
3	4	3	2	3	3	3
3	3	3	1	3	3	3
3	3	3	1	4	4	3
1	2	2	1	2	2	1
3	4	3	2	3	3	3
3	3	2	4	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4
2	3	2	3	2	2	2
4	4	4	1	4	4	4
2	2	4	1	2	1	2

4	4	4	1	4	4	4
3	3	3	1	3	3	3
2	3	2	1	2	3	2
1	3	2	2	3	3	2
2	2	3	1	3	3	2
2	3	2	1	2	3	2
2	1	1	2	2	2	1
2	3	2	1	2	3	3
2	3	3	1	3	3	2
3	2	3	2	3	3	3
3	3	3	1	3	3	3
2	3	2	1	3	2	2
1	3	2	1	2	2	2
2	3	2	1	3	2	2
4	4	4	1	4	4	4
3	4	2	2	3	3	3
2	3	2	1	3	2	3
4	4	4	1	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3
2	4	4	4	3	3	3
1	4	1	1	2	3	2
3	3	3	1	3	4	4
2	2	2	1	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4
2	3	2	1	2	2	2
3	3	2	3	3	3	2
4	4	4	1	4	4	4
2	2	2	1	3	3	3
4	4	4	2	4	4	4
2	2	1	1	1	1	2

1	3	1	1	2	2	1
2	3	2	1	3	3	2
1	2	2	1	2	3	2
4	4	4	3	4	4	4
2	2	2	1	2	2	2
3	3	3	2	3	3	3
2	2	2	1	3	3	2
1	1	1	1	2	1	1
2	3	2	2	1	1	1
3	3	2	1	3	3	2
2	3	3	1	3	3	2
2	3	3	2	3	2	2
3	4	4	2	4	3	3
1	3	2	1	3	3	2
2	2	2	2	2	2	2
2	3	2	2	2	3	2
3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	1	3	3	3
1	3	2	1	2	2	2
3	4	3	4	3	4	3
1	3	2	1	3	2	2
3	3	3	4	3	3	3
2	3	2	2	3	3	2
2	3	2	2	3	3	2
3	4	4	1	3	1	3
2	3	2	2	3	2	2
2	4	3	1	4	4	4
2	3	3	1	3	3	3
4	4	3	1	4	3	3
2	3	3	2	3	3	3

4	4	4	1	4	4	4
1	4	1	1	4	1	1
1	3	2	1	3	2	3
2	4	3	3	2	3	2
2	3	3	1	3	3	3
2	3	2	1	3	3	3
1	1	1	1	2	2	2
2	3	2	1	3	3	2
3	3	2	4	2	2	2
2	3	3	1	2	2	2
1	3	2	1	2	2	1
2	3	2	2	2	2	1
1	2	2	1	2	2	2
3	4	3	1	4	3	3
2	3	2	1	3	3	2
3	4	3	4	3	2	4
3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	1	2	2	2
2	3	3	1	2	2	2
2	3	2	1	3	3	2
1	3	2	1	3	3	3
2	4	3	2	3	3	3
4	4	4	1	4	4	4
1	2	1	1	1	1	1
2	3	2	1	2	2	2
3	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	3	3	2
2	3	2	1	3	3	2
3	3	4	3	4	3	4

4	3	2	2	3	3	4
3	4	4	2	4	3	4
2	3	2	2	2	3	3
2	3	2	1	2	3	2
2	4	2	1	2	3	2
2	4	2	1	3	3	2
4	3	3	1	4	3	3
3	3	4	1	3	4	4
4	3	3	1	3	4	3
4	3	3	1	3	2	3
4	3	3	1	4	3	4
2	2	3	1	3	3	3
2	3	3	1	4	3	4
3	3	4	1	3	3	4
4	4	3	1	3	3	4
2	3	4	1	4	3	4
2	4	4	1	4	3	3
2	3	2	1	3	4	3
3	4	4	1	4	4	3
3	4	2	1	3	4	3
2	3	3	1	3	4	3
2	4	4	1	3	4	3
3	4	3	1	3	4	3
4	3	3	1	4	3	3
2	3	4	2	3	4	3
3	4	3	2	3	4	3
2	3	2	3	3	3	2
4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	3	1	3	4
4	4	4	3	4	4	3

4	4	3	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4
4	4	3	3	3	4	3
2	4	3	1	3	3	2
4	2	3	1	3	4	2
2	4	3	1	3	4	3
3	4	3	1	3	4	4
3	3	2	1	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4
4	3	4	2	3	2	4
4	3	4	3	4	3	3
2	4	3	1	3	4	3
2	3	3	1	4	3	3
2	3	2	1	3	4	3
2	3	3	2	4	3	3
2	3	3	2	4	3	3

Identitas Responden

Email (*Optional)	Nama (*Boleh Inisial)	Jenis Kelami	Usia	Aplikasi yang pernah digunakan ketika menggunakan transportasi online (*Boleh lebih dari satu)
yusie.septiana@gmail.com	Yusie	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
ricka.akhlilia@gmail.	Rika	Peremp	24 - 33	Gojek, Grab,

com		uan	Tahun	Maxim
fitrianuriyana49@gmail.com	Fitri	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
aldafebiolla38@gmail.com	A	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Maxim
Adninjasmine@gmail.com	Adnin Jasmine	Perempuan	< 23 Tahun	Grab
yhunita10@gmail.com	Yhunita	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
hastinlintang9@gmail.com	Hastin Lintang Prabaningrum	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
asripah05@gmail.com	Asripah	Perempuan	> 44 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	IK	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
cyntiaaamm@gmail.com	Cyntia	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
belindaekowati@gmail.com	Belinda	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek
nurika98a@gmail.com	Ika	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek
	beni	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	E	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
	Venia	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	Alri	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab
prischilyadhea@gmail.com	Prisil	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab

l.com		uan	Tahun	
deparistarisma@gmail.com	Risma deparista	Perempuan	< 23 Tahun	Maxim
farhanzero911@gmail.com	Mochamad Farhan Rizki Ramadan	Laki Laki	< 23 Tahun	Grab
selviaagnes20@gmail.com	SAM	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
liskagantung11@gmail.com	fia	Perempuan	< 23 Tahun	Maxim
	awe	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
winduadelia588@gmail.com	Adela	Perempuan	< 23 Tahun	Grab
vanessafiesta.2021@student.uny.ac.id	Ara	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
zulmeidas@gmail.com	Shafira	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek
rizarniriza@gmail.com	Riza	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
nurazizah160699@gmail.com	Nur Azizah Dikastuti Edy	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
ainunnafisa9@gmail.com	Naela Ainun Nafisa	Perempuan	24 - 33 Tahun	Grab
Monikacahya99@gmail.com	Monika	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	S	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Grab
Ajenganggraeniutami@gmail.com	Ajeng anggraeni	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim

nessia_dyaa@yahoo.co.id	Nes	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek	
annisa_prima@ymail.com	Apr	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
pamelmilana@gmail.com	Pamela	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
	SAA	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Mamantinambunan801@gmail.com	Maman Tinambunan	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek	
Oikguswari@gmail.com	Oik	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek	
oasanabila2@gmail.com	O	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
aurasafitri12@gmail.com	Aura	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
vharieva@gmail.com	Vha	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
rizkisulfiani03@gmail.com	Kiki	Perempuan	24 - 33 Tahun	Grab	
	Farrell	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
19521199@students.uui.ac.id	Khalifah	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
18614025@students.uui.ac.id	Wahyu	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek	
Deswita Fitri Asdika	Deswita	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek	
akbaraulia1985@gmail.com	Aulia Akbar	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	

zahrafaris41@gmail.com	Maulana	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab
jeniforever513@gmail.com	Junnatun Mukhassonah	Perempuan	< 23 Tahun	Grab
saljibra@gmail.com	Zahri Sofyan Aljibra	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab
mfahmiaziz51@gmail.com	MFA	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Maxim
llestarii2001@gmail.com	TL	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
alwiassidik71@gmail.com	ALWI MUBAROK ASSIDIQ	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek
adhika.kuncoro@gmail.com	Adhika Suryo Kuncoro	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Maxim
Tiaranrrzka@gmail.com	Tiara	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
	Fel	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
	Pam	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab
destygitaningtyas96@gmail.com	Desty	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
	Lia	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
	atuy	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek
	Al	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	Bismillah ovo	Perempuan	24 - 33	Gojek

		uan	Tahun		
rozellahilda9@gmail.com	ROZE	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
	d	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek	
	muhammad dzamar ramadhan	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek	
	Pinto TM	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
alifauziyan870@gmail.com	Ali	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
rrizkaarum@gmail.com	Rizka	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
	Ichsan	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
	Cici	Perempuan	< 23 Tahun	Grab	
nadiaervirita0424@gmail.com	Nadia	Perempuan	< 23 Tahun	Grab	
aufimuzaka123@gmail.com	Aufi Muzaka	Laki Laki	< 23 Tahun	Grab	
	Milania Natasya	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
	RN	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
	Oktavia	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
	NR	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Maxim	

	Vina	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
	Izza	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
dhiennurrosyifa2448@gmail.com	syifa	Perempuan	< 23 Tahun	Grab
raihanpoker419@gmail.com	Raihan	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek
yusufaziz212@gmail.com	Tubagus yusuf	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Maxim
khofifahru21@gmail.com	Khofifah Rohmatul Ummah	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
	alja	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Maxim
vicenzoo16@icloud.com	Ardhito Pramono	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek
jhonetdas@gmail.com	Jhon Etda Sabjanoba	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
yoanimrod22@gmail.com	Yoan	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
ennaawiyono@gmail.com	ENNA SOEKMANING WIYONO	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
Jooxsab28@gmail.com	Sab	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim, Indriver
angelochristie123@gmail.com	Christie	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
sinarrohana@mail.ug	SR	Perempuan	< 23	Gojek, Grab,

m.ac.id		uan	Tahun	Maxim	
	anin	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
	Delfia Putri Yanda	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
	Mon Mon	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
abyasabn@gmail.com	AB	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
dinitamara03@gmail.com	Dini Tamara	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
azh.wanda31@gmail.com	Wanda	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
rioreyvaldy347@gmail.com	Rio Revaldy	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek	
nabilaapriillia2001@gmail.com	Nabila	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek	
	reza	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
	FA	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
divaicham01@gmail.com	Diva	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek	
agtasybar31@gmail.com	bunga	Peremp uan	< 23 Tahun	Grab	
frzrefo15@gmail.com	Fr	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek	
	nahdia	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
mazasyazwa@gmail.com	maza	Peremp	< 23	Gojek, Grab,	

com		uan	Tahun	Maxim	
	Kanna	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
	orei	Peremp uan	24 - 33 Tahun	Gojek, Maxim	
joooyulwon@gmail.com	lave	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
sbaihaqi12@gmail.com	Surya Adi	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek	
-	SMAP	Peremp uan	< 23 Tahun	Maxim	
	B	Peremp uan	< 23 Tahun	Grab	
	C	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
indranatac@gmail.com	Charisma Jalil	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek	
caroline.ulibasa@gmail.com	Carol	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
Royaniida3001@gmail.com	Ziv	Peremp uan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
asoymuhonoy@gmail.com	Asa	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek	
glhajengpramesti@gmail.com	galuh	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
silvianovit@gmail.com	Silvia	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
	ME	Peremp uan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim, Indriver	

	bia	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
Sulthanazkal	SA	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Maxim
hanasmuchammadh@gmail.com	Hanas Muchammad Hanis	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab
	kinan	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek
salsabilayusri@mail.ugm.ac.id	Asa	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
shabrinaalmas@mail.ugm.ac.id	Shabrina Almas Zatadini	Perempuan	< 23 Tahun	Gojek, Grab
annishanurintan13@gmail.com	Annisha Nurintan	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek
vinevin16@gmail.com	Vina	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
ristiy425@gmail.com	Adrina Ristiy	Perempuan	24 - 33 Tahun	Grab
oktavianinanda022@gmail.com	Oktaviani Nanda	Perempuan	34 - 43 Tahun	Gojek
hpsreka567@gmail.com	Eka Hapsari	Perempuan	24 - 33 Tahun	Grab
cantikagndsh093@gmail.com	Cantika Gendish	Perempuan	34 - 43 Tahun	Grab
kimra2498@gmail.com	KR	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
nananaa276@gmail.com	Nana	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
linaevin123@gmail.com	LE	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab,

om		uan	Tahun	Maxim	
Bina.laraswati8@gmail.com	Bina laraswati	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Dinda_hapsarii13@gmail.com	Dinda hapsari	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek	
Ajeng.hastuti1@gmail.com	Ajeng hastuti	Perempuan	34 - 43 Tahun	Grab	
Freya_khairunisa25@gmail.com	Freya khairunisa	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Nadila.safitri32@gmail.com	Nadila safitri	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Dinanurfaizah13@gmail.com	Dina	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Anitasft83@gmail.com	Anita	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Indriver	
Yuliarahmawati63@gmail.com	Yulia	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Nabillaputri782@gmail.com	Nabilla	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
ryansyahputra@gmail.com	Ryan Syahputra	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
faturrohmanzaki123@gmail.com	FZ	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab	
Azkiarossa10@gmail.com	Azkie	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Indriver	
sigitpurnomo@gmail.com	Sigit Purnomo	Laki Laki	34 - 43 Tahun	Gojek, Grab, Maxim	
ardiansyah114@gmail.com	Ads	Laki Laki	< 23 Tahun	Gojek, Grab	
ajunghironimus@gmail.com	HA	Laki	< 23	Gojek, Grab	

ail.com		Laki	Tahun		
klintonmarselus@gmail.com	K	Laki	24 - 33	Gojek, Grab	
		Laki	Tahun		
nyomanaristo4@gmail.com	Nyoman	Laki	24 - 33	Gojek	
		Laki	Tahun		
demianhitor@gmail.com	DH	Laki	24 - 33	Gojek	
		Laki	Tahun		
ayuissevia@gmail.com	Ayui Sevia	Perempuan	24 - 33	Grab	
			Tahun		
zaskiaginata@gmail.com	Zaskia Ginata	Perempuan	34 - 43	Grab	
			Tahun		
mayasp471@gmail.com	MS	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab, Indriver	
			Tahun		
putaulia072@gmail.com	Puteri Aulia	Perempuan	24 - 33	Gojek	
			Tahun		
sribulan23235@gmail.com	Sri Bulan	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab, Maxim	
			Tahun		
raraoktaviani23235@gmail.com	Rara oktaviani	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab, Maxim	
			Tahun		
nugrahasintya44@gmail.com	N	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab, Maxim	
			Tahun		
Stevaniemstrong@gmail.com	S	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab, Maxim	
			Tahun		
arkanaidan537@gmail.com	Arkan Aidan	Laki	24 - 33	Gojek, Grab, Indriver	
		Laki	Tahun		
yanuarbayu089@gmail.com	YB	Laki	34 - 43	Gojek, Grab, Maxim	
		Laki	Tahun		
slembayung808@gmail.com	AG	Perempuan	24 - 33	Gojek, Grab	
			Tahun		

felyvahrsy@gmail.com	FY	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
diandraaurel264@gmail.com	DL	Perempuan	34 - 43 Tahun	Gojek, Grab
antaramega45@gmail.com	MA	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek
virayuliza62@gmail.com	VA	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
Jennikey@gmail.com	Jenni	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
elyaanur5@gmail.com	EA	Perempuan	34 - 43 Tahun	Gojek, Grab
fatthayalis@gmail.com	FS	Perempuan	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
hilmiandreansyah505@gmail.com	A	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab
andikapratama42@gmail.com	A	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim
prayogaerlangga69@gmail.com	Y	Laki Laki	34 - 43 Tahun	Gojek, Grab
romialwian07@gmail.com	R	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim, Indriver
candrapanduw304@gmail.com	C	Laki Laki	24 - 33 Tahun	Gojek, Grab, Maxim

Lampiran 3 Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Harapan Kinerja	174	5	16	3,30	2,21
Harapan Usaha	174	3	12	3,52	1,75
Pengaruh Sosial	174	3	12	2,76	2,17
Kondisi Fasilitas	174	4	16	3,41	2,05

Motivasi Hedonis	174	3	12	3,28	1,61
Harga	174	3	12	3,11	1,66
Kebiasaan	174	4	16	2,81	2,50
Pengalaman	174	1	4	1,63	0,95
Minat Pengguna	174	3	12	2,90	2,17

Lampiran 4 Hasil Outer Model

1. Convergent Validity

Variabel	Indikator Pertanyaan	<i>Outer Loadings</i>	<i>AVE</i>	Keterangan
Ekpektasi Kinerja (EK)	EK1	0,730	0,633	Valid
	EK2	0,829		
	EK3	0,823		
	EK4	0,797		
Ekpektasi Usaha (EU)	EU1	0,910	0,744	Valid
	EU2	0,802		
	EU3	0,872		
Pengaruh Sosial (PS)	PS1	0,868	0,786	Valid
	PS2	0,898		
	PS3	0,893		
Kondisi Fasilitas (KF)	KF1	0,731	0,586	Valid
	KF2	0,803		
	KF3	0,758		
	KF4	0,768		
Motivasi Hedonis (MH)	MH1	0,848	0,738	Valid
	MH2	0,873		
	MH3	0,857		
Harga (H)	H1	0,717	0,653	Valid
	H2	0,836		
	H3	0,863		
Kebiasaan (K)	K1	0,838	0,681	Valid
	K2	0,749		
	K3	0,883		
Pengalaman (A)	A	1,000	1,000	Valid
Minat Pengguna (MP)	MP1	0,870	0,774	Valid
	MP2	0,862		
	MP3	0,906		

2. Discriminant Validity

Nilai cross loading

	MP	P	P*KF	P*K	P*M H	EK	KF	K	MH	EU	H	PS
MP 1	0,871	0,043	0,052	-0,061	-0,025	0,124	0,297	0,670	0,427	0,272	0,378	0,412
MP 2	0,862	0,112	0,115	-0,054	-0,060	-0,013	0,197	0,608	0,384	0,231	0,259	0,450
MP 3	0,906	0,208	0,108	-0,021	0,012	0,075	0,266	0,757	0,492	0,321	0,354	0,512
P	0,142	1,000	0,258	0,258	0,161	0,043	0,055	0,227	0,095	0,166	-0,021	0,098
EK 1	0,082	0,012	-0,131	-0,006	0,013	0,910	0,564	0,090	0,389	0,430	0,297	0,052
EK 2	0,035	0,101	-0,086	0,110	0,021	0,802	0,616	0,076	0,345	0,501	0,302	0,057
EK 3	0,056	0,034	-0,035	0,076	0,082	0,872	0,596	0,078	0,364	0,486	0,340	0,022
KF *P	0,104	0,258	1,000	0,410	0,514	-0,104	-0,082	0,092	0,051	0,100	-0,018	0,115
KF 1	0,126	0,100	-0,076	0,128	0,076	0,630	0,720	0,130	0,338	0,448	0,304	0,097
KF 2	0,196	0,016	-0,048	0,047	0,023	0,643	0,803	0,245	0,411	0,580	0,489	0,136
KF 3	0,300	0,045	-0,077	0,030	0,056	0,332	0,762	0,277	0,322	0,413	0,302	0,255
KF 4	0,188	0,024	-0,048	0,121	-0,005	0,584	0,768	0,132	0,351	0,456	0,341	0,096
K* P	-0,050	0,258	0,410	1,000	0,484	0,050	0,092	-0,100	0,032	0,090	0,001	-0,023
K1	0,638	0,240	0,007	-0,070	-0,024	0,015	0,180	0,835	0,426	0,215	0,294	0,451
K2	0,569	0,191	0,140	-0,082	0,102	0,226	0,362	0,747	0,363	0,384	0,366	0,367
K3	0,705	0,137	0,088	-0,093	0,008	0,017	0,167	0,887	0,410	0,265	0,330	0,516
MH *P	-0,025	0,161	0,514	0,484	1,000	0,042	0,048	0,031	-0,067	0,090	0,001	0,001
MH 1	0,407	0,108	0,028	0,081	-0,077	0,357	0,414	0,390	0,846	0,397	0,379	0,425
MH 2	0,442	0,114	0,073	0,038	-0,047	0,422	0,408	0,430	0,871	0,460	0,376	0,397
MH 3	0,432	0,025	0,029	-0,032	-0,050	0,314	0,366	0,428	0,861	0,442	0,368	0,492
EU 1	0,174	0,140	0,012	0,082	0,025	0,592	0,625	0,207	0,398	0,730	0,392	0,189
EU 2	0,238	0,151	0,068	0,101	0,096	0,453	0,480	0,277	0,424	0,829	0,377	0,311
EU	0,280	0,183	0,066	0,049	0,045	0,435	0,502	0,294	0,392	0,823	0,377	0,326

3												
EU 4	0,284	0,064	0,145	0,063	0,107	0,282	0,400	0,293	0,403	0,797	0,339	0,374
H1	0,209	0,058	-0,050	0,061	-0,078	0,293	0,328	0,219	0,355	0,380	0,717	0,185
H2	0,300	-0,039	-0,015	-0,042	-0,010	0,297	0,435	0,346	0,368	0,385	0,836	0,212
H3	0,374	-0,041	0,006	0,003	0,053	0,287	0,367	0,368	0,348	0,370	0,863	0,225
PS1	0,408	0,073	0,118	-0,039	-0,036	0,124	0,223	0,428	0,475	0,401	0,227	0,868
PS2	0,445	0,125	0,087	-0,032	-0,017	0,028	0,212	0,478	0,455	0,332	0,254	0,898
PS3	0,523	0,065	0,104	0,003	0,045	-0,005	0,148	0,529	0,431	0,315	0,208	0,893

Lampiran 5 Hasil Inner Model

1. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Pengguna	0,644	0,620

2. Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values	Keterangan
EK -> BI	-0,033	-0,039	0,075	0,439	0,661	H1 Tidak didukung
EU-> BI	-0,112	-0,096	0,081	1,380	0,168	H2 Tidak didukung
PS -> BI	0,085	0,106	0,078	1,092	0,275	H3 Tidak didukung
KF-> BI	0,116	0,105	0,078	1,492	0,136	H4 Tidak didukung
MH-> BI	0,125	0,124	0,071	1,747	0,081	H5 Tidak didukung
H-> BI	0,047	0,043	0,057	0,822	0,411	H6 Tidak didukung
K-> BI	0,647	0,642	0,097	6,675	0,000	H7 didukung oleh data
P*KF-> BI	0,074	0,066	0,084	0,880	0,379	H8 Tidak didukung
P*MH-> BI	-0,082	-0,075	0,082	1,002	0,317	H9 Tidak didukung
P*K-> BI	0,032	0,037	0,085	0,375	0,708	H10 Tidak didukung

Lampiran 6 Gambar Model Uji Hipotesis

