

**DETERMINAN NIAT PERILAKU PENGGUNA LAYANAN *ONLINE*
TICKETING PADA PLATFORM PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI
CINEMA 21 (M-TIX) DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Danny Indra Zakwansyah

NIM : 16311242

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

DETERMINAN NIAT PERILAKU PENGGUNA LAYANAN ONLINE
TICKETING PADA PLATFORM PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI
CINEMA 21 (M-TIX) DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
sarjana strata – 1 Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh :

Nama : Danny Indra Zakwansyah

NIM : 16311242

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Danny Indra Zakwansyah

NIM : 16311242

Fakultas : Bisnis Dan Ekonomika

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi saya ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme dan terdapat karya orang lain kecuali yang secara tertulis diacu sebagai refrensi dalam penelitian ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Jika kemudian hari ternyata ditemukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Islam Indonesia kepada saya.

Yogyakarta, 13 Januari 2023

Hormat Saya,



Danny Indra Zakwansyah

**DETERMINAN NIAT PERILAKU PENGGUNA LAYANAN *ONLINE*
TICKETING PADA PLATFORM PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI
CINEMA 21 (M-TIX) DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA
SKRIPSI**

Nama : Danny Indra Zakwansyah
Nomor Mahasiswa : 16311242
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

Yogyakarta, 13 Januari 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Anjar Priyono, SE., M.SI., PH.D., CMPM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**DETERMINAN MINAT PENGGUNA LAYANAN ONLINE TICKETING PADA PLATFORM
PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI CINEMA 21 (M-TIX) DI PROVINSI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **DANNY INDRA ZAKWANSYAH**

Nomor Mahasiswa : **16311242**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Jumat, 10 Maret 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D.



Penguji : Dessy Isfianadewi, Dr., SE., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi dan syukur saya selalu panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dan dengan harapan dapat berguna bagi sesama. Shalawat serta salam juga selalu saya haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Karya tulis ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta:

Hermansjah Indradjaja.,S.E.,MM.

Dan

Sriningsih Ekowati, S.Psi.

Atas segala dukungan dan doa yang tiada henti tercurah untuk menyemangati dan memberi motivasi saya dalam segala hal yang ada serta kasih sayang dan cinta kepada saya yang tiada henti dan mendukung langkah saya kemanapun saya akan berjalan kedepannya. Orang tua saya adalah alasan utama saya sehingga saya dapat sampai ke titik ini, sehingga skripsi ini menjadi hadiah kecil karena sudah bersedia menjadikan saya menjadi pribadi yang berpendidikan hingga ke tahap perkuliahan.

Adik – Adik tercinta:

Ariq Indra Shafwansyah

Dan

Rania Alysia Rahmah

MOTTO

"Mencari ilmu adalah kewajiban setiap muslim, dan siapa yang menanamkan ilmu kepada yang tidak layak seperti yang meletakkan kalung permata, mutiara, dan emas di sekitar leher hewan".

(HR Ibnu Majah).

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَوَضِعُ الْعِلْمِ عِنْدَ غَيْرِ أَهْلِهِ
كَمُقَدِّدِ الْخَنَازِيرِ الْجَوْهَرَ وَاللُّؤْلُؤَ وَالذَّهَبَ

"Berilmulah sebelum kamu berbicara, beramal, atau beraktivitas."

(HR Bukhari).

العلم قبل القول و العمل

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillah Rabbil'alam, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Oleh karena kuasa dan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Determinan Niat Perilaku pengguna layanan *online ticketing* pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-Tix) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Karya tulis tersebut disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata – 1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Dalam melaksanakan penyelesaian tugas akhir ini, penulis tidak lepas dari berbagai dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak rasa terima kasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada:

1. Allah SWT. Tuhan semesta Alam senantiasa mencintai hamba-Nya dengan memberi rezeki, kesehatan dan kemudahan dalam menjalankan segala kegiatan yang dimana hamba-Nya sedang menjalankan tugas atau kegiatan sebagai seorang Muslim yang berjuang untuk menuntut ilmu di jalan-Nya dan hamba sangat bersyukur dengan segala nikmat dan karunia yang telah engkau berikan, Ya Rabb.
2. Nabi Muhammad SAW, baginda Rasulullah yang selalu dirindukan oleh umatnya, suri tauladan bagi seluruh khalifah di seluruh muka bumi. Semoga

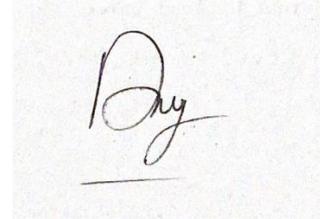
keteladanan beliau dalam berbagai aspek akan terus menjadi pedoman bagi penulis untuk terus memperbaiki diri dan menjalani kehidupan sebagaimana seorang Muslim yang terpelajar dan juga menjadi calon pemimpin di masa depan.

3. Bapak Anjar Priyono, SE., M.SI., PH.D., CMPM selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Dosen yang selalu senantiasa membantu, memberi petunjuk dan arahan dan juga membimbing penulis dalam penyelesaian proses pengerjaan tugas akhir ini hingga dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan rezeki kepada bapak dan keluarga atas segala jasa yang telah bapak berikan, dan juga senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., PhD. Selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika beserta segenap atau seluruh jajarannya yang penulis sangat hormati, segala pengajar yang berada di Prodi Manajemen atas segala *transfer* ilmu yang telah penulis peroleh.
5. Seluruh sahabat dan teman yang senantiasa selalu mendukung dan mempertanyakan atas progress penulisan tugas akhir ini yang senantiasa membuat penulis merasa semangat kembali untuk menyusun tugas akhir ini. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat menjadi khasanah pustaka dan dapat membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan juga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan aspek yang membutuhkan.

و السلام عليكم و رحمة الله و بركاته

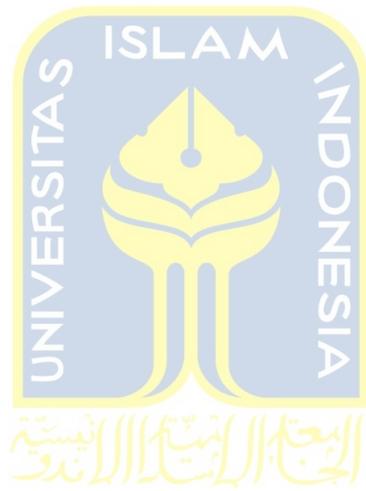
Yogyakarta, 13 Januari 2023

Penulis



(Danny Indra Zakwansyah)





ABSTRAK

Hampir seluruh masyarakat menggunakan jaringan internet atau *digitalisasi* untuk mencari, mengembangkan dan juga memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan. Dinamika perkembangan yang sangat cepat ini memicu para pelaku bisnis untuk dapat bergerak se-efektif mungkin dan juga dapat memaksimalkan efisiensi dalam setiap pengerjaannya. *E-Ticketing* atau Electronic Ticketing adalah sebuah metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan Niat Perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (m-tix) di provinsi daerah istimewa yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk Yogyakarta yang berada di usia produktif. Data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner daring kepada 100 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* dan Niat Perilaku penggunaan. Dari variable tersebut terbentuk 4 hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* terhadap Niat Perilaku penggunaan.

Kata kunci: *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, Niat Perilaku penggunaan, E-Ticket, M-Tix

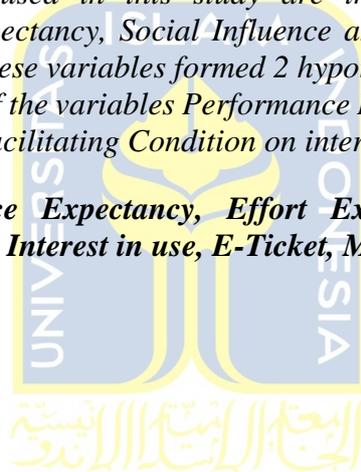
ABSTRACT

Almost all people use the internet network or digitization to find, develop and also provide information to interested parties. The dynamics of this very fast development triggers business people to be able to move as effectively as possible and also to maximize efficiency in every process. E-Ticketing or Electronic Ticketing is a method of trading, buying and selling tickets from various service products, especially travel services through the internet and computers.

This study aims to analyze the determinants of interest in online ticketing service users on the cinema 21 application ticket provider platform (m-tix) in the special province of Yogyakarta. The population used in this study is the population of Yogyakarta who are in the productive age. The data in this study are primary data using an online questionnaire to 100 respondents.

The variables used in this study are the variables of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Condition and Interest in use. From these variables formed 2 hypotheses. The results of this study indicate the influence of the variables Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Condition on interest in use.

Keyword: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Interest in use, E-Ticket, M-Tix

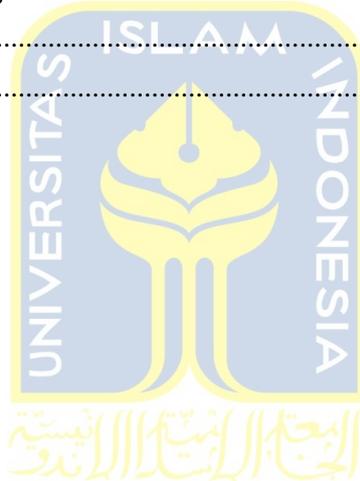


DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN | v |
| MOTTO | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| ABSTRAK..... | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) 11 | |
| 2.1.2 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) | 12 |
| 2.1.3 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)..... | 13 |
| 2.1.4 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)..... | 13 |
| 2.1.5 Kondisi yang memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)..... | 14 |
| 2.1.6 <i>E-Ticket</i> (Tiket Online)..... | 14 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian | 20 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Niat Perilaku dan Perilaku penggunaan <i>E – Ticket</i> pada M-TIX | 20 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>E-Ticket</i> pada M-TIX..... | 21 |
| 2.3.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Niat perilaku <i>E- Ticket</i> pada M-TIX | 22 |
| 2.3.4 Pengaruh <i>facilitating conditions</i> terhadap Niat perilaku <i>E- Ticket</i> | 22 |
| 2.4 Kerangka Penelitian..... | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Lokasi Penelitian..... | 25 |

| | | |
|--|--|----|
| 3.2 | Metode Penelitian | 25 |
| 3.3 | Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Variabel | 25 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 29 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data | 30 |
| 3.6 | Instrumen atau Alat Pengumpul Data | 30 |
| 3.6.1. | Bentuk Daftar Pertanyaan/Kuesioner | 30 |
| 3.6.2. | Skala Likert 5 Tingkatan | 31 |
| 3.6.3. | Pengujian Instrumen | 31 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 33 |
| 3.7.1. | Uji Asumsi Klasik | 33 |
| 3.7.2. | Regresi Linear Berganda | 36 |
| 3.7.3. | Uji Signifikasi (Uji T) | 36 |
| 3.7.4. | Koefisien Determinasi (R^2) | 38 |
| BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 39 |
| 4.1 | Data Hasil Pengumpulan..... | 39 |
| 4.2 | Gambaran Umum Responden..... | 40 |
| 4.2.1. | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 40 |
| 4.2.2 | Responden Berdasarkan Usia..... | 41 |
| 4.2.3 | Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 42 |
| 4.2.4 | Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 43 |
| 4.3 | Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian..... | 44 |
| 4.3.1 | Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i> 44 | |
| 4.3.2 | Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> | 45 |
| 4.3.3 | Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i> | 46 |
| 4.3.4 | Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Facilitating Condition</i> | 47 |
| 4.3.5 | Analisis Penilaian Responden terhadap Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket 48 | |
| 4.4 | Pengujian Data Penelitian..... | 49 |
| 4.4.1 | Hasil Uji Validitas..... | 49 |
| 4.4.2 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 50 |
| 4.5 | Uji Asumsi Klasik..... | 51 |
| 4.5.1 | Hasil Uji Normalitas..... | 51 |
| 4.5.2 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 52 |
| 4.5.3 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 54 |

| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 4.6 | Analisis Regresi Linier Berganda | 55 |
| 4.7 | Uji Signifikasi (Uji T) | 57 |
| 4.8 | Koefisien Determinasi (R2) | 59 |
| 4.9 | Pembahasan..... | 60 |
| 1 | Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Niat Perilaku Penggunaan | 60 |
| 2 | Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap Niat Perilaku Penggunaan | 61 |
| 3 | Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Niat Perilaku Penggunaan | 61 |
| 4 | Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap Niat Perilaku Penggunaan | 62 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan | 63 |
| 5.2 | Keterbatasan dan Saran..... | 64 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial | 65 |
| DAFTAR PUSAKA..... | | 67 |
| LAMPIRAN..... | | 72 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| Tabel 3. 1 Validitas Angket | 31 |
| Tabel 3. 2 Tabel Skala Alpha Cranbach | 32 |
| Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data | 39 |
| Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden..... | 40 |
| Tabel 4. 3 Hasil Pengumpulan Usia..... | 41 |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 42 |
| Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan | 43 |
| Tabel 4. 6 Rentang Skala | 44 |
| Tabel 4. 7 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i> | 44 |
| Tabel 4. 8 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> | 45 |
| Tabel 4. 9 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Social Influence</i> | 46 |
| Tabel 4. 10 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Facilitating Condition</i> | 47 |
| Tabel 4. 11 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Niat Perilaku Penggunaan</i> | 48 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas..... | 49 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas | 51 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas | 53 |
| Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 55 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikasi | 58 |
| Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian | 23 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot | 52 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot..... | 54 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi informasi juga semakin meningkat pula beriringan dengan kemudahan yang ditawarkan kepada seluruh lapisan masyarakat. Hampir seluruh masyarakat menggunakan jaringan internet atau *digitalisasi* untuk mencari, mengembangkan dan juga memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan. Dinamika perkembangan yang sangat cepat ini memicu para pelaku bisnis untuk dapat bergerak se-efektif mungkin dan juga dapat memaksimalkan efisiensi dalam setiap pengerjaannya. Menurut Mardiasmo (2017), efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*Outcome*) dari keluaran (*Output*) program dalam mencapai tujuan program. Semakin besar kontribusi *output* yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.

Efektivitas ini sendiri tentu juga dapat terjadi karena kemajuan teknologi sekarang sudah sangat mendukung untuk proses terjadi. Dan itu sangat berdampak kepada semua sektor bisnis. Menurut Dewi (2009), peranan TI dalam berbagai aspek bisnis dapat dipahami karena sebagai

sebuah teknologi yang menitik beratkan pada pengaturan sistem informasi dengan penggunaan komputer, TI dapat memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat. Untuk mengetahui faktor yang mendorong seseorang menggunakan suatu sistem, sudah banyak model penelitian yang dikembangkan dan salah satunya adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang merupakan hasil pengembangan Venkatesh, et al. (2003), UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen & Fishbein, 1980), *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis et al., 1989), *Motivational Model* (MM) (Davis et al., 1992), *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1985, 1989), *Combined TAM and TPB* (Chau and Hu, 2002), *Model of PC Utilization* (MPTU) (Thompson et al., 1991), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) (Rogers, 1995), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) (Bandura, 1989). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam hingga 70%.

Dalam model penelitian UTAUT, niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku untuk menggunakan teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh persepsi orang-orang terhadap ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating*

condition) yang dimoderatori oleh jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*), dan kesukarelaan (*voluntariness*).

Setelah dapat mengevaluasi kedelapan model yang ada, Vanketesh *et al.* (2003) menemukan adanya tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap *behavioral intention* atau *use behavior* dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *attitude toward using technology*, dan *self-efficacy*.

Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Handayani (2007) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi informasi pada perusahaan manufaktur di BEJ. Data yang digunakan adalah data primer dari pengisian kuesioner. Sebanyak 83 kuesioner kembali dari 300 yang dikirim dan 60 kuesioner yang dapat diolah. Analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi pemakai berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan teknologi informasi dan minat pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi.

Penemuan model UTAUT dalam penelitian Vanketesh, *et al.* (2003) ini sendiri mendorong penulis untuk dapat melakukan penelitian terhadap

user acceptance dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung kinerja seseorang atau suatu organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Vanketesh, *et al.* (2003) akan diteliti kembali oleh peneliti dengan perbedaan pada sampel penelitian yang diambil. Vanketesh, *et al.* (2003) menggunakan objek berbagai departemen pada industri komunikasi, hiburan, perbankan, dan administrasi publik di daerah Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini sendiri menggunakan objek penelitian terhadap Niat Perilaku pengguna sistem *online* dalam reservasi *ticketing* dalam bidang Bioskop (*E-Ticket*).

Aplikasi Cinema 21 (M-Tix) merupakan aplikasi berbasis web ataupun mobile yang melayani pembelian tiket secara *online* untuk para konsumen yang ingin menonton film di bioskop. Untuk dapat membeli tiket secara *online* anda juga harus mendownload aplikasi Cinema 21 di Playstore ataupun di Appstore. Kemudahan yang ditawarkan oleh Cinema 21 (M-Tix) ini sendiri adalah berupa kemudahan dalam pembelian tiket secara online dan juga pemilihan kursi yang dapat di gunakan oleh konsumen untuk menentukan kursi yang mereka inginkan. Selain itu kemudahan utama yang paling signifikan adalah penukaran tiket yang dapat dilakukan melalui *scan barcode* yang tertera pada aplikasi setelah kita melakukan pembelian. Hal ini dapat menghemat waktu dan memberikan efisiensi terhadap para konsumen yang tidak ingin menunggu atau mengantri pada pembelian tiket konvensional. Selain itu Cinema 21 (M-Tix) juga memberikan kemudahan dalam pembayaran untuk konsumen, yaitu dapat *top up* atau mengisi saldo

melalui aplikasi lain seperti Tokopedia dan juga dapat juga dilakukan melalui *transfer* bank dan juga dapat *top up* melalui Indomart.

Dengan hadirnya Cinema 21 (M-Tix) di Indonesia, akan memicu dan membuat adanya keinginan untuk melakukan aktivitas menonton film baru di bioskop dan memesan tiket pada aplikasi tersebut, menurut pengalaman peneliti biasanya hal tersebut terjadi setelah konsumen Cinema 21 (M-Tix) mengetahui ada film baru yang tayang di bioskop, dan hal ini di tambah lagi dengan aplikasi tersebut yang mampu untuk melihat film apa yang akan tayang beberapa hari atau minggu kedepan, dan juga untuk penayangan film yang sedang ada, hal itu dapat dilihat jadwal atau hari tayang film tersebut, dan tempat mana saja yang dapat memberikan tayangan film tersebut. Maka dari itu dengan adanya rubrik di ruang masyarakat sebagai suatu fenomena maka peneliti ingin meneliti Niat Perilaku pengguna dari Cinema 21 (M-Tix) dengan standar acuan dari metode UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

Kemajuan dan juga perkembangan teknologi pada bidang informasi sendiri membawa perubahan yang cukup signifikan di bidang bisnis modern, termasuk juga dalam hal perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Electronic commerce atau selanjutnya disebut E-commerce merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet. Pengertian E-commerce itu sendiri adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik. Dengan demikian pada

prinsipnya bisnis dengan E-commerce adalah bisnis tanpa warkat paperless trading. (Munir Fuady, 2002) *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Hal ini terjadi karena jaringan *online* atau internet yang sifatnya sangat mudah untuk diakses dan juga global, sehingga dapat diakses di seluruh bagian dunia manapun dan tidak memiliki tenggat waktu atau batas waktu. Dengan kata lain, sistem dapat berjalan 24 jam tanpa henti. Segala informasi yang diakses kapanpun, dimanapun dan pada saat apapun, sehingga dengan kecanggihan ini para organisasi bisnis atau usahawan dapat memanfaatkan cara ini untuk mendulang keuntungan atau komersialisasi yang sebesar-besarnya. Sebagaimana didalam bukunya Abul Halim Barkatullah yang dikutip dari kamus *Black's Law Dictionary Seventh Edition*, *e-commerce* didefinisikan sebagai pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet. Model transaksi yang demikian disebut juga dengan *electronic transaction*.

Menurut Nugroho Jati dan Herry Laksito (2012) Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari *ebusiness* yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), *e-marketing* atau pemasaran *onlin* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data*

interchange / EDI), dll. Salah satu contoh penerapan aplikasi *e-commerce* adalah jasa reservasi tiket secara *online (eticket)* dengan menggunakan jaringan internet. Sehingga model UTAUT ini sendiri dirasa dapat menjelaskan faktor-faktor pendorong dari penggunaan *E-Ticket* yang terdiri atas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi sebagai 4 faktor utama dalam model tersebut. Menurut Blenz (2008) *E-Ticketing* atau Electronic Ticketing adalah sebuah metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer. Beberapa manfaat E-Tiket untuk kehidupan saat ini antara lain mempunyai beberapa kelebihan yang dijelaskan Blenz (2008) yaitu, mengurangi biaya yang berkaitan dengan pencetakan dan surat tiket, mengurangi tenaga kerja yang berkaitan dengan pencetakan dan surat tiket, keamanan terjamin, karena berkode validasi dan menghilangkan kemungkinan tiket palsu atau duplikat, pemesanan E-tiket oleh konsumen berarti mengetahui berapa banyak konsumen perusahaan, karena perusahaan menyimpan data konsumen di *database* perusahaan dan memberikan informasi tambahan yang perlu diketahui bagi pelanggan.

Dengan hadirnya perkembangan teknologi dan juga informasi yang semakin maju, hal ini tentu dapat meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi. Selain itu beberapa perubahan dan digitalisasi yang terjadi harus dapat digunakan dan juga diterima oleh para penggunanya atau konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan membahas

tentang faktor yang mendorong Niat Perilaku pengguna *E-Ticket* dengan menerapkan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Dengan judul penelitian: “Determinasi Niat Perilaku Pengguna Layanan *Online Ticketing* pada Platform Penyedia Tiket Film Aplikasi Cinema 21 (M-Tix) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian dan penjelasan pada latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi niat perilaku layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
2. Apakah *effort expectancy*, mempengaruhi niat perilaku layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
3. Apakah *social influence* mempengaruhi niat perilaku layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
4. Apakah *facilitating conditions* mempengaruhi niat perilaku layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?

1.3 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan masalah yang dimiliki dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel di Yogyakarta.
2. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

3. Objek yang diteliti adalah masyarakat yang menggunakan jaringan internet dalam keseharian dan pengguna M-Tix.
4. Faktor yang digunakan hanya empat faktor yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap Niat Perilaku dan perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
2. Untuk menganalisis pengaruh *effort expectancy*, terhadap Niat Perilaku dan perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
3. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap Niat Perilaku dan perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?
4. Untuk menganalisis pengaruh *facilitating conditions* terhadap Niat Perilaku dan perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (M-tix)?

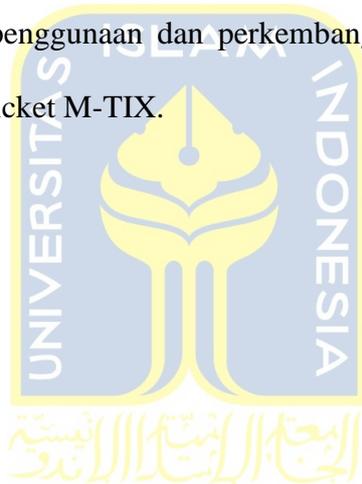
1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman perkembangan teknologi informasi perusahaan dan organisasi melalui analisis menggunakan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman determinansi niat perilaku..

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang praktis dan bermanfaat bagi masyarakat pengguna sistem tiket online khususnya penggunaan dan perkembangan teknologi informasi yang ada pada e-tiket M-TIX.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah model terpadu yang dikembangkan oleh Venkatesh et al (2003) berdasarkan teori sosial kognitif dengan kombinasi delapan model penelitian terkemuka mengenai penerimaan teknologi informasi (Taiwo and Downe, 2013). Model UTAUT telah terbukti berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna (Taiwo and Downe, 2013; Nasir, 2013). Model UTAUT (Venkatesh et al., 2003) kemudian mengalami perkembangan dengan penambahan beberapa variabel (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT lama memiliki empat kunci konstruksi yaitu: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) yang memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi. UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah:

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA)
2. *Technology Acceptance Model* (TAM)

3. *Motivational Model (MM)*
4. *Theory of Planned Behavior (TPB)*
5. *Combined TAM and TPB*
6. *Model of PC Utilization (MPTU)*
7. *Innovation Diffusion Theory (IDT)*
8. *Social Cognitive Theory (SCT)*

UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam hingga 70%. Dalam model penelitian UTAUT, niat untuk berperilaku (behavioral intention) dan perilaku untuk menggunakan teknologi (use behavior) dipengaruhi oleh persepsi orang-orang terhadap ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan kondisi yang mendukung (facilitating condition) yang dimoderatori oleh jenis kelamin (gender), usia (age), pengalaman (experience), dan kesukarelaan (voluntariness).

2.1.2 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Performance expectancy merupakan konstruk UTAUT yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Performance expectancy adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015). Menurut Venkatesh et al. (2003) variabel ini tersusun atas 5 variabel dari beberapa model

sebelumnya yaitu: *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *jobfit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations*.

2.1.3 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi Usaha adalah tingkatan upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah sistem untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Menurut Adenan (2015), *effort expectancy* mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem. Ekspektasi usaha diartikan sebagai kemudahan penggunaan sistem yang dirasakan pengguna (Mufti & Akhirina, 2014). Dalam keberhasilan menerima sebuah teknologi, Adenan (2015) menyebutkan bahwa desain sebuah sistem seperti platform virtual dapat memungkinkan pengguna untuk menavigasikannya dengan mudah atau tidak. Davis (1989) dalam Chang (2012) menemukan bahwa sebuah aplikasi dapat diterima oleh penggunanya ketika sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan. Kemudahan tersebut akan menimbulkan kepercayaan seseorang bahwa sistem tersebut memiliki manfaat sehingga timbul rasa nyaman apabila menggunakannya dalam bekerja (Hamzah, 2009).

2.1.4 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial mengacu kepada perasaan seseorang untuk merasa bahwa orang yang penting untuk dirinya berpikir bahwa dia harus menggunakan sebuah aplikasi (Venkatesh & Davis, 1996; Adenan, 2015). Moore & Benbasat (1991) dalam Chang (2012) mengatakan bahwa penggunaan

sebuah teknologi baru mampu mengangkat derajat status seseorang individu dalam suatu lingkungan sosialnya. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan dari sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk dapat menggunakan suatu teknologi yang baru maka akan semakin besar pula Niat Perilaku yang akan timbul dari personal pada calon pengguna itu sendiri dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh kuat dari lingkungan sekitarnya.

2.1.5 Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi dipahami sebagai ambang kepercayaan pada satu organisasi tertentu dan infrastruktur teknis yang dapat mendukung penggunaan sistem tertentu. Motif hedonistik diartikan sebagai hal-hal yang menggairahkan atau menggairahkan dan muncul dari penggunaan teknologi, serta memiliki keinginan yang kuat untuk mendorong kedua aktivitas tersebut. Nilai harga adalah cerminan dari trade-off antara manfaat menggunakan teknologi tertentu dan harga yang terkait dengan penggunaannya. Kebiasaan didefinisikan sebagai situasi di mana seseorang merasa terdorong untuk terlibat dalam perilaku berisiko secara otomatis sebagai akibat dari pendidikan sebelumnya (Pertiwi & Ariyanto, 2017).

2.1.6 *E-Ticket (Tiket Online)*

Perkembangan zaman dan teknologi informasi yang sangat cepat serta sangat tidak terprediksi telah mempercepat dimulainya era globalisasi modern dari informasi dan ekonomi, dan dampak ini mempengaruhi layanan komersial

di sektor industri manapun termasuk industri bisnis perfilman. Dengan berbagai kemudahan dari perkembangan teknologi yang ditawarkan, maka hal itu juga memaksa pelaku sektor industri melakukan perubahan agar tercipta efisiensi juga kemudahan bagi calon pengguna layanan mereka. Tiket *online* adalah contoh dari sebuah *electronic commerce (e-commerce)*. *E-Commerce* merupakan perdagangan elektronik (penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa) melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (Jati dan laksito, 2012). Menurut Blenz (2008) *E-Ticketing* atau Electronic Ticketing adalah sebuah metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer. Blenz (2008) menjelaskan ada beberapa kelebihan yang dipunyai oleh E-Tiket, yaitu:

1. Mengurangi biaya yang berkaitan dengan surat dan pencetakan tiket
2. Mengurangi tenaga kerja yang berkaitan dengan surat dan pencetakan tiket
3. Keamanan terjamin, karena mempunyai kode validasi dan barcode yang membuat tiket tidak dapat diduplikat
4. Jika memesan melalui E-tiket maka konsumen mengetahui berapa banyak konsumen perusahaan, karena perusahaan sendiri memiliki database yang menyimpan data konsumen
5. Memberikan informasi tambahan yang perlu diketahui oleh pelanggan.

Dan manfaat utama yang dapat dirasakan oleh konsumen adalah:

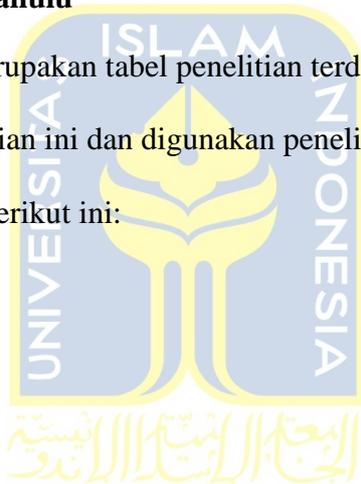
1. Tidak takut kehilangan tiket karena sudah digital
2. Tidak ada kertas yang dikeluarkan

3. Dapat melakukan check-in online
4. Dapat dibeli dimenit-menit terakhir

E-tiket adalah peluang besar dalam meminimalkan biaya atau menekan biaya sehingga timbul efisiensi dan mengoptimalkan kenyamanan konsumen karena kemudahan yang ditawarkan. *E-Ticketing* mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas pelanggan dan kualitas pelayanan teknologi berbasis elektronik (Jati & Laksito, 2012).

2.2 Penelitian Terdahulu

Dibawah ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dalam penelitian ini dan digunakan peneliti dalam menentukan variabel penelitian sebagai berikut ini:



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian Dan Tahun | Judul Penelitian | Variabel | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------|--|--|--|
| 1. | (Eweoya et al., 2021) | An empirical investigation of acceptance, adoption and the use of E-agriculture in Nigeria | Independen : Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial Dependen : Behavioral Intention, Use Behavior | Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kebiasaan ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan, adopsi dan penggunaan e-agriculture |
| 2. | (Nordhoff et al., 2021) | A structural equation modeling approach for the acceptance of driverless automated shuttles based on constructs from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and the Diffusion of Innovation Theory | Independen : Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial Dependen : Behavioral Intention | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengaplikasian kendaraan jemput otomatis |

| | | | | |
|----|-----------------------------|---|---|---|
| 3. | (Nikolopoulou et al., 2021) | Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak yang signifikan dan dapat diaplikasikan untuk pengajar |
| 4. | (Curtale et al., 2021) | User acceptance of electric car-sharing services: The case of the Netherlands | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan berbagi mobil listrik |
| 5. | (Nordhoff et al., 2020) | Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, dan Pengaruh sosial ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan dan |

| | | | | |
|----|----------------------------|---|---|--|
| | | from eight European countries | | penggunaan mobil otomatis bersyarat |
| 6. | (Puspitasari et al., 2019) | An Application of the UTAUT Model for Analysis of Adoption of Integrated License Service Information System | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak dan penerimaan yang signifikan terhadap Adopsi sistem informasi untuk pelayanan perizinan |
| 7. | (Shiferaw & Mehari, 2019) | Modeling predictors of acceptance and use of electronic medical record T system in a resource limited setting: Using modified UTAUT model | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak yang signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan sistem T rekam medis elektronik |

| | | | | |
|----|------------------------|---|---|---|
| 8. | (Gunawan et al., 2019) | Assessment of the Readiness of Micro, Small and Medium Enterprises in Using E-Money Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Method | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money |
| 9. | (Jung et al., 2020) | Mobile payment service usage: U.S. Consumers' motivations and intentions | <p>Independen: Harapan Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial</p> <p>Dependen: Behavioral Intention</p> | Harapan kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial ditemukan memiliki dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan <i>mobile payment service</i> |

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap Niat Perilaku dan Perilaku penggunaan *E – Ticket* pada M-TIX

Seseorang yang merasa pekerjaannya menjadi lebih mudah dengan menggunakan suatu sistem akan tertarik untuk menggunakan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan (Widnyana & Yadnyana, 2015).

Sistem informasi dapat memberikan faktor positif dalam penggunaannya ketika sistem informasi memudahkan seseorang untuk meningkatkan kinerjanya (Dewa et al., 2015). Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka meningkatkan kinerja mereka. Dilihat dari kegunaan, motivasi dan manfaat penggunaan teknologi informasi, pengguna tertarik menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian oleh (Venkatesh et al., 2003) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku menggunakan suatu sistem.

H1 : *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

2.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *E-Ticket* pada M-TIX

Effort Expectancy adalah sejauh mana ketersediaan sistem akan mengurangi waktu dan upaya individu untuk melakukan pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003). Tiga metrik yang membentuk konsep ini adalah kemudahan penggunaan, kemudahan penggunaan, dan kompleksitas. Hasil penelitian Davis et al (1989) pada (Pertiwi & Ariyanto, 2017) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi penggunaan sistem informasi.

Hasil ini didukung oleh penelitian Venkatesh dan Davis (2000) dalam (Pertiwi & Ariyanto, 2017), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sistem informasi memberikan seseorang perasaan bahwa penggunaan sistem

informasi itu mudah. dan akan menciptakan rasa nyaman. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa rumus hipotesis adalah sebagai berikut:

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

2.3.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap Niat perilaku *E- Ticket* pada M-TIX

Penelitian (Prasetyo, 2008) tentang penerimaan sistem teknologi informasi di UKM menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi. Dalam sebuah studi oleh (Venkatesh et al., 2003) dalam penerimaan sistem informasi menemukan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Mantoro et al., 2014) tentang adopsi aplikasi pesan instan di masyarakat, juga menunjukkan bahwa ada pengaruh sosial yang positif terhadap perilaku penggunaan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis berikut dapat diajukan:

H3: *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

2.3.4 Pengaruh *facilitating conditions* terhadap Niat perilaku *E- Ticket*

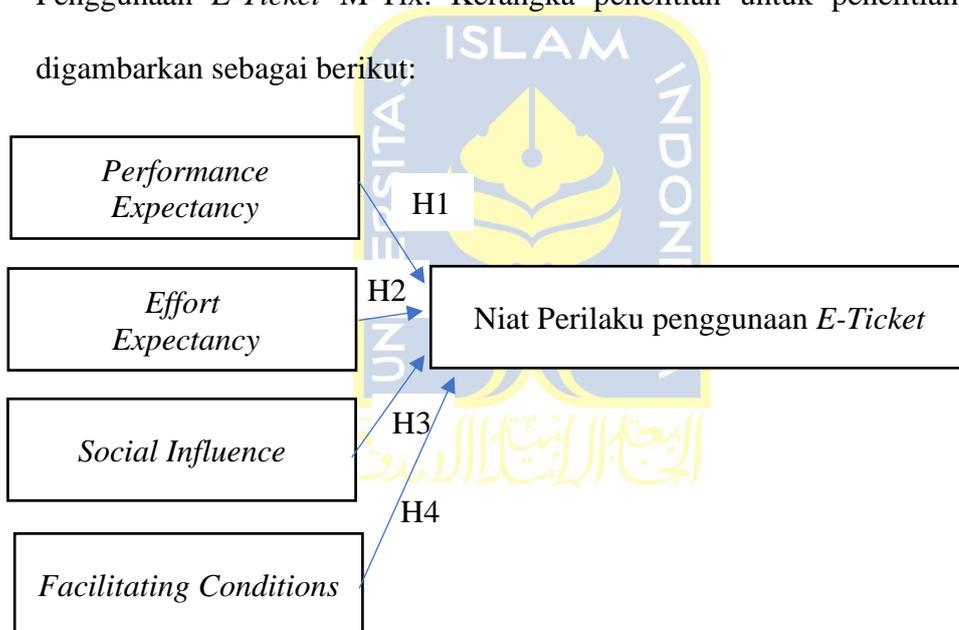
Perilaku tidak akan terjadi jika kondisi lingkungan objektif mengganggu (Triandis dalam (Pertiwi & Ariyanto, 2017)). (Venkatesh et al., 2003) menemukan bahwa kondisi yang menguntungkan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Penelitian ini

sejalan dengan penelitian (Yulianti & Putu Wuri Handayani, 2011), (Shunjaya, 2012), dan (Widyawati, 2013).

H4: *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap terhadap niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

2.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan 6 variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, Niat perilaku, dan Perilaku Penggunaan *E-Ticket* M-Tix. Kerangka penelitian untuk penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

H1 : *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap niat perilaku penggunaan *E-Ticket*

H3: *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap niat perilaku penggunaan E-Ticket

H4: *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap niat perilaku penggunaan E-Ticket



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Pemilihan Yogyakarta sebagai lokasi penelitian dikarenakan pertimbangan Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2019 yang menyatakan bahwa penduduk di Yogyakarta di dominasi oleh penduduk berusia muda (pmperizinan.jogjakota.go.id). Dengan kata lain, penduduk di Yogyakarta adalah penduduk dengan usia produktif yang bisa menjadi target sasaran dari pasar (Siswanto, 2018).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang merepresentasikan positivisme sedangkan penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang merepresentasikan pemahaman naturalistik. (Mulyadi, 2013).

3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Variabel.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 6 variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, Niat Perilaku Penggunaan *E-Ticket* M-Tix. Adapun definisi operasional variabel dan indikator variabel adalah sebagai berikut:

A. *Performance Expectancy*

Performance Expectancy adalah keyakinan individu bahwa sistem dapat membantu mereka menyelesaikan tugas dan meningkatkan produktivitas mereka. Di sisi lain, (Venkatesh et al., 2003) mendefinisikan *Performance Expectancy* sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja. Indikator *Performance Expectancy* meliputi:

- Menggunakan e-ticket menguntungkan.
- Membantu penyelesaian transaksi jual beli.
- Meningkatkan kualitas pelayanan.

Variabel *Performance Expectancy* diukur dengan tiga pertanyaan yang diambil dari penelitian Ni Wayan Dewi Mas, Yogi Pertiwi, dan Dodik Ariyanto (2017), mulai dari 1 dan sangat menentang menggunakan skala Likert 5 poin (skala Likert 5 poin). (STS), 2 poin Setuju (TS), 3 poin Netral (N), 4 poin Setuju (S), 5 poin Sangat Setuju (SS).

B. *Effort Expectancy*

Effort Expectancy didefinisikan sebagai kemudahan mengoperasikan sistem dengan sedikit usaha manusia di tempat kerja (Wulandari & Yadnyana, 2016). Indikator *Effort Expectancy* Selanjutnya:

- Mudah dalam menggunakan e-ticket.

- Tidak perlu belajar menggunakan e-ticket.
- E-ticket lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu.

Variabel *Effort Expectancy* diukur dengan tiga pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi dan Dodik Ariyanto (2017) menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

C. *Social Influence*

Faktor *Social Influence* mencerminkan pengaruh mempengaruhi faktor pada perilaku pengguna, seperti pendapat teman atau atasan hierarkis (Afonso et al., 2013) Indikator *Social Influence* adalah:

- Pengaruh dari pengguna e-ticket.
- Dukungan penggunaan e-ticket.
- Penggunaan e-ticket telah menjadi tren.

Variabel *Social Influence* diukur dengan tiga pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Ahmet Ayaz dan Mustafa Yanartas (2020) menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS),

poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

D. *Facilitating Conditions*

facilitating conditions adalah sejauh mana individu percaya keberadaan alat teknis dan organisasi akan mendukung penggunaan suatu sistem. Indikator untuk memfasilitasi adalah sebagai berikut:

- Sumber daya yang diperlukan e-ticket.
- Memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan e-ticket.
- Keluarga, kerabat dan customer service membantu penggunaan e-ticket.

Variabel *facilitating conditions* diukur dengan tiga pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi dan Dodik Ariyanto (2017) menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

E. Niat Perilaku Penggunaan *E-ticket*

Sejauh mana seseorang telah merencanakan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu di masa depan. Niat

Perilaku didefinisikan sebagai keinginan pengguna untuk menggunakan sistem secara terus menerus (Wulandari & Yadnyana, 2016). Indikator Niat Perilaku penggunaan label adalah sebagai berikut:

- Rencana menggunakan e-ticket di waktu yang akan datang.
- Keinginan untuk terus menggunakan e-ticket.
- Tetap menggunakan e-ticket untuk multifungsi

Variabel Niat Perilaku penggunaan *E-Ticket* diukur dengan tiga pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi dan Dodik Ariyanto (2017) menggunakan skala likert 5 poin (5-poin likert scale) dimulai dari poin 1 sangat tidak setuju (STS), poin 2 tidak setuju (TS), poin 3 netral (N), poin 4 setuju (S), poin 5 sangat setuju (SS).

3.4 Populasi dan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, sehingga karakteristik sampel harus berasal dari karakteristik populasi (Sugiyono, 2012). Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Metode non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Selain itu, metode ini memberikan kesempatan yang sama untuk menggunakan populasi sebagai sampel. Selanjutnya digunakan metode simple random sampling, yaitu

pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan lapisan-lapisan yang ada dalam populasi.

Metode ini digunakan karena anggota populasi dianggap homogen. Karena jumlah populasi ini tidak diketahui secara pasti, maka rumus untuk populasi yang tidak diketahui digunakan untuk menentukan ukuran sampel ini (Frendy, 2011), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada $\alpha = 5\%$ atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka $Z = 1,96$)

μ = *Margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditemukan 10%)

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,4 = 97 \text{ responden}$$

Maka dari itu besar sampel pada penelitian ini adalah 97 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara survei menggunakan daftar pertanyaan secara digital melalui *google form*.

3.6 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

3.6.1. Bentuk Daftar Pertanyaan/Kuesioner

Bentuk pertanyaan pada penelitian ini adalah pertanyaan tertutup. Responden hanya perlu memilih jawaban sesuai dengan

pendapat responden dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

3.6.2. Skala Likert 5 Tingkatan

Lima alternatif yang berisi pilihan jawaban dalam metode Skala Tingkat (Likert) mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan, dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).
- 2) Skor 4 untuk jawaban Setuju (S).
- 3) Skor 3 untuk jawaban Agak Setuju (AS).
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

3.6.3. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Ghozali, 2018). Uji validitas ini menggunakan rumus product moment yang dihitung dengan menggunakan program SPSS Versi 25. Dasar pengambilan keputusan adalah :

Tabel 3. 1 Validitas Angket

| No | Uraian | Keterangan |
|----|--------------------------------|------------|
| 1 | Jika r hitung $>$ r tabel, | Valid |

| | | |
|---|-------------------------------|-------------|
| 2 | Jika r hitung $<$ r tabel | Tidak Valid |
|---|-------------------------------|-------------|

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai kehandalan dalam mengukur. Dalam hal ini bila *Reliability coefficient* (alpha) nilainya $>$ 0.6 maka variabel dan butir pertanyaan yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan (Ghozali, 2018).

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik adalah tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's berdasarkan skala Alpha Cronbach 0 sampai 1. Berikut ini adalah Tabel Skala Alpha Cronbach.

Tabel 3. 2 Tabel Skala Alpha Cronbach

| Nilai | Keterangan |
|-------------------------|------------|
| $\alpha \geq 0.9$ | Sempurna |
| $0.9 > \alpha \geq 0.8$ | Bagus |
| $0.8 > \alpha \geq 0.7$ | Diterima |

| | |
|-------------------------|----------------|
| $0.7 > \alpha \geq 0.6$ | Dipertanyakan |
| $0.5 > \alpha$ | Tidak Diterima |

3.7 Metode Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengolahan data kuantitatif dengan menggunakan metode statistik. Adapun teknik pengolahan data yang dilakukan dengan metode sebagai berikut:

3.7.1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Peneliti menerapkan analisis regresi berganda secara berurutan untuk menilai sejauh mana *performancev expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* mempengaruhi Niat Perilaku perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (m-tix). Banyak regresi digunakan untuk memprediksi jumlah varians yang dijelaskan dalam variabel dependen terhadap lebih dari satu dimensi variabel independen. Dalam mengidentifikasi faktor mana yang paling banyak pengaruh pada niat pelanggan untuk melakukan transaksi di aplikasi M-TIX, Peneliti membandingkan nilai-nilai nilai Beta Koefisien Standar. Grafik Histogram dan P-Plot yang dihasilkan dari program SPSS

dapat diketahui apakah data data yang dipakai mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Normalitas pada dasarnya adalah sebuah data dapat dikenali atau dideteksi dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik Histogram dari residualnya.

- a) Data dinyatakan terdistribusi normal, jika data persebarannya berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
- b) Sebaliknya data dinyatakan tidak terdistribusi normal, jika data persebarannya jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi salah satunya ialah tidak adanya multikolinearitas. Pengambilan Keputusan:

- a) Melihat nilai Toleransi
 - (1) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10.

(2) Terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10.

b) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

(1) Tidak terjadi Multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

(2) Terjadi Multikolinieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Salah satu pengujian heteroskedastisitas dengan metode uji Glejser. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05.

3.7.2. Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap variabel terikatnya yaitu Niat Perilaku Pengguna. Standardized Regression digunakan untuk persamaan regresi di mana fungsinya adalah untuk mengetahui pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap dependen (Ghozali, 2018). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y1 = b1X1 + b2 X2 + b3 X3 + b4X4 + b5 Y1 e1$$

Keterangan :

b : Koefisien garis regresi

e : *Error*

Y1 : Niat Perilaku Penggunaan

X1 : *performance expectancy*,

X2 : *effort expectancy*

X3 : *social influence*

X4 : *facilitating conditions*

3.7.3. Uji Signifikasi (Uji T)

Pengujian menggunakan uji satu sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar

sebanyak-banyaknya 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Penghitungan uji t menggunakan program SPSS Versi 25 dengan hipotesis jika (t hitung $>$ t tabel) maka signifikan, dan jika (t hitung $<$ t tabel) maka hasil tidak signifikan. Berikut ini adalah langkah - langkah uji t menurut (Ghozali, 2018):

1. Menentukan derajat kepercayaan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% dan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).
2. Menentukan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a):
 - H_0 : Variabel bebas yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel terikat yaitu Niat Perilaku dan perilaku pengguna.
 - H_a : Variabel bebas yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel terikat yaitu Niat Perilaku dan perilaku pengguna.
3. Menentukan kesimpulan:
 - Jika nilai sig $>$ 0,05, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel dependen.

- Jika nilai $\text{sig} \leq 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y (Ghozali, 2018)



BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV dan bagian-bagian dari bab ini akan melaporkan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* dalam Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket M-TiX di Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan dari hasil jawaban kuesioner berbentuk *google form* yang telah dibagikan kepada para responden. Hasil dari jawaban-jawaban dari para responden inilah yang akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang dikemukakan di bab sebelumnya.

4.1 Data Hasil Pengumpulan

Dalam penelitian ini, responden yang digunakan oleh peneliti adalah penduduk dengan umur produktif yang tinggal di Yogyakarta. Untuk mendapatkan data, peneliti mengumpulkan data dalam bentuk kuesioner yang dibagikan melalui *google form* kepada 100 responden.

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Kuesioner yang terkumpul | 100 | 100% |
| Kuesioner yang memenuhi syarat | 100 | 100% |
| Kuesioner yang tidak memenuhi syarat | 0 | 0 |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan dengan data yang tertera diatas bisa disimpulkan bahwa kuesioner yang terkumpul sejumlah 100 dan 100% kuesioner yang kembali kepada peneliti memenuhi syarat, sehingga bisa diolah dan digunakan sebagai data penelitian.

4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk menggambarkan responden diantaranya adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan rata-rata.

4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan kepada 100 responden maka didapatkan data jenis kelamin responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebarkan. Adapun deskripsi lengkap tentang deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|------------|-------------|
| Laki-Laki | 60 | 60% |
| Perempuan | 40 | 40% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pengguna E-Ticket didominasi oleh jenis kelamin Laki-Laki dengan persentase 60% sedangkan Perempuan memiliki persentase 40% sisanya.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan kepada 100 responden maka didapatkan data usia responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar. Adapun deskripsi lengkap tentang deskripsi responden berdasarkan usia ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Hasil Pengumpulan Usia

| Usia(Tahun) | Frekuensi | Persentase |
|--------------|------------|-------------|
| 15-25 | 96 | 96% |
| 26-35 | 3 | 3% |
| 36-45 | 0 | 0% |
| 46-55 | 1 | 1% |
| >55 | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui mayoritas yang mengisi adalah responden yang berusia 15-25 tahun berjumlah 96 responden dengan Persentase 96%. Diikuti responden yang berusia 26-35 tahun berjumlah 3 responden dengan Persentase 3%. Lalu responden yang berusia 46-55 tahun berjumlah 1 responden dengan Persentase 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden berusia 15-25 lebih sering menggunakan E-Ticket dalam pembelian tiket.

4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan kepada 100 maka didapatkan data pekerjaan responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar. Adapun deskripsi lengkap tentang deskripsi responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|-------------------------|------------------|-------------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 41 | 41% |
| Usaha Swasta/Wiraswasta | 23 | 23% |
| PNS/ABRI | 0 | 0% |
| Ibu Rumah Tangga | 3 | 1% |
| Pegawai Swasta | 26 | 26% |
| Lain-Lain | 7 | 7% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 41 responden dengan Persentase 41%. Kemudian responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta berjumlah 26 responden dengan Persentase 26%, Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai Usaha Swasta/Wiraswasta berjumlah 23 responden dengan Persentase 23%. dan lain-lain sebanyak 7 responden dengan Persentase 7%. Dan responden yang paling sedikit adalah responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga

berjumlah 3 responden dengan Persentase 3%. Hal ini menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa memiliki gaya hidup berorientasi hiburan, pernyataan ini dikuatkan oleh penelitian (Saufika, 2012).

4.2.4 Responden Berdasarkan Pendapat

Berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan kepada 100 responden maka didapatkan data pendidikan terakhir responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar. Adapun deskripsi lengkap tentang deskripsi responden berdasarkan pendapat ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan

| Pendapatan(Juta) | Frekuensi | Persentase |
|--------------------------|------------------|-------------------|
| < 1.500.000 | 28 | 28% |
| 1.500.000 s.d. 2.500.000 | 23 | 23% |
| 2.500.001 s.d. 3.500.000 | 16 | 16% |
| > 3.500.001 | 33 | 33% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan sampel yang didapatkan pada Tabel 4.5 mayoritas responden yang mengisi kuesioner ini adalah responden yang memiliki pendapatan > Rp. 3.500.001 berjumlah 28 responden dengan Persentase 28%. Kemudian responden yang memiliki pendapatan < Rp. 1.500.000 berjumlah 28 responden dengan Persentase 28%. Diikuti responden yang memiliki pendapatan sekitar Rp. 1.500.000 s.d. Rp. 2.500.000 berjumlah 23 responden dengan Persentase 23%. Lalu responden yang memiliki pendapatan sekitar

Rp. 2.500.001 s.d. Rp. 3.500.000 berjumlah 16 responden dengan Persentase 16%.

4.3 Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian

Penilaian responden terhadap variabel-variabel peneliti yang terdiri dari 3 variabel yaitu variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* dan Niat Perilaku penggunaan. Kriteria nilai deskripsi variabel penelitian ini menggunakan skala 1-5 dengan keterangan rentang skala sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Rentang Skala

| NO | Kategori Skor | Norma |
|----|---------------|-------------|
| 1 | Sangat Tinggi | 4,21 – 5,00 |
| 2 | Tinggi | 3,41 – 4,20 |
| 3 | Cukup Tinggi | 2,61 – 3,40 |
| 4 | Rendah | 1,81 – 2,60 |
| 5 | Sangat Rendah | 1,00 – 1,80 |

Sumber: Hasil Olah Data, 2020.

4.3.1 Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel *Performance Expectancy*

Berdasarkan dengan jawaban yang telah dikumpulkan mengenai variabel *Performance Expectancy* dari para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Performance Expectancy*

| Item Variabel | Rata-rata | Kriteria |
|------------------------|-----------|---------------|
| E-Ticket Menguntungkan | 4.48 | Sangat Tinggi |

| | | |
|---|-------------|---------------|
| Membantu Penyelesaian Transaksi jual-beli | 4.51 | Sangat Tinggi |
| Meningkatkan Kualitas Pelayanan | 4.33 | Sangat Tinggi |
| Rata-rata | 4.44 | Sangat Tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan analisis penilaian responden yang ditunjukkan pada Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Performance Expectancy* adalah 4,44 di mana angka ini adalah kategori Sangat Tinggi. Untuk penilaian dengan skor tertinggi variabel *Performance Expectancy* terdapat pada indikator **Membantu Penyelesaian Transaksi jual-beli** dengan angka sebesar 4,51 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian dengan skor terendah adalah **Meningkatkan Kualitas Pelayanan** yaitu sebesar 4.33 (Sangat Tinggi). Maka dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan penilaian dengan kategori Sangat Tinggi pada variabel *Performance Expectancy*.

4.3.2 Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel *Effort Expectancy*

Berdasarkan dengan jawaban yang telah dikumpulkan mengenai variabel *Effort Expectancy* dari para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Effort Expectancy*

| Item Variabel | Rata-rata | Kriteria |
|---|-----------|---------------|
| Mudah dalam menggunakan e-ticket. | 4.30 | Sangat Tinggi |
| Tidak perlu belajar menggunakan e-ticket. | 3.98 | Tinggi |

| | | |
|--|-------------|----------------------|
| E-ticket lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu | 4.62 | Sangat Tinggi |
| Rata-rata | 4.30 | Sangat Tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan analisis penilaian responden yang ditunjukkan pada Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Effort Expectancy* adalah 4.30 di mana angka ini adalah kategori Sangat tinggi. Untuk penilaian dengan skor tertinggi variabel *Effort Expectancy* terdapat pada indikator **E-ticket lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu** yaitu sebesar 4,62 (Sangat Tinggi). Sedangkan penilaian dengan skor terendah adalah **Tidak perlu belajar menggunakan e-ticket** dengan angka sebesar 3,98 (tinggi). Maka dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan penilaian dengan kategori Sangat Tinggi pada variabel *Effort Expectancy*.

4.3.3 Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel *Social Influence*

Berdasarkan dengan jawaban yang telah dikumpulkan mengenai variabel *Social Influence* dari para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Social Influence*

| Item Variabel | Rata-rata | Kriteria |
|--|-------------|---------------------|
| Pengaruh dari pengguna e-ticket. | 3.28 | Cukup Tinggi |
| Dukungan penggunaan e-ticket. | 3.38 | Cukup Tinggi |
| Penggunaan e-ticket telah menjadi tren | 3.30 | Cukup Tinggi |
| Rata-rata | 3.32 | Cukup Tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan analisis penilaian responden yang ditunjukkan pada Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Social Influence* adalah 3.32 di mana angka ini adalah kategori Sangat tinggi. Untuk penilaian dengan skor tertinggi variabel *Social Influence* terdapat pada indikator **Dukungan penggunaan e-ticket** yaitu sebesar 3.38 (Cukup Tinggi). Sedangkan penilaian dengan skor terendah adalah **Pengaruh dari pengguna e-ticket** dengan angka sebesar 3.28 (Cukup Tinggi). Maka dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan penilaian dengan kategori Cukup Tinggi pada variabel *Social Influence*.

4.3.4 Analisis Penilaian Responden terhadap Variabel *Facilitating Condition*

Berdasarkan dengan jawaban yang telah dikumpulkan mengenai variabel *Facilitating Condition* dari para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Facilitating Condition*

| Item Variabel | Rata-rata | Kriteria |
|--|-------------|---------------|
| Sumber daya yang diperlukan e-ticket. | 4.27 | Sangat Tinggi |
| Memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan e-ticket. | 4.31 | Sangat Tinggi |
| Keluarga, kerabat dan customer service membantu penggunaan e-ticket. | 3.93 | Tinggi |
| Rata-rata | 4.17 | Tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan analisis penilaian responden yang ditunjukkan pada Tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Facilitating Condition* adalah 3.32 di mana angka ini adalah kategori Sangat tinggi. Untuk penilaian

dengan skor tertinggi variabel *Facilitating Condition* terdapat pada indikator **Memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan e-ticket** yaitu sebesar 4.31 (Sangat Tinggi). Sedangkan penilaian dengan skor terendah adalah **Keluarga, kerabat dan customer service membantu penggunaan e-ticket** dengan angka sebesar 3.93 (Tinggi). Maka dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan penilaian dengan kategori Tinggi pada variabel *Facilitating Condition*

4.3.5 Analisis Penilaian Responden terhadap Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket

Berdasarkan dengan jawaban yang telah dikumpulkan mengenai variabel Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket dari para responden adalah sebagai berikut:



Tabel 4. 11 Hasil Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Perilaku Penggunaan

| Item Variabel | Rata-rata | Kriteria |
|---|-------------|---------------|
| Rencana menggunakan e-ticket di waktu yang akan datang. | 4.34 | Sangat Tinggi |
| Keinginan untuk terus menggunakan e-ticket. | 4.07 | Tinggi |
| Tetap menggunakan e-ticket untuk multifungsi | 4.14 | Tinggi |
| Rata-rata | 4.18 | Tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan analisis penilaian responden yang ditunjukkan pada Tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Niat Perilaku

Penggunaan E-Ticket adalah 4.18 di mana angka ini adalah kategori tinggi. Untuk penilaian dengan skor tertinggi variable Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket terdapat pada 49variable49 **Rencana menggunakan e-ticket di waktu yang akan datang** yaitu sebesar 4,34 (Sangat Tinggi). Sedangkan penilaian dengan skor terendah adalah **Keinginan untuk terus menggunakan e-ticket** dengan angka sebesar 4.07 (Tinggi). Maka dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan penilaian dengan kategori tinggi pada variable Niat Perilaku Penggunaan E-Ticket.

4.4 Pengujian Data Penelitian

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Data dikatakan valid berarti pengukuran terhadap data yang dimanfaatkan untuk penelitian itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dasar pengambilan keputusan adalah

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka data tersebut valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka data tersebut tidak valid.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas

| Variabel | No. Item | r hitung | r tabel | keterangan | kesimpulan |
|-------------------------------|----------|----------|---------|--------------------------------------|------------|
| <i>Performance Expectancy</i> | X1.1 | 0.880 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| | X1.2 | 0.823 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| | X1.3 | 0.779 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| <i>Effort Expectancy</i> | X2.1 | 0.860 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| | X2.2 | 0.798 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| | X2.3 | 0.609 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |
| | X3.1 | 0.873 | 0.1966 | $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ | Valid |

| | | | | | |
|-------------------------------|------|-------|--------|--------------------|-------|
| <i>Social Influence</i> | X3.2 | 0.865 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| | X3.3 | 0.733 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| <i>Facilitating Condition</i> | X4.1 | 0.760 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| | X4.2 | 0.746 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| | X4.3 | 0.716 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| Niat Perilaku Penggunaan | Y1.1 | 0.804 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| | Y1.2 | 0.891 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |
| | Y1.3 | 0.872 | 0.1966 | r hitung > r tabel | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Dari hasil uji validitas tersebut didapatkan bahwa nilai r hitung pada setiap item > r tabel. Sehingga disimpulkan bahwa data yang dipergunakan adalah valid atau tepat.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukuran mempunyai kehandalan dalam mengukur. Dalam hal ini bila *Reliability coefficient* (alpha) nilainya > r, tabel maka variabel dan butir pertanyaan yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Suatu konstruk kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's alpha lebih dari 0.60 (Ghozali, 2018). Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's alpha | keterangan | Kesimpulan |
|------------------------------------|------------------|------------|------------|
| <i>Performance Expectancy</i> (X1) | 0.766 | > 0.60 | Reliabel |
| <i>Effort Expectancy</i> (X2) | 0.627 | > 0.60 | Reliabel |
| <i>Social Influence</i> (X3) | 0.758 | > 0.60 | Reliabel |
| <i>Facilitating Condition</i> (X2) | 0.603 | > 0.60 | Reliabel |
| Niat Perilaku Penggunaan (Y) | 0.818 | > 0.60 | Reliabel |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan hasil olah data atas pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa data dan variable yang dipergunakan memenuhi syarat reliabilitas atau dapat diandalkan.

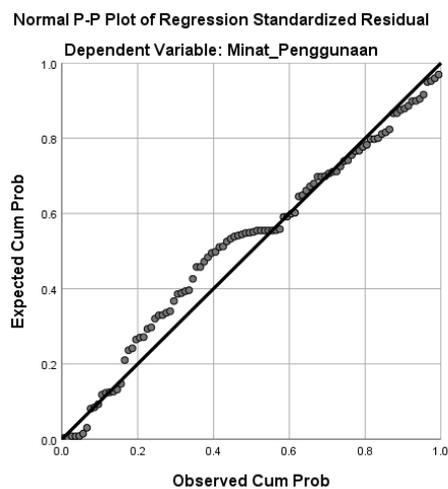
4.5 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan dari model regresi yang digunakan, maka harus melalui uji asumsi klasik. Untuk memenuhi uji asumsi klasik penelitian ini menggunakan variable SPSS Versi 25 *for windows*.

4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat, variable bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data variable pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan didasarkan pada:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak ada titik yang mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Dari grafik tersebut diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antara variable bebas. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Pengambilan Keputusan:

a) Melihat nilai Toleransi

- (1) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10.
- (2) Terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10.

b) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- (1) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.
- (2) Terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

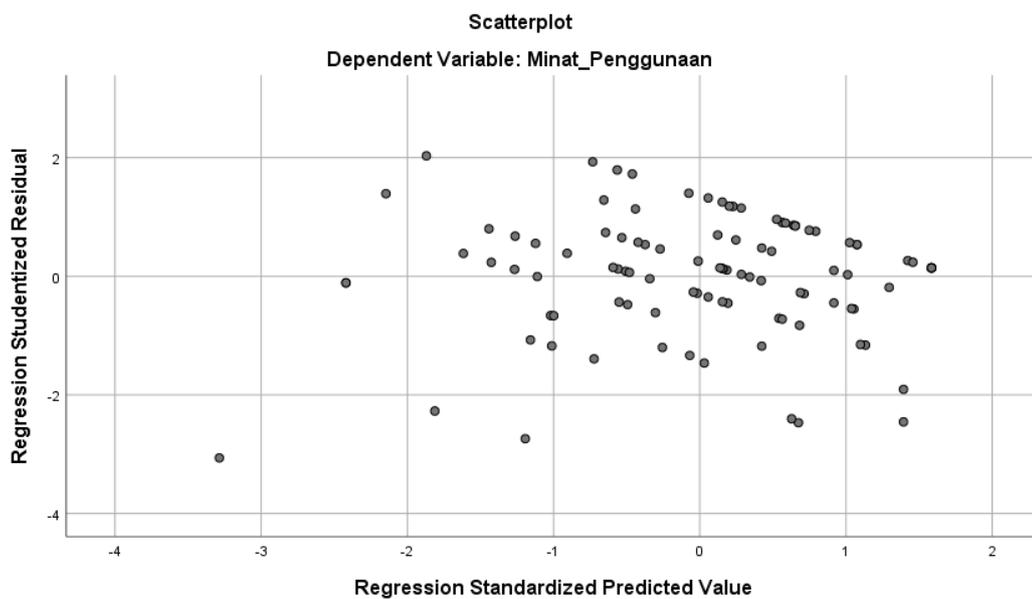
| Coefficients ^a | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Performance_Expectancy | 0.715 | 1.400 |
| | Effort_Expectancy | 0.647 | 1.544 |
| | Social_Influence | 0.877 | 1.140 |
| | Facilitating_Conditions | 0.713 | 1.402 |
| a. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan | | | |

Sumber: Hasil Olah Data, 2021.

Hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF masing–masing variabel bebas kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi penyimpangan uji multikolinearitas.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *scatterplot*, dengan menggunakan SPSS 25 hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Bedasarkan gambar diatas titik–titik yang terbentuk menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat ditarik kesimpulan yakni data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat hasil tersebut maka akan dilakukan uji Glejser. Jika variabel independent signifikan secara statistik mempengaruhi nilai absolute residual, maka ada indikasi heteroskedastisitas. Atau bisa dikatakan jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi ≥ 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas yaitu: *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* terhadap variabel terikatnya yaitu Niat Perilaku penggunaan. *Standardized Regression* digunakan untuk persamaan regresi di mana fungsinya adalah untuk mengetahui pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap dependen. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

b_1, b_2, b_3, b_4 : Koefisien garis regresi

e : *Error*

Y : Niat Perilaku Penggunaan

X_1 : *Performance Expectancy*

X_2 : *Effort Expectancy*

X_3 : *Social Influence*

X_4 : *Facilitating Condition*

Hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | |
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|
| | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | | | |

| | | B | Std. Error | Beta | | |
|---|-------------------------|------|------------|------|-------|------|
| 1 | (Constant) | .873 | 1.612 | | .541 | .589 |
| | Performance_Expectancy | .246 | .118 | .202 | 2.095 | .039 |
| | Effort_Expectancy | .366 | .125 | .297 | 2.931 | .004 |
| | Social_Influence | .088 | .065 | .118 | 1.360 | .177 |
| | Facilitating_Conditions | .224 | .116 | .187 | 1.941 | .055 |

a. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel tersebut diperoleh persamaan regresi:

$$\text{Niat Perilaku Penggunaan} = 0.873 + 0.246 \text{ Performance Expectancy} + 0.366 \text{ Effort Expectancy} + 0.088 \text{ Social Influence} + 0.224 \text{ Facilitating Condition}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai a = 0.873

Nilai Konstanta (a) adalah sebesar 0.873 maka jika tidak ada pengaruh dari variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* ($X=0$), maka secara statistik Niat Perilaku Penggunaan akan sebesar 0.873.

Nilai b1 = 0.246

Koefisien variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif yang berarti setiap terjadi kenaikan 1 persen *Performance Expectancy* (b_1) maka terjadi kenaikan Niat Perilaku Penggunaan sebesar 24.6 persen dengan anggapan bahwa apabila variabel lain diasumsikan tetap.

Nilai b2 = 0.366

Koefisien variabel *Effort Expectancy* berpengaruh positif yang berarti setiap terjadi terjadi kenaikan 1 persen *Effort Expectancy* (b_2) maka terjadi kenaikan Niat

Perilaku Penggunaan sebesar 36.6 persen dengan anggapan bahwa apabila variabel lain diasumsikan tetap.

Nilai $b_3 = 0.088$

Koefisien variabel *Social Influence* berpengaruh positif yang berarti setiap terjadi kenaikan 1 persen *Social Influence* (b_3) maka terjadi kenaikan Niat Perilaku Penggunaan sebesar 8.8 persen dengan anggapan bahwa apabila variabel lain diasumsikan tetap.

Nilai $b_4 = 0.224$

Koefisien variabel *Facilitating Condition* berpengaruh positif yang berarti setiap terjadi kenaikan 1 persen *Facilitating Condition* (b_4) maka terjadi kenaikan Niat Perilaku Penggunaan sebesar 22.4 persen dengan anggapan bahwa apabila variabel lain diasumsikan tetap.

4.7 Uji Signifikasi (Uji T)

Pengujian menggunakan uji satu sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebanyak-banyaknya 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Penghitungan uji t menggunakan program SPSS Versi 26 dengan hipotesis jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka hasil signifikan, dan jika ($t_{hitung} < t_{tabel}$) maka hasil tidak signifikan. Untuk memperoleh nilai t tabel digunakan rumus $df = n-k = 100-4 = 96$. Nilai t tabel untuk df 96 adalah 1.9850

Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikasi

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | .873 | 1.612 | | .541 | .589 |
| | Performance_Expectancy | .246 | .118 | .202 | 2.095 | .039 |
| | Effort_Expectancy | .366 | .125 | .297 | 2.931 | .004 |
| | Social_Influence | .088 | .065 | .118 | 1.360 | .177 |
| | Facilitating_Conditions | .224 | .116 | .187 | 1.941 | .055 |

a. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan hasil uji T atau parsial pada Tabel 4.17 di atas, maka peneliti dapat memberikan analisa mengenai hasil uji hipotesis berikut ini:

- a. Pengujian variabel *Performance Expectancy* (X1) memiliki nilai signifikansi 0.039 lebih kecil dari 0.05 maka dengan hal ini variabel *Performance Expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Perilaku Penggunaan. Dengan ini maka hipotesis pertama menyatakan bahwa ***Performance Expectancy* berpengaruh pada Niat Perilaku Penggunaan** diterima.
- b. Pengujian variabel *Effort Expectancy* (X2) memiliki nilai signifikansi 0,004 lebih besar dari 0.05 maka dengan hal ini variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Perilaku Penggunaan. Dengan ini maka hipotesis pertama menyatakan bahwa ***Effort Expectancy* berpengaruh pada Niat Perilaku Penggunaan** diterima.

- c. Pengujian variabel *Social Influence* (X3) memiliki nilai signifikansi 0.177 lebih besar dari 0.05 maka dengan hal ini variabel *Social Influence* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Perilaku Penggunaan. Dengan ini maka hipotesis pertama menyatakan bahwa ***Social Influence* berpengaruh pada Niat Perilaku Penggunaan** ditolak.
- d. Pengujian variabel *Facilitating Condition* (X4) memiliki nilai signifikansi 0.055 lebih besar dari 0.05 maka dengan hal ini variabel *Facilitating Condition* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Perilaku Penggunaan. Dengan ini maka hipotesis pertama menyatakan bahwa ***Facilitating Condition* berpengaruh pada Niat Perilaku Penggunaan** ditolak.

4.8 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Nilai dari koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai R² sebesar 0,606 hal ini mengidentifikasikan bahwa 60.6% Niat Perilaku penggunaan dapat dijelaskan oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* sedangkan selebihnya Niat Perilaku penggunaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model ini. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Niat Perilaku penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* namun ada variabel lain yang memengaruhi Niat Perilaku penggunaan.

Nilai koefisien determinasi yang dihitung dengan SPSS 26 dapat terlihat dari hasil analisis pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .606 ^a | .368 | .341 | 1.854 |

a. Predictors: (Constant), Facilitating_Conditions, Social_Influence, Performance_Expectancy, Effort_Expectancy

b. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

4.9 Pembahasan

1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap Niat Perilaku Penggunaan

Di dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Performance Expectancy* berhubungan dengan Niat Perilaku Penggunaan. Hal ini ditunjukkan oleh *Performance Expectancy* yang dihubungkan dengan Niat Perilaku penggunaan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.039. Dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hipotesis pertama didukung oleh data, hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 5%.

Hasil ini didukung oleh (Venkatesh et al., 2003) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku menggunakan suatu sistem.

2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Niat Perilaku Penggunaan

Di dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Effort Expectancy* berhubungan dengan Niat Perilaku penggunaan. Hal ini ditunjukkan oleh *Effort Expectancy* yang dihubungkan dengan Niat Perilaku penggunaan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.004. Dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hipotesis pertama didukung oleh data, hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 5%.

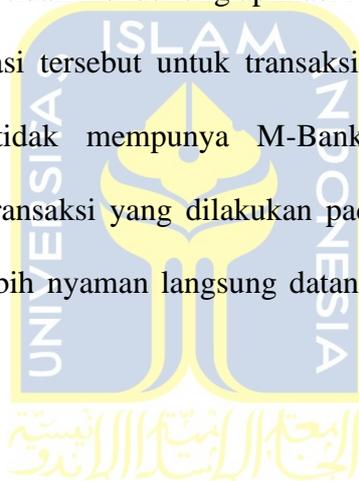
Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh (Pertiwi & Ariyanto, 2017) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sistem informasi memberikan seseorang perasaan bahwa penggunaan sistem informasi itu mudah. dan akan menciptakan rasa nyaman.

3 Pengaruh *Social Influence* terhadap Niat Perilaku Penggunaan

Di dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Social Influence* tidak berhubungan dengan Niat Perilaku Penggunaan secara signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh *Performance Expectancy* yang dihubungkan dengan Niat Perilaku penggunaan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.177. Dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak didukung oleh data, hal ini dikarenakan nilai signifikansi lebih dari 5%. Hal tersebut terjadi kemungkinan bahwa penggunaan M-TiX tidak dipengaruhi oleh social dan tren melainkan kebutuhan pengguna akan efektivitas dan efisiensi dari M-TiX itu sendiri sehingga tidak dipengaruhi oleh sekitarnya.

4 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Niat Perilaku Penggunaan

Di dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Facilitating Condition* tidak berhubungan dengan Niat Perilaku penggunaan secara signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh *Facilitating Condition* yang dihubungkan dengan Niat Perilaku pengguna menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.055. Dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak didukung/ditolak oleh data, hal ini dikarenakan nilai signifikansi lebih dari 5%. Hal tersebut kemungkinan banyak gawai dari pengguna tidak mendukung aplikasi M-TiX sehingga memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut untuk transaksi. Selain itu, kemungkinannya adalah pengguna tidak mempunyai M-Banking ataupun e-wallet yang mendukung untuk transaksi yang dilakukan pada aplikasi tersebut. Sehingga pengguna merasa lebih nyaman langsung datang ke tempat untuk melakukan transaksi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan. Yang artinya semakin baik *Performance Expectancy* maka Niat Perilaku penggunaan akan semakin baik secara signifikan.
2. *Effort Expectancy*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan. Yang artinya semakin tinggi *Effort Expectancy* maka Niat Perilaku penggunaan konsumen akan tinggi secara signifikan.
3. *Social Influence* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan. Yang artinya semakin baik *Social Influence* maka Niat Perilaku penggunaan belum tentu semakin tinggi secara signifikan.
4. *Facilitating Condition* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Perilaku pengguna. Yang artinya semakin baik *Facilitating Condition* maka Niat Perilaku penggunaan belum tentu semakin tinggi secara signifikan.

5. Berdasarkan analisis regresi, dapat diramalkan Niat Perilaku penggunaan dengan rumus Niat Perilaku Penggunaan = $0.873 + 0.246$ Performance Expectancy + 0.366 Effort Expectancy + 0.088 Social Influence + 0.224 Facilitating Condition. Dari analisis regresi juga diketahui bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* memengaruhi Niat Perilaku penggunaan konsumen sebesar 67,5% sedangkan sisanya Niat Perilaku penggunaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model ini.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan dengan hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya dan juga berdasarkan dengan kesimpulan diatas, maka terdapat saran dan rekomendasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya maupun untuk perusahaan :

1. Dalam penelitian ini *Performance dan Effort Expectancy* merupakan variable yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan aplikasi M-TiX. Oleh karena itu pihak M-TiX hendaknya mempertahankan *Performance dan Effort Expectancy* yang telah dirasakan oleh konsumen
2. *Social influence dan Facilitating Conditions* merupakan variable yang memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan aplikasi M-TiX. Namun hendaknya pihak M-TiX tetap memperhatikan kedua variable tersebut. Karena suatu tren dari pengguna akan menjadi pengaruh yang positif terhadap

Niat Perilaku penggunaan aplikasi selain itu hendaknya aplikasi M-Tix dibuat untuk lebih kompatibel terhadap gawai yang memiliki kemampuan yang rendah

3. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mengkaji masalah. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kajian yang lebih baik dan komprehensif dengan objek penelitian yang lebih beragam.

5.3 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari pembahasan dan hasil analisis dalam penelitian tentang determinan niat perilaku pengguna layanan online ticketing pada platform penyedia tiket film aplikasi cinema 21 (m-tix) di provinsi daerah istimewa yogyakarta diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi developer dalam pengembangan aplikasi m-tix. Dimana implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya juga berdasarkan dengan kesimpulan di atas diharapkan:

1. Dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan determinasi Niat Perilaku penggunaan pada aplikasi M-TiX. Khususnya, menambah wawasan mengenai hubungan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* terhadap Niat Perilaku penggunaan.

2. *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence* dan *Facilitating Condition* merek dapat menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk pihak M-TiX agar menarik lebih banyak Niat Perilaku penggunaan konsumen.



DAFTAR PUSAKA

- Adenan, dkk., M.I., Mohmod, A.L., & Krishnasamy, G. (2015). Tanaman Malaysia dengan potensi di aktivitas trypanocidal vitro, 4(1), 6-16.
- Afonso, A., Arghyrou, M., & Kontonikas, A. (2013). The Determinants of Sovereign Bond Yield Spreads in the EMU. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2223140>
- Ajzen, I., and M. Fishbein. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Behavior: A Theory of Planned Behavior*. In J. Kuhl dan J. Beckman (Eds.): 11-39.
- Ajzen. 1989. *Theoretical and Conceptual Frameworks for Understanding Adolescent Problem Behavior*. Michigan
- Bandura, A. (1989). Human Agency in Social Cognitive Theory. *Annual Review of Psychology*, 44(9), 1175–1184
- Bienz, Nicholas. 2008. *Electronic Ticketing: Electronic Business Course: Fribourg. Project Paper*
- Chang, H.H., Lai, M.K. and Hsu, C.H. (2012), "Recovery of online services: perceived justice and transaction frequency", *Computers in Human Behavior*, Vol. 28 No. 6, pp. 2199-2208.
- Chau, P. Y. K., and Hu, P. J. 2002. "Examining a model of information technology acceptance by individual professionals: An exploratory study". *Journal of Management Information Systems*, 18(4), 191-229.
- Curtale, R., Liao, F., & van der Waerden, P. (2021). User acceptance of electric car-sharing services: The case of the Netherlands. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 149(September 2020), 266–282. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.05.006>
- Dewa, I. I., Widnyana, G. P., & Yadnyana, I. K. (2015). Implikasi Model Utaut Dalam Menjelaskan Faktor Niat Dan Penggunaan Sipkd Kabupaten Tabanan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 112, 2302–8556.
- Dewi Mayasari. 2009. Pengaruh Teknologi Informasi dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Manajerial. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi. UBH.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5:

pp319-339.

Eweoya, I., Okuboyejo, S. R., Odetunmibi, O. A., & Odusote, B. O. (2021). An empirical investigation of acceptance, adoption and the use of E-agriculture in Nigeria. *Heliyon*, 7, e07588.

Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.

Fuady, Munir, Pengantar Hukum Bisnis, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Sigit Purnomo, W. P. (2019). Assessment of the readiness of micro, small and medium enterprises in using E-money using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>

Handayani, Rini. 2007. *Analisis Faktor – Faktor yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*

Hamzah, Ardi. 2009. *Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kesesuaian Tugas dan Kondisi yang Memfasilitasi Pemakai Terhadap Minat pemanfaatan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Kabupaten Pulau Madura)*.

Harsono, L. D., & Suryana, L. A. (2014). Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model. *Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences*, 1–14.

Jati L. dan Laksito H, 2012, Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris Pada Biro Perjalanan Di Kota Semarang), *Diponegoro Journal Accounting*. Vol 1 Nomer 2 Tahun 2012 Hal. 1-15.

Jung, J.-H., Kwon, E., & Kim, D. H. (2020). Mobile payment service usage: U.S. consumers' motivations and intentions. *Computers in Human Behavior Reports*, 1(May), 100008. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100008>

Mantoro, T., Ayu, M. A., & Binti Mahmud, S. M. (2014). Securing the authentication and message integrity for Smart Home using smart phone. *International Conference on Multimedia Computing and Systems - Proceedings*, 985–989. <https://doi.org/10.1109/ICMCS.2014.6911150>

Mardiasmo (2017) *Perpajakan*, edisi Revisi, Andi, Yogyakarta

- Mufti, Abdul., Destiawati, Fitriani., dan Akhirina, Tri Yani (2014) Evaluasi Penerimaan Jejaring Sosial Google+ Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Di Wilayah Jakarta Selatan. *Journal of Information Systems*. 2/10, 75-82
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Nasir, M., 2013. Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT, in: Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI).
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet. *Computers and Education Open*, 2(July), 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100041>
- Nordhoff, S., Louw, T., Innamaa, S., Lehtonen, E., Beuster, A., Torrao, G., Bjorvatn, A., Kessel, T., Malin, F., Happee, R., & Merat, N. (2020). Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers from eight European countries. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 74, 280–297. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.07.015>
- Nordhoff, S., Malmsten, V., van Arem, B., Liu, P., & Happee, R. (2021). A structural equation modeling approach for the acceptance of driverless automated shuttles based on constructs from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and the Diffusion of Innovation Theory. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 78, 58–73. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2021.01.001>
- Nugroho Jatmiko., dan Herry Laksito. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris Pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting* 1(2): 1-15.
- Pertiwi, N., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369–1397.
- Prasetyo, D. (2008). Analisis Perilaku Penerimaan Teknologi Informasi pada UKM Sektor Industri Manufaktur di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Manajemen*, 1–12.
- Puspitasari, N., Firdaus, M. B., Haris, C. A., & Setyadi, H. J. (2019). An application of the UTAUT model for analysis of adoption of integrated license service information system. *Procedia Computer Science*, 161, 57–65.

<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.099>

- Rogers, Everett M. 1995. *Diffusion of Innovations*. 5 th Editions. London: The Free Press.
- Shiferaw, K. B., & Mehari, E. A. (2019). Modeling predictors of acceptance and use of electronic medical record system in a resource limited setting: Using modified UTAUT model. *Informatics in Medicine Unlocked*, 17(April), 100182. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2019.100182>
- Shunjaya, D. (2012). *Kepuasan User Terhadap Kinerja Sistem Sap Pada Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (Nutrition and Special Foods Division)*. <https://docplayer.info/53571202-Kepuasan-user-terhadap-kinerja-sistem-sap-pada-pt-indofood-cbp-sukses-makmur-tbk-nutrition-and-special-foods-division.html>
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taiwo, A.A., DOWNE, A.G., 2013. *The theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A metaanalytic review of empirical findings*. *J. Theor. Appl. Inf. Technol.* 49.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization Utilization of Personal Computers Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization1. *Source: MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425--478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Widnyana, I. I. D. G. P., dan Yadnyana I. K., 2015, Implikasi Model UTAUT Dalam Menjelaskan Faktor Niat Dan Penggunaan SIPKD Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 2, 515-530.
- Widyawati, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada BMT di Karisidenan Pati).
- Wulandari, N. P. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2), 1270–1297.
- Yulianti, & Putu Wuri Handayani. (2011). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG

MEMENGARUHI PENERIMAAN PENGGUNA DALAM
MENGUNAKAN SISTEM ERP DENGAN STUDI KASUS PT XYZ.
Jurnal Sistem Informasi, 7, 69–75.

Venkatesh, V., dan F. D. Davis, (1996), “A Model of the Perceived Ease of Use
Development and Test”, *Decision Sciences*, 27/3: 451-481.

Venkatesh, Viswanath., Thong, James Y. L., and Xu, Xin (2012) *Consumer
Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory
of Acceptance and Use of Technology*. *MIS Quarterly*, 36 (1), pp: 157- 178.



LAMPIRAN

Judul Penelitian: DETERMINAN NIAT PERILAKU LAYANAN ONLINE TICKETING PADA PLATFORM PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI CINEMA 21 (M-TIX) DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebelumnya saya ucapkan terima kasih atas ketersediaan saudara/i untuk membantu saya melakukan penelitian dengan mengisi kuesioner berikut.

Perkenalkan nama saya Danny Indra Zakwansyah. Saya merupakan mahasiswa tingkat akhir di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penelitian kuesioner ini dibuat untuk penelitian terhadap LAYANAN ONLINE TICKETING PADA PLATFORM PENYEDIA TIKET FILM APLIKASI CINEMA 21 (M-TIX) . Kuesioner ini dibuat dengan tujuan mengumpulkan data responden untuk keperluan memenuhi tugas akhir. Skala ini bukanlah sebuah tes. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban bernilai benar sepanjang sesuai dengan keadaan, perasaan, dan pemikiran saudara sendiri tanpa pengaruh dari siapapun. Semua Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik. Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Danny Indra Zakwansyah

Bagian A

Nama:

Jenis Kelamin:

- Pria
- Wanita

Usia:

- 15-25
- 26-35
- 36-45
- > 55

Pekerjaan:

- Pelajar/Mahasiswa
- Usaha Swasta/Wiraswasta
- PNS/ABRI
- Ibu Rumah Tangga
- Pegawai Swasta
- Lainnya _____

Penghasilan Rata-Rata per bulan:

- < 1.500.000
- 1.500.000 s.d. 2.500.000
- 2.500.001 s.d. 3.500.000
- > 3.500.001



Apakah anda mengetahui aplikasi online ticketing?

- Ya
- Tidak

Apakah anda mengetahui aplikasi online ticketing M-Tix?

- Ya
- Tidak

Bagian B

Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda alami.

Pilihan jawaban merupakan tingkat seberapa setujuah anda dengan pernyataan yang diberikan

1.Sangat Tidak Setuju

2.Tidak Setuju

3.Netral

4.Setuju

5.Sangat Setuju

A. Performance Expectancy

| No | Pernyataan | Tanggapan | | | | |
|----|---|-----------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Saya merasa bahwa menggunakan e-ticket memberikan keuntungan bagi saya. | | | | | |
| 2 | Saya merasa bahwa penggunaan e-ticketing membantu saya menyelesaikan transaksi pembelian ticket dengan mudah. | | | | | |
| 3 | Saya merasa penggunaan e-ticketing dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bioskop | | | | | |

B. Effort Expectancy

| No | Pernyataan | Tanggapan | | | | |
|----|---|-----------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Saya merasa menggunakan e-ticketing(M-Tix) mudah | | | | | |
| 2 | Saya tidak perlu belajar untuk menggunakan aplikasi M-TiX | | | | | |
| 3 | Saya merasa dengan menggunakan e-ticketing dapat menjadikan transaksi lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu | | | | | |

C. Social Influence

| No | Pernyataan | Tanggapan | | | | |
|----|--|-----------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Saya menggunakan e-ticketing (M-Tix) karena teman | | | | | |
| 2 | Saya menggunakan e-ticketing (M-Tix) karena ada teman yang merekomendasikannya | | | | | |
| 3 | Saya menggunakan e-ticketing(M-TiX) karena mengikuti tren. | | | | | |

D. Facilitating Conditions

| No | Pernyataan | Tanggapan | | | | |
|----|---|-----------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Saya memiliki gawai yang dapat digunakan untuk menggunakan e-ticketing (M-TiX) | | | | | |
| 2 | Saya memiliki pengetahuan dalam menggunakan e-ticketing | | | | | |
| 3 | Saya merasa customer service e-ticketing (M-TiX) membantu dalam menggunakan e-ticketing | | | | | |

E. Niat Perilaku Penggunaan E-tiket

| No | Pernyataan | Tanggapan | | | | |
|----|---|-----------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Saya berencana menggunakan e-ticketing di waktu yang akan datang | | | | | |
| 2 | Saya akan terus menggunakan e-ticketing(M-Tix) | | | | | |
| 3 | Saya akan tetap menggunakan e-ticketing (M-TiX) dalam melakukan transaksi untuk di bioskop | | | | | |
| 4 | Transaksi yang disajikan oleh instansi tempat saya bekerja tergambar dengan jujur dalam laporan keuangan yang disajikan | | | | | |
| 5 | Informasi yang disajikan oleh instansi tempat saya bekerja bebas dari kesalahan yang bersifat material | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 6 | Informasi dalam laporan keuangan yang disajikan oleh instansi di tempat saya bekerja teruji kebenarannya | | | | | |
| 7 | Informasi dalam laporan keuangan yang disusun oleh instansi di tempat saya bekerja selalu dapat dibandingkan dengan laporan keuangan periode sebelumnya | | | | | |
| 8 | Informasi dalam laporan keuangan yang disusun oleh instansi di tempat saya bekerja telah jelas sehingga dapat dipahami oleh pengguna | | | | | |

Tabulasi Data Sampel Variabel:

| No. | Performance Expectancy | | |
|-----|------------------------|-----|-----|
| | 1.1 | 1.2 | 1.3 |
| 1. | 5 | 5 | 5 |
| 2. | 4 | 5 | 4 |
| 3. | 5 | 5 | 5 |
| 4. | 5 | 5 | 5 |
| 5. | 5 | 4 | 5 |
| 6. | 4 | 5 | 4 |
| 7. | 5 | 5 | 5 |
| 8. | 5 | 5 | 5 |
| 9. | 5 | 5 | 5 |
| 10. | 2 | 2 | 4 |
| 11. | 4 | 4 | 3 |
| 12. | 5 | 5 | 5 |
| 13. | 5 | 4 | 5 |
| 14. | 4 | 4 | 4 |
| 15. | 5 | 5 | 5 |
| 16. | 5 | 5 | 5 |
| 17. | 5 | 5 | 5 |
| 18. | 4 | 4 | 5 |
| 19. | 4 | 4 | 4 |
| 20. | 4 | 4 | 2 |
| 21. | 5 | 5 | 4 |
| 22. | 4 | 5 | 4 |
| 23. | 5 | 5 | 4 |
| 24. | 4 | 3 | 4 |
| 25. | 5 | 5 | 5 |
| 26. | 5 | 5 | 5 |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| 27. | 5 | 5 | 5 |
| 28. | 4 | 4 | 4 |
| 29. | 5 | 5 | 5 |
| 30. | 5 | 5 | 3 |
| 31. | 5 | 5 | 5 |
| 32. | 2 | 4 | 3 |
| 33. | 5 | 5 | 5 |
| 34. | 5 | 5 | 5 |
| 35. | 4 | 4 | 5 |
| 36. | 5 | 5 | 5 |
| 37. | 5 | 5 | 5 |
| 38. | 4 | 5 | 4 |
| 39. | 4 | 4 | 4 |
| 40. | 5 | 5 | 4 |
| 41. | 5 | 5 | 5 |
| 42. | 4 | 4 | 4 |
| 43. | 5 | 5 | 5 |
| 44. | 5 | 4 | 3 |
| 45. | 4 | 4 | 3 |
| 46. | 4 | 4 | 4 |
| 47. | 5 | 5 | 5 |
| 48. | 4 | 4 | 4 |
| 49. | 5 | 4 | 4 |
| 50. | 3 | 4 | 4 |
| 51. | 5 | 5 | 5 |
| 52. | 5 | 5 | 5 |
| 53. | 4 | 4 | 4 |
| 54. | 5 | 5 | 5 |
| 55. | 4 | 4 | 4 |
| 56. | 5 | 5 | 5 |
| 57. | 5 | 4 | 5 |
| 58. | 4 | 4 | 3 |
| 59. | 4 | 4 | 4 |
| 60. | 4 | 5 | 4 |
| 61. | 5 | 5 | 3 |
| 62. | 5 | 4 | 5 |
| 63. | 5 | 5 | 5 |
| 64. | 5 | 5 | 4 |
| 65. | 4 | 5 | 5 |
| 66. | 5 | 5 | 5 |
| 67. | 5 | 5 | 5 |
| 68. | 4 | 5 | 5 |
| 69. | 5 | 4 | 4 |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 70. | 4 | 4 | 5 |
| 71. | 5 | 5 | 4 |
| 72. | 4 | 4 | 3 |
| 73. | 5 | 5 | 4 |
| 74. | 5 | 5 | 5 |
| 75. | 5 | 4 | 5 |
| 76. | 5 | 5 | 5 |
| 77. | 5 | 5 | 5 |
| 78. | 1 | 1 | 2 |
| 79. | 5 | 5 | 4 |
| 80. | 4 | 5 | 5 |
| 81. | 5 | 5 | 3 |
| 82. | 4 | 2 | 5 |
| 83. | 4 | 5 | 4 |
| 84. | 4 | 4 | 5 |
| 85. | 5 | 5 | 5 |
| 86. | 3 | 5 | 3 |
| 87. | 4 | 5 | 5 |
| 88. | 5 | 5 | 3 |
| 89. | 4 | 4 | 4 |
| 90. | 4 | 4 | 4 |
| 91. | 5 | 5 | 3 |
| 92. | 5 | 5 | 5 |
| 93. | 4 | 4 | 4 |
| 94. | 3 | 3 | 3 |
| 95. | 5 | 4 | 4 |
| 96. | 5 | 5 | 5 |
| 97. | 5 | 5 | 5 |
| 98. | 4 | 5 | 4 |
| 99. | 5 | 4 | 5 |
| 100. | 5 | 5 | 5 |

| No. | Effort Expectancy | | |
|-----|-------------------|-----|-----|
| | 2.1 | 2.2 | 2.3 |
| 1. | 5 | 5 | 5 |
| 2. | 5 | 4 | 5 |
| 3. | 4 | 4 | 5 |
| 4. | 5 | 3 | 4 |
| 5. | 2 | 1 | 5 |
| 6. | 4 | 4 | 5 |
| 7. | 4 | 4 | 4 |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| 8. | 5 | 5 | 5 |
| 9. | 5 | 4 | 5 |
| 10. | 2 | 3 | 1 |
| 11. | 4 | 4 | 4 |
| 12. | 5 | 5 | 5 |
| 13. | 4 | 4 | 5 |
| 14. | 4 | 3 | 5 |
| 15. | 4 | 2 | 5 |
| 16. | 5 | 5 | 5 |
| 17. | 5 | 5 | 5 |
| 18. | 4 | 4 | 5 |
| 19. | 4 | 4 | 4 |
| 20. | 3 | 4 | 4 |
| 21. | 5 | 4 | 5 |
| 22. | 5 | 2 | 5 |
| 23. | 5 | 5 | 5 |
| 24. | 5 | 4 | 5 |
| 25. | 4 | 3 | 5 |
| 26. | 5 | 5 | 5 |
| 27. | 5 | 5 | 5 |
| 28. | 5 | 4 | 5 |
| 29. | 5 | 5 | 5 |
| 30. | 4 | 3 | 5 |
| 31. | 5 | 5 | 4 |
| 32. | 2 | 4 | 3 |
| 33. | 5 | 2 | 5 |
| 34. | 4 | 4 | 4 |
| 35. | 4 | 3 | 4 |
| 36. | 5 | 5 | 5 |
| 37. | 5 | 5 | 4 |
| 38. | 5 | 4 | 5 |
| 39. | 4 | 3 | 4 |
| 40. | 3 | 3 | 5 |
| 41. | 4 | 4 | 5 |
| 42. | 4 | 4 | 5 |
| 43. | 5 | 5 | 5 |
| 44. | 5 | 4 | 4 |
| 45. | 4 | 3 | 5 |
| 46. | 4 | 4 | 4 |
| 47. | 5 | 3 | 5 |
| 48. | 4 | 2 | 4 |
| 49. | 5 | 5 | 5 |
| 50. | 4 | 4 | 5 |

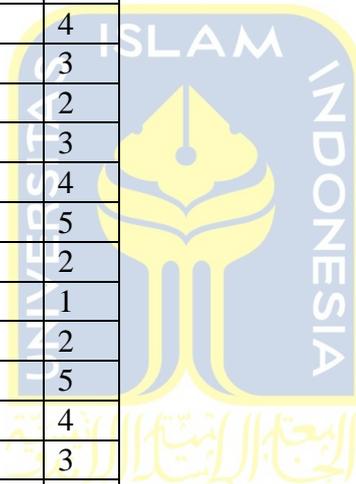


| | | | |
|-----|---|---|---|
| 51. | 5 | 2 | 5 |
| 52. | 5 | 5 | 4 |
| 53. | 3 | 3 | 3 |
| 54. | 5 | 5 | 5 |
| 55. | 5 | 5 | 5 |
| 56. | 4 | 4 | 4 |
| 57. | 5 | 5 | 4 |
| 58. | 4 | 5 | 4 |
| 59. | 3 | 3 | 4 |
| 60. | 5 | 5 | 5 |
| 61. | 3 | 3 | 5 |
| 62. | 5 | 3 | 5 |
| 63. | 5 | 5 | 5 |
| 64. | 5 | 5 | 5 |
| 65. | 5 | 4 | 5 |
| 66. | 5 | 5 | 5 |
| 67. | 4 | 3 | 5 |
| 68. | 5 | 5 | 4 |
| 69. | 3 | 4 | 5 |
| 70. | 3 | 3 | 5 |
| 71. | 4 | 4 | 5 |
| 72. | 3 | 2 | 5 |
| 73. | 5 | 4 | 5 |
| 74. | 5 | 5 | 5 |
| 75. | 3 | 3 | 4 |
| 76. | 5 | 5 | 5 |
| 77. | 4 | 4 | 5 |
| 78. | 4 | 3 | 5 |
| 79. | 5 | 5 | 3 |
| 80. | 4 | 3 | 4 |
| 81. | 4 | 4 | 5 |
| 82. | 4 | 5 | 5 |
| 83. | 4 | 3 | 5 |
| 84. | 4 | 3 | 4 |
| 85. | 4 | 5 | 5 |
| 86. | 4 | 4 | 5 |
| 87. | 5 | 5 | 5 |
| 88. | 4 | 4 | 5 |
| 89. | 3 | 4 | 4 |
| 90. | 4 | 4 | 4 |
| 91. | 5 | 5 | 5 |
| 92. | 5 | 5 | 5 |
| 93. | 5 | 5 | 5 |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 94. | 3 | 3 | 3 |
| 95. | 4 | 3 | 5 |
| 96. | 5 | 5 | 5 |
| 97. | 5 | 5 | 5 |
| 98. | 4 | 5 | 5 |
| 99. | 4 | 5 | 4 |
| 100. | 5 | 5 | 5 |

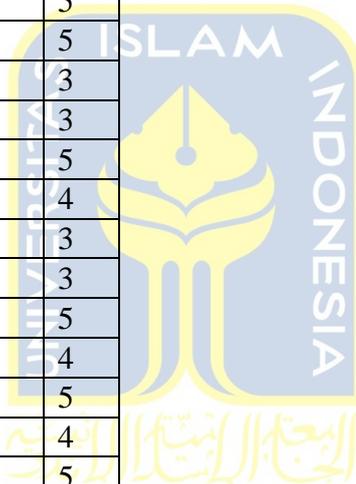
| No. | Social Influence | | |
|-----|------------------|-----|-----|
| | 3.1 | 3.2 | 3.3 |
| 1. | 5 | 5 | 5 |
| 2. | 5 | 5 | 5 |
| 3. | 4 | 4 | 4 |
| 4. | 3 | 4 | 3 |
| 5. | 4 | 5 | 2 |
| 6. | 3 | 2 | 3 |
| 7. | 5 | 4 | 4 |
| 8. | 5 | 5 | 5 |
| 9. | 3 | 3 | 2 |
| 10. | 1 | 1 | 1 |
| 11. | 3 | 5 | 2 |
| 12. | 5 | 5 | 5 |
| 13. | 4 | 4 | 4 |
| 14. | 5 | 4 | 3 |
| 15. | 2 | 2 | 4 |
| 16. | 3 | 5 | 5 |
| 17. | 1 | 1 | 5 |
| 18. | 4 | 4 | 4 |
| 19. | 3 | 3 | 2 |
| 20. | 4 | 5 | 1 |
| 21. | 3 | 3 | 5 |
| 22. | 3 | 2 | 2 |
| 23. | 4 | 4 | 4 |
| 24. | 1 | 5 | 5 |
| 25. | 4 | 4 | 3 |
| 26. | 5 | 5 | 5 |
| 27. | 2 | 2 | 2 |
| 28. | 4 | 4 | 2 |
| 29. | 4 | 4 | 3 |
| 30. | 2 | 2 | 4 |



| | | | |
|-----|---|---|---|
| 31. | 2 | 2 | 4 |
| 32. | 2 | 3 | 4 |
| 33. | 5 | 5 | 5 |
| 34. | 2 | 2 | 2 |
| 35. | 3 | 3 | 3 |
| 36. | 2 | 2 | 4 |
| 37. | 2 | 2 | 2 |
| 38. | 3 | 3 | 4 |
| 39. | 4 | 4 | 3 |
| 40. | 2 | 2 | 2 |
| 41. | 4 | 3 | 4 |
| 42. | 3 | 3 | 3 |
| 43. | 4 | 4 | 5 |
| 44. | 2 | 2 | 2 |
| 45. | 3 | 3 | 2 |
| 46. | 2 | 2 | 2 |
| 47. | 3 | 3 | 3 |
| 48. | 3 | 2 | 2 |
| 49. | 3 | 2 | 5 |
| 50. | 2 | 2 | 1 |
| 51. | 1 | 1 | 5 |
| 52. | 2 | 3 | 1 |
| 53. | 4 | 4 | 2 |
| 54. | 5 | 5 | 5 |
| 55. | 2 | 2 | 2 |
| 56. | 2 | 2 | 2 |
| 57. | 3 | 5 | 3 |
| 58. | 4 | 4 | 4 |
| 59. | 2 | 1 | 1 |
| 60. | 4 | 4 | 4 |
| 61. | 1 | 2 | 2 |
| 62. | 4 | 3 | 5 |
| 63. | 3 | 3 | 1 |
| 64. | 1 | 3 | 1 |
| 65. | 5 | 5 | 4 |
| 66. | 2 | 2 | 2 |
| 67. | 2 | 2 | 5 |
| 68. | 4 | 5 | 3 |
| 69. | 4 | 4 | 2 |
| 70. | 4 | 4 | 5 |
| 71. | 3 | 4 | 4 |
| 72. | 2 | 2 | 3 |
| 73. | 4 | 5 | 5 |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 74. | 4 | 4 | 4 |
| 75. | 3 | 4 | 2 |
| 76. | 4 | 4 | 4 |
| 77. | 2 | 2 | 1 |
| 78. | 4 | 4 | 1 |
| 79. | 5 | 5 | 4 |
| 80. | 2 | 2 | 3 |
| 81. | 5 | 5 | 2 |
| 82. | 2 | 1 | 2 |
| 83. | 4 | 4 | 3 |
| 84. | 4 | 4 | 4 |
| 85. | 3 | 3 | 4 |
| 86. | 2 | 2 | 2 |
| 87. | 3 | 3 | 3 |
| 88. | 4 | 2 | 5 |
| 89. | 2 | 4 | 5 |
| 90. | 5 | 3 | 3 |
| 91. | 3 | 4 | 3 |
| 92. | 5 | 5 | 5 |
| 93. | 3 | 3 | 4 |
| 94. | 3 | 3 | 3 |
| 95. | 3 | 3 | 3 |
| 96. | 5 | 5 | 5 |
| 97. | 5 | 4 | 4 |
| 98. | 5 | 5 | 5 |
| 99. | 5 | 5 | 4 |
| 100. | 5 | 5 | 5 |



| No. | Facilitating Condition | | |
|-----|------------------------|-----|-----|
| | 4.1 | 4.2 | 4.3 |
| 1. | 5 | 5 | 5 |
| 2. | 5 | 4 | 4 |
| 3. | 4 | 5 | 4 |
| 4. | 4 | 4 | 4 |
| 5. | 5 | 5 | 3 |
| 6. | 5 | 4 | 4 |
| 7. | 4 | 4 | 5 |
| 8. | 5 | 5 | 5 |
| 9. | 3 | 5 | 3 |
| 10. | 5 | 4 | 3 |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| 11. | 5 | 4 | 3 |
| 12. | 5 | 4 | 5 |
| 13. | 4 | 4 | 4 |
| 14. | 5 | 4 | 4 |
| 15. | 4 | 4 | 3 |
| 16. | 4 | 5 | 4 |
| 17. | 5 | 5 | 5 |
| 18. | 4 | 5 | 4 |
| 19. | 3 | 3 | 3 |
| 20. | 4 | 2 | 2 |
| 21. | 4 | 4 | 5 |
| 22. | 4 | 5 | 3 |
| 23. | 5 | 5 | 4 |
| 24. | 5 | 4 | 5 |
| 25. | 3 | 3 | 4 |
| 26. | 5 | 5 | 5 |
| 27. | 5 | 5 | 5 |
| 28. | 4 | 4 | 4 |
| 29. | 3 | 4 | 4 |
| 30. | 4 | 4 | 3 |
| 31. | 5 | 5 | 4 |
| 32. | 2 | 4 | 3 |
| 33. | 5 | 5 | 5 |
| 34. | 5 | 4 | 5 |
| 35. | 5 | 4 | 4 |
| 36. | 5 | 4 | 3 |
| 37. | 4 | 5 | 4 |
| 38. | 3 | 4 | 5 |
| 39. | 4 | 3 | 4 |
| 40. | 3 | 3 | 3 |
| 41. | 4 | 4 | 3 |
| 42. | 3 | 4 | 4 |
| 43. | 5 | 5 | 5 |
| 44. | 5 | 5 | 3 |
| 45. | 4 | 4 | 3 |
| 46. | 3 | 3 | 4 |
| 47. | 5 | 5 | 5 |
| 48. | 4 | 4 | 3 |
| 49. | 5 | 5 | 4 |
| 50. | 3 | 3 | 3 |
| 51. | 5 | 5 | 5 |
| 52. | 5 | 5 | 3 |
| 53. | 2 | 2 | 3 |



| | | | |
|-----|---|---|---|
| 54. | 5 | 3 | 4 |
| 55. | 5 | 5 | 3 |
| 56. | 5 | 5 | 4 |
| 57. | 3 | 5 | 5 |
| 58. | 4 | 3 | 4 |
| 59. | 5 | 3 | 3 |
| 60. | 5 | 5 | 5 |
| 61. | 3 | 5 | 3 |
| 62. | 5 | 5 | 5 |
| 63. | 5 | 5 | 5 |
| 64. | 4 | 3 | 5 |
| 65. | 5 | 4 | 5 |
| 66. | 2 | 5 | 5 |
| 67. | 5 | 4 | 3 |
| 68. | 4 | 5 | 4 |
| 69. | 5 | 5 | 4 |
| 70. | 5 | 4 | 3 |
| 71. | 4 | 4 | 4 |
| 72. | 5 | 4 | 3 |
| 73. | 5 | 5 | 4 |
| 74. | 5 | 5 | 5 |
| 75. | 1 | 4 | 4 |
| 76. | 5 | 5 | 5 |
| 77. | 5 | 5 | 5 |
| 78. | 4 | 5 | 4 |
| 79. | 5 | 5 | 4 |
| 80. | 3 | 5 | 4 |
| 81. | 3 | 3 | 3 |
| 82. | 1 | 5 | 3 |
| 83. | 5 | 4 | 3 |
| 84. | 4 | 4 | 5 |
| 85. | 3 | 3 | 3 |
| 86. | 5 | 5 | 3 |
| 87. | 5 | 5 | 5 |
| 88. | 5 | 4 | 4 |
| 89. | 5 | 4 | 5 |
| 90. | 4 | 4 | 4 |
| 91. | 5 | 5 | 3 |
| 92. | 5 | 5 | 5 |
| 93. | 5 | 4 | 3 |
| 94. | 3 | 3 | 3 |
| 95. | 3 | 4 | 4 |
| 96. | 5 | 5 | 5 |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 97. | 5 | 5 | 4 |
| 98. | 4 | 3 | 3 |
| 99. | 4 | 5 | 4 |
| 100. | 5 | 5 | 5 |

| No. | Niat Perilaku Penggunaan | | |
|-----|--------------------------|------|------|
| | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 |
| 1. | 5 | 5 | 5 |
| 2. | 5 | 5 | 5 |
| 3. | 4 | 4 | 4 |
| 4. | 4 | 5 | 4 |
| 5. | 4 | 3 | 3 |
| 6. | 4 | 3 | 3 |
| 7. | 4 | 5 | 4 |
| 8. | 5 | 5 | 5 |
| 9. | 5 | 5 | 5 |
| 10. | 1 | 1 | 1 |
| 11. | 5 | 2 | 2 |
| 12. | 5 | 5 | 5 |
| 13. | 5 | 5 | 5 |
| 14. | 4 | 3 | 3 |
| 15. | 5 | 5 | 5 |
| 16. | 4 | 4 | 4 |
| 17. | 5 | 5 | 5 |
| 18. | 4 | 4 | 5 |
| 19. | 3 | 3 | 3 |
| 20. | 2 | 2 | 2 |
| 21. | 4 | 4 | 4 |
| 22. | 4 | 4 | 4 |
| 23. | 5 | 4 | 4 |
| 24. | 4 | 4 | 4 |
| 25. | 3 | 5 | 5 |
| 26. | 5 | 5 | 5 |
| 27. | 5 | 4 | 5 |
| 28. | 4 | 4 | 4 |
| 29. | 4 | 4 | 4 |
| 30. | 4 | 5 | 5 |
| 31. | 4 | 4 | 5 |
| 32. | 3 | 4 | 2 |
| 33. | 5 | 5 | 5 |
| 34. | 5 | 5 | 5 |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| 35. | 5 | 4 | 4 |
| 36. | 5 | 5 | 5 |
| 37. | 4 | 2 | 5 |
| 38. | 5 | 4 | 4 |
| 39. | 4 | 4 | 4 |
| 40. | 2 | 2 | 2 |
| 41. | 5 | 4 | 4 |
| 42. | 4 | 4 | 4 |
| 43. | 5 | 5 | 5 |
| 44. | 5 | 4 | 4 |
| 45. | 3 | 3 | 3 |
| 46. | 4 | 4 | 4 |
| 47. | 3 | 3 | 3 |
| 48. | 4 | 3 | 4 |
| 49. | 5 | 5 | 5 |
| 50. | 5 | 4 | 3 |
| 51. | 5 | 5 | 5 |
| 52. | 5 | 5 | 4 |
| 53. | 5 | 4 | 3 |
| 54. | 4 | 4 | 4 |
| 55. | 5 | 5 | 5 |
| 56. | 4 | 4 | 4 |
| 57. | 5 | 5 | 5 |
| 58. | 4 | 3 | 4 |
| 59. | 4 | 3 | 4 |
| 60. | 4 | 5 | 4 |
| 61. | 5 | 3 | 3 |
| 62. | 5 | 4 | 4 |
| 63. | 5 | 5 | 5 |
| 64. | 5 | 4 | 4 |
| 65. | 5 | 4 | 5 |
| 66. | 5 | 5 | 5 |
| 67. | 5 | 5 | 5 |
| 68. | 3 | 3 | 3 |
| 69. | 4 | 4 | 4 |
| 70. | 5 | 5 | 4 |
| 71. | 5 | 4 | 4 |
| 72. | 5 | 4 | 3 |
| 73. | 3 | 5 | 5 |
| 74. | 4 | 2 | 4 |
| 75. | 4 | 3 | 4 |
| 76. | 5 | 3 | 3 |
| 77. | 5 | 4 | 4 |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 78. | 5 | 4 | 4 |
| 79. | 5 | 5 | 5 |
| 80. | 4 | 4 | 5 |
| 81. | 5 | 5 | 5 |
| 82. | 2 | 3 | 5 |
| 83. | 4 | 3 | 4 |
| 84. | 4 | 4 | 4 |
| 85. | 4 | 3 | 3 |
| 86. | 4 | 4 | 3 |
| 87. | 5 | 5 | 5 |
| 88. | 5 | 5 | 4 |
| 89. | 5 | 3 | 5 |
| 90. | 4 | 4 | 4 |
| 91. | 5 | 5 | 5 |
| 92. | 5 | 5 | 5 |
| 93. | 5 | 4 | 5 |
| 94. | 3 | 3 | 3 |
| 95. | 5 | 4 | 3 |
| 96. | 5 | 5 | 5 |
| 97. | 5 | 4 | 5 |
| 98. | 3 | 5 | 4 |
| 99. | 4 | 5 | 5 |
| 100. | 5 | 5 | 5 |



Uji Validitas

Correlations

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | Performance_Expectancy |
|------------------------|---------------------|--------|--------|--------|------------------------|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .677** | .516** | .880** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .677** | 1 | .386** | .823** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .516** | .386** | 1 | .779** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Performance_Expectancy | Pearson Correlation | .880** | .823** | .779** | 1 |

| | | | | | |
|--|-----------------|------|------|------|-----|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | Effort_Expectancy |
|-------------------|---------------------|--------|--------|--------|-------------------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .536** | .435** | .860** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .536** | 1 | .129 | .798** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .202 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .435** | .129 | 1 | .609** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .202 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Effort_Expectancy | Pearson Correlation | .860** | .798** | .609** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | Social_Influence |
|------------------|---------------------|--------|--------|--------|------------------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .777** | .400** | .873** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .777** | 1 | .378** | .865** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .400** | .378** | 1 | .733** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Social_Influence | Pearson Correlation | .873** | .865** | .733** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | | X4.1 | X4.2 | X4.3 | Facilitating_Conditions |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|--------|-------------------------|
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | .348** | .259** | .760** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .009 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4.2 | Pearson Correlation | .348** | 1 | .371** | .746** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4.3 | Pearson Correlation | .259** | .371** | 1 | .716** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Facilitating_Conditions | Pearson Correlation | .760** | .746** | .716** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

| | | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Niat Perilaku _Penggunaan |
|------------------------------|---------------------|--------|--------|--------|------------------------------|
| Y1.1 | Pearson Correlation | 1 | .565** | .523** | .804** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y1.2 | Pearson Correlation | .565** | 1 | .705** | .891** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y1.3 | Pearson Correlation | .523** | .705** | 1 | .872** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Niat Perilaku _Penggunaan | Pearson Correlation | .804** | .891** | .872** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Variabel Performance Expectancy

| Reliability Statistics | | |
|-------------------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .766 | .769 | 3 |

Variabel Effort Expectancy

| Reliability Statistics | | |
|-------------------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .627 | .634 | 3 |

Variabel Social Influence

| Reliability Statistics | | |
|-------------------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .758 | .763 | 3 |

Variabel Facilitiating Condition

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .603 | .607 | 3 |

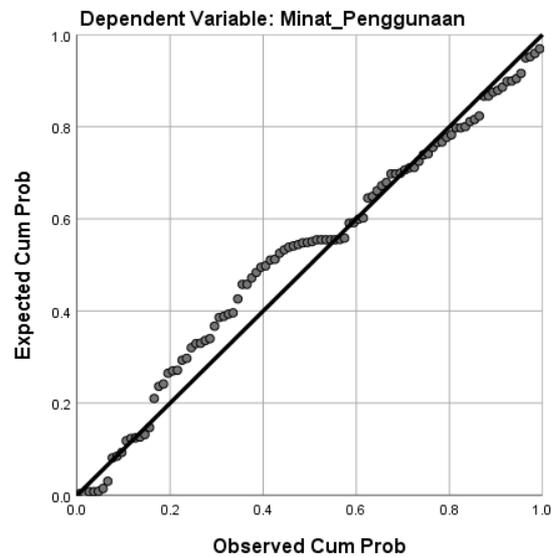
Variabel Niat Perilaku Penggunaan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .818 | .817 | 3 |

Uji Analisis Data
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



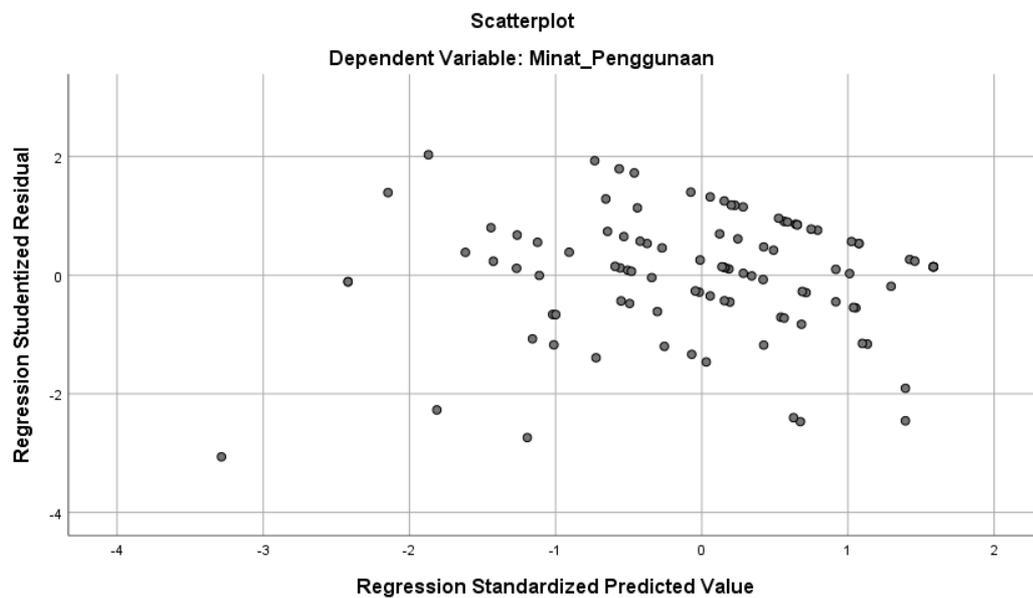
Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | .873 | 1.612 | | .541 | .589 |
| | Performance_Expectancy | .246 | .118 | .202 | 2.095 | .039 |
| | Effort_Expectancy | .366 | .125 | .297 | 2.931 | .003 |
| | Social_Influence | .088 | .065 | .118 | 1.360 | .177 |
| | Facilitating_Conditions | .224 | .116 | .187 | 1.941 | .055 |

a. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan



Uji Heterokedastisitas

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .606 ^a | .368 | .341 | 1.854 |

- a. Predictors: (Constant), Facilitating_Conditions, Social_Influence, Performance_Expectancy, Effort_Expectancy
- b. Dependent Variable: Niat Perilaku _Penggunaan

