

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMANFAATAN GO-FOOD (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA UII)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Rachmawati Setyaningsih
No. Mahasiswa : 14312274

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMANFAATAN GO-FOOD (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UII)**

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Rachmawati Setyaningsih

No. Mahasiswa : 14312274

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 10 April 2018

Penulis.



(Rachmawati Setyaningsih)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMANFAATAN GO-FOOD (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UII)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

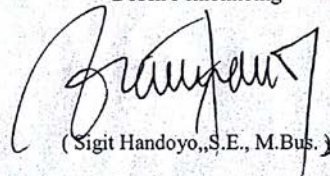
Nama : Rachmawati Setyaningsih

No. Mahasiswa : 14312274

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal *4 April 2018*

Dosen Pembimbing


(Sigit Handoyo, S.E., M.Bus.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMANFAATAN GO-FOOD
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UII)**

Disusun Oleh : **RACHMAWATI SETYANINGSIH**

Nomor Mahasiswa : **14312274**

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

Pada hari Selasa, tanggal: 15 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Handoyo, SE., M.Bus

Penguji : Hendi Yogi Prabowo, SE, M.For.Accy., Ph.D.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Unjersitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua saya **Bapak Giyarto** dan **Ibu Minem** yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

“Mimpi haruslah menyala dengan apapun yang kita miliki, meskipun itu retak-retak, meskipun itu tidak sempurna”

- Iwan Setyawan, *9 Summers 10 Autumns* -

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Selain itu keberhasilan saya dalam menyusun penelitian ini didukung oleh berbagai pihak di lingkungan saya, oleh sebab itu tak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Keluarga saya, yaitu kedua orang tua saya, bapak dan ibu serta adik saya yang sangat saya sayangi, yang senantiasa mendukung dan memotivasi saya. Mereka adalah alasan terbesar saya untuk bisa secepatnya menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Sigit Handoyo,,S.E., M.Bus. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini.
3. Bapak Nandang Sutrisno, SH., M. Hum., LL.M., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S. Si., M.Com(IS)., Ph. D. selaku ketua Program Studi Akuntansi.

6. Ajeng dan Kiky yang kebersamai saya dari ujian komprehensif hingga skripsi.
7. Tm, Dhina dan Khusnul yang sering saya repotkan dengan pertanyaan seputar olah data dan SPSS.
8. Hilda Indriani Gea (Teknik Informatika, 2014) dan Khasan Mahbub (Psikologi, 2014) yang mau mendengarkan keluhan saya dari sore sampai jam 3 pagi waktu judul masih ditolak. :D
9. The Chainsmokers, The Script, Phoebe Ryan, Imagine dragons, terimakasih atas lagu-lagunya yang sering menemani saya dalam proses menulis.
10. Dan seluruh pihak lainnya yang memberikan dorongan semangat kepada saya. Terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 10 April 2018
Penulis,

(Rachmawati Setyaningsih)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori.....	9

2.1.1 Teori Perilaku yang Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	9
2.1.2 Model Penerimaan Teknologi (<i>Technology Acceptance Model</i>)	11
2.1.3 PerilakuKonsumen	14
2.1.4 Go-Jek	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food	25
2.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food	27
2.3.3 Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food	29
2.3.4 Pengaruh KegunaanTerhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food	30
2.3.5 Pengaruh Kemudahan PenggunaanTerhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food	31
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Populasi dan Sampel	34
3.1.1 Populasi	34
3.1.2 Sampel.....	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.3 Variabel Penelitian	38

3.3.1 Variabel Dependen.....	38
3.3.2 Variabel Independen	38
3.4 Metode Analisis Data	44
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Reliabilitas	45
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
3.4.5 Uji t-statistik	48
3.4.6 Uji t-statistik	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Penentuan Sampel Penelitian	52
4.2 Hasil Pengumpulan Data	53
4.3 Deskripsi Responden	54
4.3.1 Fakultas	54
4.3.2 Jurusan	55
4.3.3 Umur	57
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.4.1 Validitas	60
4.4.2 Reliabilitas	63
4.5 Uji Asumsi Klasik	66
4.5.1 Uji Normalitas.....	66
4.5.2 Uji Multikolinearitas	67
4.5.3 Uji Autokorelasi.....	68

4.5.4 Uji Heterokedastisitas	69
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	73
4.7 Uji T-Statistik	74
4.8 Uji F-Statistik	75
4.9 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Pengumpulan Data	53
4.2 Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Fakultas.....	54
4.3 Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Jurusan	56
4.4 Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Umur	58
4.5 Penafsiran Tingkat Reliabilitas	59
4.6 Hasil Uji Validitas	60
4.7 Analisis Hasil Uji Validitas	51
4.8 Hasil Uji Reliabilitas X1	63
4.9 Hasil Uji Reliabilitas X2	64
4.10 Hasil Uji Reliabilitas X3	64
4.11 Hasil Uji Reliabilitas X4	65
4.12 Hasil Uji Reliabilitas X5	65
4.13 Hasil Uji Normalitas	67
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	68
4.15 Hasil Uji Autokorelasi	69
4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Park	71
4.17 Hasil Uji Regresi	72
4.18 Hasil Koefisien Determinasi	73
4.19 Hasil Uji T-Statistik	74
4.19 Hasil Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

2.1 Bagan <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.2 Bagan <i>Technology Acceptance Model</i>	14
2.3 Macam-macam Pelayanan Aplikasi Go-Jek.....	18
2.4 Kerangka Pemikiran	33
4.1 Rumus Korelasi <i>Product Moment Pearson Correlation</i>	58
4.2 Rumus <i>cronbach alpha</i>	59
4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Diagram Scatterplots	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	89
Lampiran 2 : Data Kuesioner	93
Lampiran 3 : Transformasi Data Kuesioner	98
Lampiran 4 : Transformasi Data Kuesioner untuk Uji Park.....	103
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas	108
Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas	109
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik	111
Lampiran 8 : Hasil Regresi.....	113

ABSTRACT

This research was done by the background of the beginning the use of messaging services between food messaging service or so-called Go-Food. The object of this research is students of Islamic University of Indonesia. With qualitative research methods in the form of distributing questionnaires to 185 UII active students from various faculties and departments. This research uses random sampling technique in determining the sample. This research aims to examine the factors that influence the utilization of Go-Food among UII students. By determining the five independent variables that influence the utilization of Go-Food services, the independent variables in this research are attitude, subjective norm, perception behavioral control, usability and ease of use. Then obtained the result that the variable of attitude of usage and subjective norm have significant effect to the utilization of Go-Food, for the other three variables, which is the perception behavioral control, usability and ease of use is not significant.

Keywords : The use of Go-Food, TAM, TPB

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan dilatarbelakangi oleh mulai merebaknya penggunaan layanan pesan antar makanan melalui ojek *online* atau biasa disebut Go-Food. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Dengan metode penelitian kualitatif berupa penyebaran kuesioner ke 185 orang mahasiswa-mahasiswi aktif UII dari berbagai fakultas dan jurusan. Penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dalam menentukan sampel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan Go-Food di kalangan mahasiswa UII. Dengan menentukan lima variabel independen yang mempengaruhi pemanfaatan layanan Go-Food, variabel-variabel independen dalam penelitian ini berupa sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan serta kemudahan penggunaan. Kemudian diperoleh hasil bahwa variabel sikap penggunaan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan Go-Food, untuk ketiga variabel lainnya yaitu kontrol perilaku persepsian, kegunaan serta kemudahan penggunaan tidak signifikan.

Kata kunci : Pemanfaatan Go-Food, TAM, TPB

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi amat sangat pesat, kemajuan IPTEK mendorong seseorang untuk selalu kreatif dan berinovasi dalam berbisnis. Menurut Onggo (2007) ada tiga (3) hal yang populer dilakukan oleh siapa saja yang terhubung ke internet, yaitu : 1) saling berkomunikasi menggunakan perangkat komunikasi internet, baik melalui *voice messenger* maupun lewat *e-mail*; 2) berselancar dari web ke web lain; 3) mencari informasi lewat situs pencari. Dari aktivitas yang biasanya dilakukan yang kedua dan yang ketiga menurut Onggo (2007) yang berpengaruh terhadap kegiatan konsumen juga dengan adanya produsen yang mnyediakannya. Mulai dari kegiatan jual beli barang yang saat ini bisa dilakukan dengan mudahnya melalui internet yang biasa disebut *online shopping*, sudah banyak pula generasi muda yang terjun ke dunia bisnis melalui *online shopping* ini. Penggunaan *online shopping* untuk saat ini tidak hanya melalui situs *website* seperti sebelum-sebelumnya, saat ini orang berbelanja bisa melalui media sosial seperti instagram dan juga aplikasi yang bisa di *download* melalui *smartphone*. Dengan meningkatnya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, bisa dikatakan bisnis secara *online* untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup.

Memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam menumbuh kembangkan usaha bisnis *online* seseorang. Karena menurut Anthony dan Govindarajan (2016), ada lima hal yang perlu diperhatikan pemilik bisnis saat menjalankan bisnisnya, lima hal ini disebut analisis industri yang diperkenalkan oleh Porter yaitu : ancaman pesaing lama, daya tawar konsumen, daya tawar pemasok, ancaman barang pengganti, dan ancaman pendatang baru.

Selain pihak pebisnis yang dimudahkan dengan perkembangan teknologi, tentunya konsumen lah yang paling di mudahkan dalam melakukan kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen menjadi lebih “doyan” belanja ataupun melakukan transaksi. Tidak hanya dalam bidang penjualan barang, jasa pun saat ini sudah bisa di pesan secara *online*, sebagai contoh ojek *online* seperti Go-Jek. Dengan melalui Go-Jek seseorang bisa menggunakan jasa seseorang untuk transportasi dengan menggunakan motor ataupun mobil, memesan makanan, mengirim barang, jasa angkut dan yang lainnya yang saat ini tengah dikembangkan oleh Go-Jek. Menurut Fandy Tjiptono (2011) mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan pada konteks lingkungan *online* dan *offline* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada jasa yang dipilih secara *online* sama dengan jasa yang dipilih secara *offline*, namun loyalitas pada penyedia jasa lebih tinggi pada jasa yang dipilih secara *online* dibandingkan yang *offline*. Loyalitas dan kepuasan memiliki hubungan timbal balik yang saling memperkuat secara positif satu sama lain.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yaitu melalui *electronic commerce*. Keberadaan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi pihak penjual maupun dari pihak pembeli di dalam melakukan transaksi jual beli, meskipun kedua pihak yang terlibat tidak bertatap muka secara langsung. Menurut Oetama, Wibowo, Hartono, dan Prakoso, (2007) penyerapan teknologi komputer dan internet secara besar-besaran, dimana perusahaan yang bertransformasi telah memulai dengan melakukan investasi besar-besaran peralatan teknologi komputer dan internet, baik perangkat keras maupun lunaknya.

Pemanfaatan teknologi informasi secara besar-besaran dapat dimaklumi. Alasannya karena teknologi informasi, khususnya jaringan komputer dan internet, dapat digunakan untuk mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar. Kelimanya adalah penurunan biaya, diferensiasi, inovasi, mendorong pertumbuhan, dan membangun aliansi (O'Brien, 2004).

Pada bisnis jasa transportasi darat di Indonesia, Go-Jek adalah salah satu dari perusahaan jasa yang sukses dengan layanan berbasis *mobile* dalam operasionalnya. Go-Jek sebagai perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi darat telah memanfaatkan sarana *e-commerce* di dalam memasarkan jasa yang dihasilkan perusahaannya. Sarana *e-commerce* tersebut di dalam perusahaannya dimanfaatkan sebagai upaya untuk mendukung

strategi yang diterapkan dalam perusahaan guna memenangkan kompetisi di bidang usaha yang saat ini dilakukan oleh perusahaan.

Go-Jek saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat termasuk mahasiswa. Go-Jek memberikan kemudahan dalam mobilisasi dan dalam memesan makanan. Sistem pembayaran yang mudah dan pelayanan yang cepat menjadikan Go-Jek semakin berkembang pesat di kalangan mahasiswa. Biasanya mahasiswa lebih banyak menggunakan fitur Go-Food dalam aplikasi Go-Jek yang berguna untuk memesan makanan. Keadaan yang tidak memungkinkan untuk keluar dari rumah untuk membeli makanan memaksa mereka untuk memesan makanan melalui Go-Food.

Penggunaan fitur Go-Food dalam Go-Jek adalah yang paling sering dimanfaatkan oleh para mahasiswa. Biasanya mahasiswa dan kalangan masyarakat memesan makanan melalui Go-Food disebabkan oleh cuaca yang kadang tidak mendukung untuk membeli sendiri makanan di luar rumah, bisa disebabkan oleh hujan ataupun panas yang tidak wajar. Namun, tak jarang juga mahasiswa terlalu bergantung dengan adanya kemudahan dari Go-Food ini, mahasiswa menjadi pemalas bahkan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri. Hal-hal seperti ini yang biasanya disebut oleh *bad impact* dari kemudahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi. Memang saat ini Go-Jek tengah gencarn-gencarnya banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia, khususnya Yogyakarta. Namun, sebagai seorang mahasiswa seharusnya lebih bijak dalam penggunaan Go-Jek ini. Apabila memang tidak mendesak ada baiknya keperluan yang bisa dipenuhi

sendiri dilakukan. Hal ini akan lebih mengurangi tingkat kemalasan seseorang, apabila tidak dipaksa akan menjadi suatu kebiasaan yang sulit dihilangkan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti lebih lanjut pengaruh penerimaan teknologi dan niat seseorang dalam mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan aplikasi Go-Jek untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan dua teori yakni *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi dan juga *Theory Planned of Behavior* (TPB) atau teori perilaku yang direncanakan yang akan menjadi dasar pada penelitian ini. Pada penelitian ini akan mencari tahu mengenai pengaruh dari faktor sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, kemudahan penggunaan terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan fitur Go-Food pada aplikasi Go-Jek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah sikap penggunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food?
3. Apakah kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food?
4. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food?

5. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat ditentukan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apakah sikap penggunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food
2. Mengetahui apakah norma subjektif berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food
3. Mengetahui apakah kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food
4. Mengetahui apakah kegunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food
5. Mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Pisnis

Melalui penelitian ini diharapkan bagi perusahaan yang bersangkutan (Go-Food), hasil penelitian ini dapat menambah wacana tentang analisa perilaku konsumen dalam menyusun strategi pemasaran yang berhubungan dengan perilaku konsumen dan kemudahan teknologi yang

mendukung sehingga dapat meningkatkan keputusan pemanfaatan Go-Food di Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti agar dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang di peroleh dalam perkuliahan dengan yang terjadi dalam kehidupan nyata manusia sehari-hari. Serta dapat mengimplementasikan kemampuan peneliti dalam pengetahuannya mengenai objek yang akan dibahas pada penelitian ini. Kemudian, hasil dari penelitian ini nantinya akan menjadi pengetahuan tambahan bagi peneliti mengenai bagaimana dampak kemunculan Go-Food bagi perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab kajian teori berisi uraian tentang teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisi mengenai populasi dan sampel, jenis dan sumber data, hipotesis penelitian, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis data dan pembahasan berisi penentuan sampel penelitian, hasil pengumpulan data, deskripsi responden, hasil pengujian data, hasil uji hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

Pada bab ini akan membahas tentang teori yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini didukung oleh dua teori yakni *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kemudian, variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, serta kemudahan penggunaan yang akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan Go-Food. Selain itu, dalam bab ini penulis juga akan membahas mengenai penelitian terdahulu, hipotesis penelitian serta kerangka pemikiran.

2.1 Landasan Teori

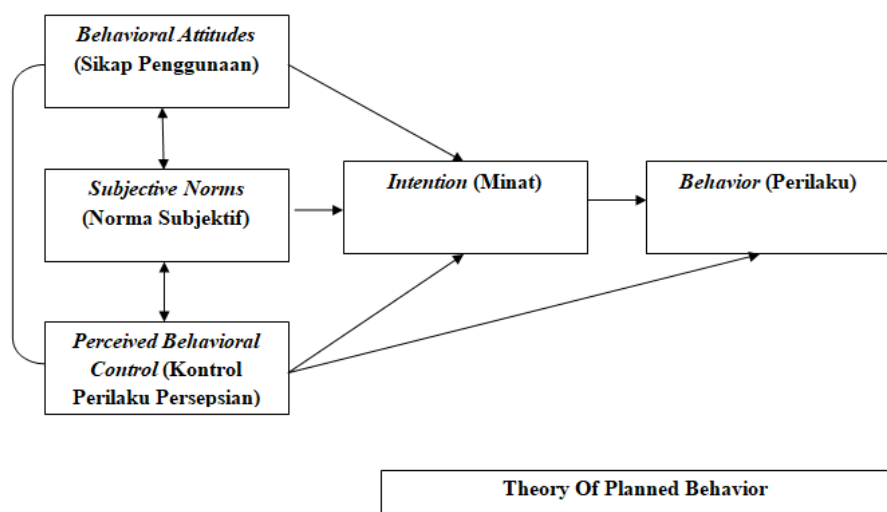
2.1.1 Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

Beberapa teori yang ada di dalam dunia akademis di buat untuk menyempurnakan atau membenarkan teori sebelumnya. Termasuk juga *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan teori penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB menambahkan beberapa hal yang sebelumnya belum ada dalam TRA. Konstruk ini ditambahkan dalam TPB untuk meneliti perilaku manusia yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dari keterbasan kekurangan sumber daya yang dilakukan

untuk melakukan perilakunya. Konstruk yang ditambahkan berupa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*).

Berdasarkan Ajzen (2006), mengenai teori perilaku yang direncanakan, perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga jenis pertimbangan kepercayaan mengenai hasil atau akibat yang biasanya terjadi akibat perilaku dan evaluasi dari akibat (kepercayaan perilaku), kepercayaan mengenai ekspektasi normatif yang lainnya dan motivasi untuk memenuhi ekspektasi tersebut (kepercayaan normatif), dan kepercayaan mengenai kehadiran berbagai faktor yang mungkin memfasilitasi atau mempengaruhi pelaksanaan dari perilaku dan persepsi kekuatan dari faktor-faktor ini (kontrol persepsian). Dibawah ini merupakan bagan teori perilaku yang direncanakan menurut Ajzen (*The Theory Of Planned Behavior*, 1991) :

Gambar 2.1



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa sikap penggunaan, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Ada variabel intervening berupa minat (*intention*) yang bisa menjembatani variabel-variabel independen ke perilaku seseorang.

2.1.2 Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat, hampir setiap hari penemuan di bidang teknologi terjadi. Penemuan di teknologi terjadi di hampir semua aspek kehidupan manusia, mulai dari pendidikan, kesehatan hingga transportasi. Penemuan-penemuan teknologi seperti ini tentunya mempermudah kehidupan manusia, hal ini pula yang memberikan dorongan bagi para ilmuwan teknologi untuk terus memberikan inovasi baru bagi kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi, akan mempercepat pekerjaan-pekerjaan manusia yang dahulu biasa dilakukan secara manual, contohnya mengirim dokumen yang dulu hanya bisa dikirim melalui sipir ataupun kantor pos sekarang hanya perlu beberapa detik untuk mengirim dokumen berupa *soft file* melalui *email*.

Menurut Wibowo (2008), Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah

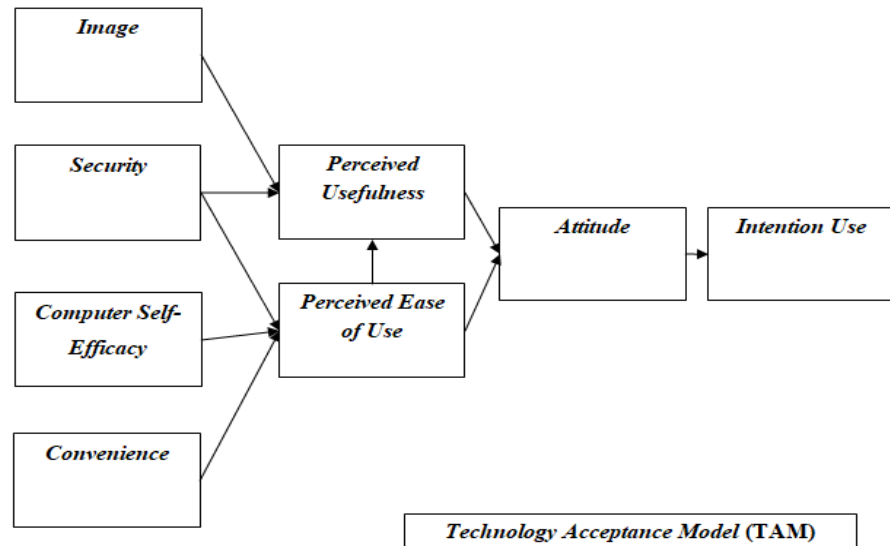
persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

Penelitian ini di dukung oleh konsep model penerimaan teknologi (TAM), untuk mempermudah dalam menemukan faktor-faktor yang paling mempengaruhi penggunaan Go-Food untuk kehidupan di kalangan mahasiswa UII.

TAM mendeskripsikan terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi. Sedangkan faktor kedua yaitu kemudahan penggunaan teknologi yang sesuai dengan pernyataan Wibowo (2008), Kedua faktor tersebut mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi. Selanjutnya kemauan untuk memanfaatkan teknologi akan mempeharuhi penggunaan teknologi yang sesungguhnya. Pada umumnya pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi yang bersangkutan. Persepsi negatif ini dapat bersumber atau berkaitan erat dengan faktor kedua dari TAM yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi.

Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna akan teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme *support* yang handal. Mekanisme dukungan yang terpercaya akan mempengaruhi kepercayaan pengguna akan kemudahan teknologi misalnya pengguna merasa yakin bahwa terdapat mekanisme dukungan yang handal jika kesulitan menggunakan teknologi maka mendorong persepsi pengguna lebih positif. Menurut Rusu dan Shen (2012) model penerimaan teknologi dapat digambarkan seperti yang terlihat dibawah ini :

Gambar 2.2



2.1.3 Perilaku Konsumen

Konsumen merupakan objek yang paling penting dalam sebuah usaha, setiap bisnis yang dijalankan pasti menginginkan konsumen sebanyak-banyaknya dan yang tak kalah penting yaitu loyalitas atau kesetiaan dari konsumen. Tanpa adanya konsumen, usaha tidak akan mungkin bertahan lama, kecuali memang usaha itu dijalankan bukan dengan menjual barang ataupun jasa atau usaha tersebut dilakukan secara non komersial. Konsumen adalah orang, individu atau badan usaha, organisasi yang menggunakan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana dimuat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam penelitian ini yang berorientasi pada perusahaan yang menyediakan layanan jasa berupa ojek dan yang lainnya, konsumen mengambil peranan yang lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain seperti perusahaan manufaktur, retail dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lovelock dan Wright (2002) yang menyatakan bahwa salah satu karakteristik jasa, dalam proses produksi jasa konsumen memiliki peran yang lebih besar untuk turut serta pengolahnya dibandingkan dengan produk barang fisik. Kemudian karakteristik selanjutnya yang berkaitan dengan konsumen menurut Lovelock dan Wright (2002) adalah produk jasa tertentu sulit dievaluasi oleh konsumen. Jadi, sebagai perusahaan yang menyediakan layanan jasa, perusahaan harus meningkatkan kepekaan akan apa yang akan dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang telah diberikan. Apakah pelayanan yang diberikan sudah baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Keputusan konsumen dipengaruhi oleh perilaku mereka. Oleh karena itu, perilaku konsumen adalah dikatakan sebagai disiplin terapan. Hal ini mengarah pada perspektif mikro dan sosial (Khan, 2006). Jadi, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah hal-hal yang akan mendasari seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan pembelian.

Dalam penelitian ini, peneliti menguji perilaku dari sebagian dari konsumen Go-Food dari penggunaan aplikasi Go-Jek yaitu mahasiswa-mahasiswi UII yang bisa dikatakan menjadi pelanggan setianya. Untuk mengetahui bagaimana ketergantungannya seorang konsumen, perlu

dipahami terlebih dahulu pola pikir dari konsumen. Orang yang terlalu bergantung akan suatu barang atau jasa dari suatu produsen tertentu disebut sebagai perilaku konsumtif. Sesuai dengan Effendi (2016) yang menyatakan bahwa konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

2.1.4 Go-Jek

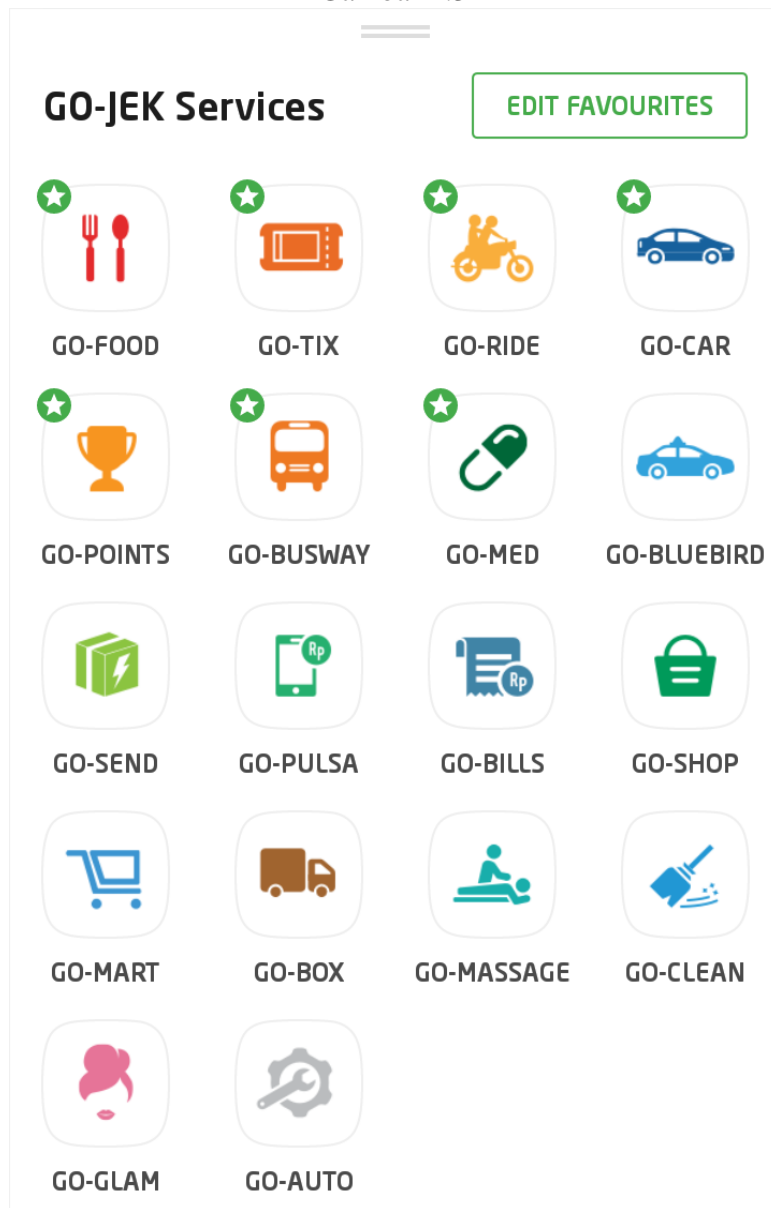
Ojek *online* saat ini memang tengah banyak diperlukan ataupun digunakan oleh masyarakat Indonesia di beberapa kota besar. Pionir dari ojek *online* sendiri adalah Go-jek yang awalnya diperkenalkan di ibukota Indonesia, yaitu Jakarta. Semakin banyak penggunaannya dan semakin banyak orang yang mengetahui Go-Jek kemudian Go-Jek diperluas ke beberapa kota besar termasuk di Yogyakarta. Pendiri Go-Jek adalah dua pemuda kreatif yaitu Michaelanglo Maron dan Nadiem Makarim, Go-jek didirikan tahun 2011. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpangnya. Inovasi ini mereka kembangkan karena melihat bagaimana para ojek pangkalan hanya menghabiskan waktu seharian dan belum tentu mendapatkan pelanggan. Jadi mereka membuat perusahaan ini untuk membantu para tukang ojek mendapatkan penumpangnya dengan lebih cepat dan efisien. Awalnya Go-Jek melayani lewat panggilan telepon saja. Tetapi semakin berkembang karena banyaknya pengguna, pada awal tahun 2015, Go-Jek meluncurkan

aplikasi berbasis android. Hal ini lebih mempermudah para pengguna dikarenakan pada masa ini *smartphone* menjadi barang yang biasa digunakan oleh hampir semua orang dan telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat di kota besar. Inovasi ini memberikan keuntungan lebih banyak lagi bagi pendiri dan juga para *driver* Go-Jek.

Go-Jek adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2011) Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan menurut Umar (2003) Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Setelah sukses dengan ojek *online* -nya, Go-Jek kemudian menambahkan beberapa fitur tambahan yang bertujuan untuk mengembangkan bisnis ini. Fitur tambahan itu berupa pesan antar makanan (Go-Food), mengirim barang (Go-Send), jasa angkut barang (Go-Box), jasa antar menggunakan mobil (Go-Car dan Go-Bluebird), jasa pembelian tiket agar pelanggan tidak perlu repot mengantri (Go-Tix), perawatan salon (Go-Glam dan Go-Massage) sampai dengan jasa membersihkan rumah (Go-Clean).

Gambar 2.3



Dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan, Go-jek semakin dikenal masyarakat Jakarta pada masa itu. Kemudian di akhir tahun 2015, sekitar bulan November Go-Jek mulai masuk di Yogyakarta dan aplikasinya mulai bisa diunduh dan difungsikan. Namun, tak banyak yang tahu bahwa menjadi *driver* Go-Jek tidaklah mudah, perlu adanya seleksi yang ketat.

Go-Jek memiliki tiga nilai yang dianut yaitu : Kecepatan, Inovasi dan Dampak sosial. Kecepatan memiliki definisi melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman. Inovasi memiliki definisi terus menawarkan teknologi baru untuk mengubah hidup konsumen. Dampak sosial memiliki definisi memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia (Go-Jek, 2017).

Untuk menjadi *driver* Go-Jek perlu melalui beberapa tahapan seleksi mulai dari pendaftaran secara *online* atau sms ke nomor *contact person*, kemudian mengambil formulir dan mengisinya di alamat outlet sesuai kota. Setelah lolos tahapan pendaftaran dan telah memenuhi syarat setelah melalui cek fisik dan interview, masuk ke tahapan *training* yang dilakukan selama beberapa waktu. Materi *training* yaitu pelatihan produk/tentang Go-Jek, pelatihan Android, pelatihan rekening ponsel. Selain beberapa tes yang dilakukan untuk personal *driver* –nya, kendaraan yang dipakai oleh calon *driver* juga perlu dilakukan pengecekan. Tahapan pengecekan yang dilakukan adalah pengecekan fisik kendaraan bermotor meliputi STNK, SIM/KTP, pengecekan lampu utama motor, lampu rem depan belakang serta sen harus menyala semua dan khusus sen harus berkedip, knalpot yang digunakan bukan knalpot *racing*/bobokan, untuk pengecekan yang tidak wajib yaitu jas hujan dan sarung tangan. Setelah lolos semua tahapan, *driver* Go-Jek diperkenankan untuk mengambil atribut berupa aplikasi berbasis android dan sudah di instal khusus untuk *driver*, selanjutnya pengambilan helm dua buah dan jaket.

Dengan tahapan seleksi yang begitu ketat, diharapkan para *driver* bisa melayani pelanggan dengan baik. Dengan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas dan akan menambah loyalitas dari para pengguna Go-Jek. Hal ini akan menambah eksistensi Go-Jek sebagai salah satu ojek *online* yang ada di Indonesia.

Fitur yang paling sering digunakan sebagian besar pengguna Go-Jek setiap harinya adalah Go-Food, karena Go-Food memang pelayanan antar makanan di Indonesia yang pertama. Walaupun inovasi pesan antar makanan sudah ada sejak dulu, namun pesan antar makanan yang sudah ada hanya disediakan oleh restoran yang menyediakan pelayanan tersebut, bukan untuk semua restoran. Disini, peran Go-Jek sebagai pionir pesan antar makanan yang pertama di Indonesia. Melalui Go-Food masyarakat dapat memesan berbagai jenis makanan, asalkan restoran yang dituju telah bekerja sama dengan Go-Food. Hal ini pun akan juga sangat menguntungkan bagi pemilik tempat makan, karena akan semakin memperlancar pemasaran produk makanan dari restoran tersebut.

2.2 Penelitian terdahulu

Lucyanda (2010) melakukan penelitian dengan judul “Pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB)”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan enam variabel berdasarkan TPB dan TAM yaitu berupa : *Perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan), *Perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *Attitude*, *Subjective Norms*, *Self Efficacy*, dan yang terakhir

Technology support. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey yaitu dengan memperoleh informasi melalui permintaan keterangan-keterangan kepada pihak yang memberikan keterangan atau jawaban (responden). Kemudian hasil dari penelitian ini berupa *perceived ease of use* (kemudahan) yang dirasakan dalam menggunakan software akuntansi My QAS memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* (kegunaan) dalam menggunakan software My QAS, faktor-faktor behavior antara lain *attitude*, *subjective norms*, dan *technology support* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intention dalam menggunakan software My QAS, dan faktor *self efficacy* gagal menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan intention dalam menggunakan software My QAS.

Lovianevy Firtian Soebali Putri (2017) yang melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan aplikasi Go-Jek dengan menggunakan beberapa variabel penelitian yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*. Dari hasil penelitian yang dilakukan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan (keseluruhan) semua variabel berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan aplikasi Go-Jek. Sedangkan apabila secara parsial (sebagian) *Performance Expectancy* dan *Sosial Influence* berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan aplikasi Go-Jek, serta *Effort Expectancy* dan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan aplikasi Go-Jek.

Irianto (2015) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase : An Extention of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective” menggunakan beberapa variabel penelitian yaitu *Health Consciousness*, *Environment Consciousness*, *Organic Food Price*, *Attitude to Buy Organic Food*, *Subjective Norm*. Heru Irianto meneliti bagaimana pengaruh *Health Consciousness*, *Environment Consciousness*, *Organic Food Price*, *Attitude to Buy Organic Food*, *Subjective Norm* terhadap pembelian makanan organik. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *Health Consciousness*, *Environment Consciousness*, *Attitude to Buy Organic Food*, *Subjective Norm* signifikan, artinya keempat dari variabel independen tersebut berpengaruh terhadap pembelian makanan organik. Sedangkan *Organic Food Price* tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap minat pembelian makanan organik.

Salehudin dan Luthfi (2011) melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh dari pemberian label halal terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control*, *Actual Behavioral Control* sebagai variabel independen yang diuji pengaruhnya terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia. Kemudian hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *Attitude* dan *Perceived Behavioral Control* signifikan yang artinya kedua variabel ini berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia. Sedangkan *Subjective*

Norm dan *Actual Behavioral Control* tidak signifikan atau bisa juga dinyatakan bahwa kedua variabel tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia.

Sidharta dan Suzanto (2015) melakukan penelitian pengaruh kepuasan transaksi *online shopping* dan kepercayaan pelanggan terhadap sikap serta perilaku *online shopping* pada E-Commerce. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen pada saat sebelum dan sesudah transaksi serta kepercayaan konsumen terhadap sikap dan perilaku konsumen e-commerce. Metode penelitian tersebut menggunakan eksploratory dengan jumlah responden sebanyak 60 orang mahasiswa yang pernah melakukan transaksi pembelian secara *online* pada e-commerce yang telah ditetapkan. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), *component based Partial Leased Squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada saat bertransaksi berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam membentuk sikap dan perilaku untuk melakukan pembelian ulang di E-commerce.

Khanifar dkk. (2012) melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan *e-banking* menggunakan TAM dan TPB sebagai dua teori yang mendasari penelitiannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang manakah yang mempengaruhi intensitas penggunaan *e-banking* berdasarkan model variabel yang diperoleh dari TAM dan TPB. Tujuan berikutnya dari

penelitian ini adalah untuk menginvestigasi dampak signifikan dari persepsi kualitas *e-service* pada intensitas kustomer dalam penggunaan *e-banking*. Penelitian ini menggunakan tujuh variabel independen yaitu *Electronic Service Quality* (ESQ) dengan empat bagian dimensi, *Perceived Ease of Use* (PEU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude*, *Subjective Norm* (SN), *Perceived Behavior Control* (PBC), dan *intention to use* sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality*, *Subjective Norm*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Behavior Control*, *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-banking*. Dengan demikian keseluruhan variabel independen dalam penelitian tersebut dapat diterima atau berpengaruh signifikan.

Sayekti dan Pulasna (2016) yang menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan SIPKD oleh pengguna SIPKD di lingkungan pemerintah Yogyakarta dengan menggunakan pendekatan TAM. Tujuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Pulasna, (2016) bertujuan untuk mengetahui apakah dari sisi *user* penggunaan SIPKD dapat diterima sebagai suatu sistem yang meningkatkan kinerja, bukan sekedar kewajiban yang harus dijalani. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemudahan dan kegunaan yang dianalisis pengaruhnya terhadap penerimaan SIPKD yang berimbas pada pemanfaatan sistem informasi di Pemerintahan Daerah. Hasil dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sayekti & Pulasna, 2016) ini berupa

kemudahan berpengaruh terhadap penerimaan SIPKD dan kegunaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan SIPKD.

Supriyati dan Cholil (2017) yang menganalisis aplikasi TAM pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sikap penggunaan, norma subjektif, akses sistem, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan. Hasil dalam penelitian yang dilakukan oleh Supriyati dan Cholil, (2017) berupa sikap penggunaan, norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan sistem informasi di rumah sakit, sedangkan akses sistem, persepsi kemudahan teknologi dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food

Berdasarkan teori perilaku yang direncanakan, menurut Ajzen (2006) sikap merupakan salah satu faktor yang menyebabkan perilaku seorang manusia dilakukan. Dalam hal ini, sikap penggunaan diuji bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Hal ini terjadi karena sikap merupakan suatu kepercayaan yang dianut oleh seseorang baik itu positif maupun negatif yang akan berpengaruh terhadap hal yang kemudian akan dilakukan oleh seseorang (Ajzen, 2006). Sebagai contoh apabila seseorang menganggap sesuatu bermanfaat bagi dirinya maka dia akan memberikan respon positif terhadapnya, sebaliknya jika sesuatu hal

yang pernah dilakukan menimbulkan kerugian ataupun tidak memberikan manfaat maka orang tidak akan melakukannya lagi.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menguji bagaimana pengaruh sikap dari beberapa konsumen yang berada di lingkungan mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food pada aplikasi Go-Jek. Apakah dengan mendapatkan beberapa kemudahan penggunaan aplikasi ini membuat beberapa konsumen tersebut kemudian menjadi bergantung pada Go-Food.

Irianto (2015) dalam “Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase : An Extention of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective” bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli makanan organik. Salehudin & Luthfi (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa sikap berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim di Indonesia. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda, (2010) yang berhasil membuktikan bahwa *attitude* (sikap penggunaan) berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *software* My QAS. Oleh karena itu, penulis membuat suatu kesimpulan hipotesis yang pertama yaitu berupa seperti dibawah ini.

H1 : Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

2.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food

Menurut Ajzen (2006) norma subjektif merupakan persepsi seseorang tentang pemikiran orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya seseorang dalam melakukan sesuatu. Norma subjektif mengacu pada tekanan yang dihadapi oleh masing-masing individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Hal ini terkait dengan keyakinan bahwa orang lain mendorong atau bahkan akan menghambat seseorang untuk melaksanakan perilaku. Seorang individu akan cenderung melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyetujuinya atau mendukungnya untuk melakukan sesuatu. Hal ini merupakan sebuah hal yang harus dimaklumi karena merupakan hal yang normal dialami oleh manusia. Komponen norma subjektif adalah orang-orang disekitar konsumen Go-Food.

Go-Food yang telah diterima keberadaannya oleh masyarakat luas menjadikannya sebuah hal yang lumrah. Hal ini semestinya menjadikan konsumen untuk tetap mempercayai kemudian mengandalkan Go-Food.

Di dalam kehidupan sehari-hari, hubungan yang dijalin setiap individu dapat dikategorikan ke dalam hubungan yang bersifat vertikal dan horizontal. Hubungan vertikal adalah hubungan antara atasan– bawahan; guru–murid; profesor–mahasiswa, atau orang tua–anak. Hubungan horizontal terjadi antara individu dengan teman-teman atau orang lain yang bersifat setara. Pola hubungan ini dapat menjadi sumber perbedaan

persepsi. Pada hubungan yang bersifat vertikal, harapan dapat dipersepsi sebagai tuntutan (*injunctive*) sehingga pembentukan norma subjektif akan diwarnai oleh adanya motivasi untuk patuh terhadap tuntutan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Sebaliknya, pada hubungan yang bersifat horizontal harapan terbentuk secara deskriptif sehingga konsekuensinya adalah keinginan untuk meniru atau mengikuti (identifikasi) perilaku orang lain di sekitarnya (Ramdhani, 2011).

Hal inilah yang juga menjadikan pertimbangan bagi pengguna Go-Food, karena adanya hubungan horizontal yang terjadi. Orang-orang cenderung mengikuti perilaku orang-orang yang berada di sekitarnya. Dengan adanya Go-Food yang masuk ke dunia mahasiswa UII, yang dianggap bahwa mahasiswa adalah orang-orang yang biasanya peka dan selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini yang kemudian menjadikan Go-Food sangat diminati dikalangan mahasiswa.

Peneitian Irianto (2015) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen dalam membeli makanan organik. Hal yang serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda (2010) bahwa norma subjektif berpengaruh pada penggunaan *software* My QAS. Oleh karena itu penulis menyimpulkan hipotesis yang kedua seperti dibawah ini.

H2: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

2.3.3 Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food

Menurut Ajzen (2006) kontrol perilaku adalah persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan tentang ketersediaan dukungan dan sumber daya atau hambatan untuk melakukan suatu perilaku kewirausahaan.

Pengalaman individu dalam penggunaan teknologi untuk kehidupan sehari-hari sudah berlangsung cukup lama, sehingga bisa dikatakan bahwa banyak orang telah lebih bijak dalam penggunaan teknologi. Komponen kontrol perilaku persepsian adalah penggalan pengalaman yang di dapat oleh konsumen dalam menggunakan Go-Food. Apa dampak baik dan buruk yang diterima seseorang setelah menggunakan aplikasi ini. Dan bagaimana konsumen bisa tetap yakin untuk terus menggunakan aplikasi Go-Jek.

Dalam penelitian Salehudin dan Luthfi (2011) menyatakan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Khanifar dkk. (2012) juga menyatakan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *e-banking*. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan hipotesis yang ketiga sebagai berikut.

H3 : Kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

2.3.4 Pengaruh Kegunaan Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food

Dalam kehidupan sehari-hari manusia mengonsumsi atau memanfaatkan berbagai macam barang ataupun jasa. Benda-benda tersebut dikonsumsi karena benda-benda tersebut memiliki kegunaan (utilitas). Ada berbagai macam bentuk kegunaan, salah satu bentuk kegunaan yaitu kegunaan pelayanan (*service utility*). Pengertian dari kegunaan pelayanan adalah suatu barang akan berguna jika dapat memberikan jasa.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerjanya. Menurut Davis (1989) persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Pengukuran konstruk kegunaan menurut Davis (1989) terdiri dari : 1) Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*); 2) Bermanfaat (*useful*); 3) Menambah produktivitas (*increase productivity*); 4) Meningkatkan efektivitas (*enhance effectiveness*); dan 5) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Dalam penelitian Khanifar dkk. (2012) menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-banking*. Penelitian yang dilakukan oleh

Lucyanda (2012) menyatakan hal yang sama juga bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap penggunaan *software* My QAS.

Dari beberapa uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa barang atau jasa akan senantiasa di manfaatkan oleh manusia apabila terdapat kegunaan yang jelas. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menemukan alasan mahasiswa UII masih menggunakan layanan Go-Jek dari pandangan mengenai kegunaan yang didapat.

H4 : Kegunaan persepsian berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

2.3.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Perilaku Mahasiswa UII dalam Menggunakan Go-Food

Kemudahan memiliki dua arti. Kemudahan berasal dari kata mudah. Kemudahan adalah perihal mudah untuk melaksanakan suatu rencana atau perilaku.

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Hartono, 2007). Persepsi kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi baik seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula pemanfaatan teknologi informasi. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Akses yang tidak berbelit-

belit dan sederhana menjadikan nilai tambah untuk meningkatkan persepsi kemudahan bagi pengguna suatu teknologi. Suatu sistem yang sering dimanfaatkan menunjukkan bahwa sistem tersebut telah dikenal banyak orang, lebih mudah dalam hal pengoperasian, dan lebih mudah penggunaannya oleh para pemakai sistem.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Khanifar dkk. (2012) mengenai faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan *e-banking* dengan menggunakan TAM dan TPB menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-banking*. Hal yang serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Pulasna (2016) yang menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan SIPKD oleh pengguna SIPKD di lingkungan pemerintah Yogyakarta serta berhasil membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan SIPKD di Pemerintahan Yogyakarta.

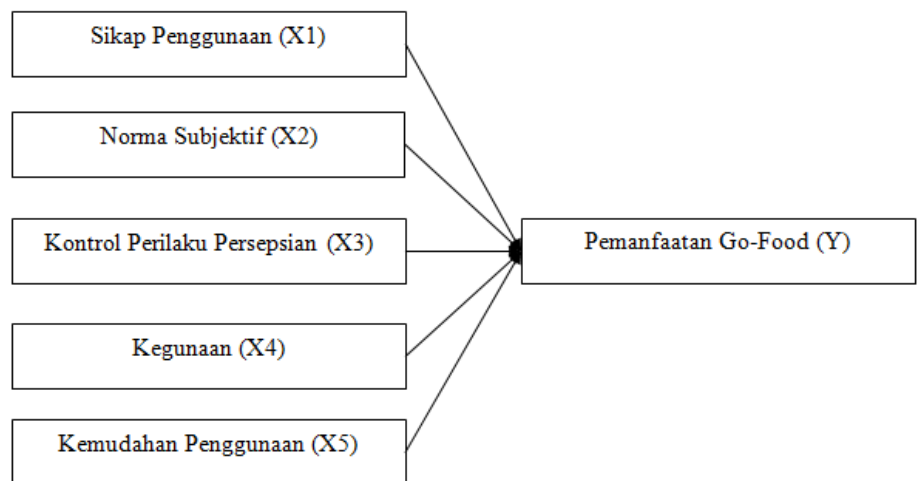
Dengan banyaknya pengguna Go-Food bisa dipastikan bahwa kemudahan ikut memberikan andil dalam menyumbang konsumen dari layanan ini. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food.

H5 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan arah penelitian yang dilakukan oleh penulis dan digambarkan dalam skema berikut ini :

Gambar 2.4



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas seluruh runtutan penelitian dalam rangka membuktikan hipotesis yang telah dibuat oleh penulis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, serta kemudahan penggunaan yang akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan Go-Food. Hal-hal yang akan dibahas pada bab ini meliputi populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2011) Pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau *study sensus* (Rototo, 2007).

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada

pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen Go-Jek yang sering menggunakan layanan G-Food.

3.1.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari suatu populasi. Sampel adalah salah satu unsur dari populasi yang akan dijadikan suatu objek penelitian. Menurut Rototo (2007), pengertian dari sampel adalah sebagian dari subjek dalam populasi yang akan diteliti, yang sudah tentu mampu secara *representative* dapat mewakili. Sedangkan menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus *representative*.

Penelitian sampel boleh dilakukan apabila keadaan subjek populasi benar-benar homogen. Artinya, sampel haruslah bisa mempresentasikan atau mewakili populasi, dan sampel harus bisa meramalkan keadaan sebenarnya dari populasi.

Dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa UII pengguna Go-Jek sebagai sampel yang dapat mewakili konsumen Go-Jek yang terdapat di Yogyakarta. Dalam penelitian ini diambil sampel kurang lebih sebanyak 184 mahasiswa yaitu sekitar 0,8% dari populasi mahasiswa aktif UII (kurang lebih 23.000).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian terhadap hipotesis (*hypothesis testing*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan kemudian menjelaskan fenomena melalui hubungan antar konstruk-konstruk, yaitu sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, kemudahan penggunaan terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Konstruk diperoleh berdasarkan data serta fakta yang telah ada.

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subjek (responden) penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden (mahasiswa UII) yang menjadi sampel penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat enam konstruk, yaitu sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, kemudahan penggunaan, serta perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Dari keenam konstruk tersebut, akan diuraikan indikator dari masing-masing konstruk. Item pertanyaan yang tertera dalam kuisisioner pada penelitian ini merupakan pertanyaan yang muncul dari keenam konstruk.

Penggunaan ukuran penelitian dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Dengan mengacu pada penggunaan kuisisioner TPB oleh Ajzen, Class Attendance : Opinion Survey, (2006) cara pengukuran skala ini yaitu dengan menghadapkan para responden dengan pertanyaan-pertanyaan yang kemudian diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memberikan skala pilihan dari angka satu (1) sampai dengan lima (5). Pilihan tanggapan yang akan diberikan adalah : “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”, “Netral”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju” atas pernyataan yang diberikan dalam kuisisioner. Konstruk kuisisioner yang akan diajukan akan terlihat seperti yang ada dibawah ini :

Sekali dalam satu minggu saya memanfaatkan Go-Food untuk memesan makanan.

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

3.3 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini berupa perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Kemudian, variabel independen dalam penelitian ini adalah sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, dan kemudahan penggunaan.

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food dianggap sebagai tolok ukur keberhasilan Go-Jek dalam mendapatkan konsumen tetap.

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang tidak dipengaruhi, dan variabel ini akan mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini, variabel independen berupa sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan dan kemudahan penggunaan. Kelima variabel ini akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Serta manakah dari kelima variabel ini yang paling berpengaruh.

3.3.2.1 Sikap penggunaan

Dalam penelitian ini, sikap penggunaan dikategorikan sebagai salah satu variabel independen. Pengertian sikap sendiri merupakan reaksi atau proses seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap tidak dapat dilihat langsung tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup. Menurut Notoatmodjo (2003), definisi sikap adalah kesiapan atau kesediaan seseorang untuk bertindak. Sikap itu masih merupakan reaksi tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka atau tingkah laku yang terbuka. Dan sikap merupakan kesiapan untuk bereaksi terhadap objek. Ada tiga tingkatan dari sikap yaitu menerima (*receiving*), merespon (*responding*), dan tingkatan yang terakhir adalah menghargai (*valuing*). Sikap penggunaan merupakan suatu tindakan yang dipilih oleh konsumen dalam menggunakan produk serta bagaimana seorang konsumen dapat menghargai produk dengan memanfaatkannya secara bijak.

Indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner yang berkaitan dengan sikap penggunaan antara lain :

- a. Pernah atau tidak pernah –nya responden dalam menggunakan layanan Go-Food.
- b. Persepsi responden mengenai kebaikan pemanfaatan layanan Go-Food.
- c. Intensitas pemanfaatan Go-Food yang dilakukan oleh responden.
- d. Keterbiasaan responden dalam memanfaatkan layanan Go-Food.

3.3.2.2 Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan suatu dorongan dari masyarakat luas untuk seseorang dapat melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Norma yang diperoleh setiap individu berbeda, hal ini disebabkan oleh lingkungan tempat individu tersebut tinggal. Apabila suatu individu tinggal dalam lingkungan yang paham akan setiap teknologi yang ada, maka individu tersebut akan mengikuti perkembangan teknologi agar bisa berbaur dengan lingkungannya.

Dalam penelitian ini, norma subjektif termasuk dalam variabel independen. Hal ini berarti bahwa norma subjektif akan mendorong perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Pemikiran orang-orang disekitar mahasiswa UII yang memanfaatkan Go-Food menjadi pertimbangan mereka dalam melakukan kegiatan konsumsi melalui Go-Food.

Indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner yang berkaitan dengan norma subjektif antara lain :

- a. Lingkungan memberikan informasi mengenai keberadaan Go-Food.
- b. Lingkungan memberikan informasi mengenai cara penggunaan layanan Go-Food.
- c. Lingkungan memberikan dampak keterbiasaan responden dalam memanfaatkan layanan Go-Food.

3.3.2.3 Kontrol Perilaku Persepsian

Secara konseptual, kontrol perilaku persepsian diharapkan dapat memoderasi pengaruh intensi pada perilaku yang dilakukan individu, sehingga suatu intensi yang kuat akan menghasilkan perilaku hanya jika kontrol perilaku persepsian kuat. Kontrol perilaku persepsian didasari oleh adanya kepercayaan atau disebut juga *control belief*, yaitu kepercayaan suatu individu mengenai faktor-faktor apa yang akan mendukung atau menghambat suatu perilaku. Kepercayaan suatu individu tentang faktor pendukung atau penghambat perilaku diperoleh dari pengalaman yang pernah dialami oleh suatu individu, observasi ataupun dari orang lain. Secara spesifik dalam *Theory of Planned Behavior*, persepsi tentang kontrol perilaku didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

Dari beberapa uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol perilaku persepsian dengan perilaku memiliki hubungan yang mempengaruhi. Oleh karena itu, kontrol perilaku persepsian termasuk dalam variabel independen dalam konteks penelitian ini, kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji seberapa besar kontrol perilaku mahasiswa UII dalam pengaruhnya terhadap pemanfaatan Go-Food. Kontrol perilaku dalam konteks penelitian ini dapat berupa apa yang dilihat oleh mahasiswa UII, apa yang didengar

mahasiswa UII serta apa yang pernah dialami sendiri oleh mahasiswa UII selama adanya Go-Food dalam lingkungan sekitar.

Indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner yang berkaitan dengan kontrol perilaku persepsian antara lain :

- a. Responden memanfaatkan layanan Go-Food hanya pada situasi yang mendesak.
- b. Keinginan responden dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sendiri.

3.3.2.4 Kegunaan

Kegunaan merupakan salah satu alasan seorang konsumen untuk kemabali melakukan transaksi atas barang atau jasa yang pernah dibelinya. Dengan adanya kegunaan yang jelas, maka tidak ada alasan lain bagi seorang konsumen untuk tidak lagi memakai jasa atau produk tersebut kecuali ada alasan tertentu.

Dalam penelitian ini, kegunaan merupakan salah satu variabel independen yang akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food.

Indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner yang berkaitan dengan kegunaan antara lain :

- a. Persepsi dari responden mengenai bermanfaat atau tidaknya layanan Go-Food bagi mahasiswa.

- b. Persepsi dari responden bahwa Go-Food bermanfaat pada semua situasi.
- c. Responden merasa bahwa Go-Food sangat menunjang dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi mereka.

3.3.2.5 Kemudahan Penggunaan

Suatu barang ataupun jasa yang memberikan kemudahan penggunaan kepada konsumen merupakan salah satu faktor pendukung yang dapat mendorong konsumen untuk kembali membeli barang atau memanfaatkan jasa tersebut. Tentunya masalah kemudahan bagi Go-Food bukan hal yang perlu diragukan, sebab tujuan diciptakannya sebuah inovasi pesan antar makan adalah untuk memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan makanan tanpa perlu pergi ke tempat makan yang diinginkan. Faktor kemudahan inilah yang mungkin banyak mendorong konsumen untuk terus memanfaatkan Go-Food. Namun, dari segi kemudahan penggunaan aplikasi juga perlu dipertimbangkan, karena tidak semua individu berpendapat bahwa Go-Jek mudah dalam pengoperasian aplikasinya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji dua sisi kemudahan yang mendukung. Yang pertama dari sisi pengoperasian aplikasi, serta yang kedua dari sisi kemudahan pelayanan.

Kemudahan penggunaan dalam penelitian ini termasuk dalam variabel independen yang akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa UII dalam memanfaatkan Go-Food.

Indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner yang berkaitan dengan norma subjektif antara lain :

- a. Responden mengetahui bagaimana cara menggunakan layanan Go-food.
- b. Persepsi dari responden mengenai kemudahan penggunaan layanan Go-Food aplikasi Go-Jek.
- c. Persepsi dari responden mengenai kemudahan dalam memahami penggunaan aplikasi.
- d. Persepsi dari responden bahwa Go-Food mempermudah mahasiswa dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi.

3.4 Metode Analisis Data

Pada tahap ini, menjelaskan mengenai bagaimana data-data yang telah diperoleh oleh peneliti akan diolah, sehingga setelah data-data tersebut diolah dan untuk kemudian data-data tersebut dianalisis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Pada penelitian ini, analisis yang dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda yaitu analisis regresi dengan lebih dari satu variabel independen (Widarjono, 2015). Tahap-tahap dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji valid tidaknya kuisisioner yang telah diisi oleh para responden. Validitas merupakan ukuran yang dapat menunjukkan sejauh mana instrumen

pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Santosa dan Ashari, 2005).

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Uji reabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam gejala yang sama di dalam kesempatan (Santosa dan Ashari, 2005). Suatu kuisisioner dikatakan reliable apabila jawaban dalam kuisisioner tersebut konsisten. Konsisten disini berarti bahwa dari satu pertanyaan ke pertanyaan lain, responden mampu menjawabnya dengan menuju arah yang sama.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dengan tujuan agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Untuk melakukan uji asumsi klasi, maka yang harus dilakukan yaitu :

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan uji tentang normal atau tidaknya distribusi variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang normal atau mendekati normal.

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Gejala multikolinearitas merupakan gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan melalui adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen (Santosa dan Ashari, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya.

3.4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu metode pengujian untuk membuktikan bahwa residual tidak saling berhubungan (Widarjono, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson. Menurut Widarjono (2015) Metode Durbin-Watson adalah salah satu metode yang mudah dan sering digunakan untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi.

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians dari masing-masing variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain (Santosa dan Ashari, 2005). Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain sama maka disebut sebagai homokedastisitas. Model

regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data berisikan tahapan-tahapan yang akan digunakan untuk menolah data, untuk kemudian hasil data olahan yang diperoleh tersebut dianalisa sehingga menghasilkan kesimpulan. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa:

3.4.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Regresi dilain pihak menjelaskan pengaruh satu variabel atau lebih disebut variabel independen terhadap variabel lain disebut variabel dependen (Widarjono, 2015). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Perilaku mahasiswa UII dalam pemanfaatan Go-Food

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1	= Sikap Penggunaan
X_2	= Norma Subjektif
X_3	= Kontrol Perilaku Persepsian
X_4	= Kegunaan
X_5	= Kemudahan Penggunaan
e	= <i>Error</i>

3.4.5 Uji t-statistik

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji statistik distribusi t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual (Widarjono, 2015).

Hal ini berarti, uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 (sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, dan kemudahan penggunaan) berpengaruh terhadap variabel Y (perilaku mahasiswa UII dalam pemanfaatan Go-Food) secara terpisah atau parsial.

3.4.6 Uji F

Uji F digunakan untuk uji signifikansi model. Menurut Widarjono, (2015) Uji signifikansi model adalah uji pengaruh semua variabel

independen secara serempak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini berarti menguji pengaruh secara serempak dari sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menganalisis data-data yang telah terkumpul dari penerimaan kuesioner yang telah dibagikan kepada sebagian mahasiswa UII. Analisa yang dilakukan peneliti berupa pengaruh dari Sikap Penggunaan, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan terhadap pemanfaatan Go-Food di kalangan mahasiswa UII. Bentuk-bentuk pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Sikap penggunaan :

1. Saya pernah menggunakan layanan Go-Food.
2. Setidaknya saya memanfaatkan layanan Go-Food sekali dalam satu minggu.
3. Saya terbiasa memanfaatkan Go-Food, bahkan dalam keadaan yang tidak tedesak sekalipun.

b. Norma subjektif :

1. Informasi dari Go-Food tersedia di berbagai media.
2. Saya mengetahui Go-Food dari lingkungan saya (media sosial, teman, keluarga, iklan, lainnya).
3. Saya mengetahui cara menggunakan Go-Food dari lingkungan saya.
4. Cara menggunakan Go-Food mudah di akses.
5. Lingkungan saya memberikan informasi mengenai Go-Food dan cara penggunaannya.

6. Saya terbiasa menggunakan layanan Go-Food dikarenakan lingkungan sekitar atau teman-teman saya sering menggunakannya juga.
- c. Kontrol perilaku persepsian :
1. Saya berusaha untuk memanfaatkan layanan Go-Food hanya dalam keadaan yang mendesak.
 2. Sebisa mungkin dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, saya berusaha untuk mendapatkannya sendiri.
 3. Saya lebih memilih untuk menahan rasa lapar saya, daripada harus menggunakan layanan Go-Food pada malam hari.
- d. Kegunaan :
1. Menurut saya, keberadaan Go-Food sangat bermanfaat bagi mahasiswa.
 2. Go-Food sangat berguna pada saat mendesak maupun tidak mendesak.
 3. Go-Food sangat menunjang dalam hal penyediaan kebutuhan konsumsi saya.
- e. Kemudahan penggunaan :
1. Saya memahami cara penggunaan layanan Go-Food.
 2. Menurut saya, Go-Food mudah sekali dalam hal mengoperasikannya.
 3. Dalam waktu pembelajaran yang singkat, saya sudah bisa menguasai cara penggunaan layanan Go-Food.
 4. Saya merasa Go-Food mempermudah mahasiswa dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumsi.
- f. Pemanfaatan Go-Food :

1. Saya berfikir bahwa dengan memanfaatkan layanan Go-Food merupakan ide yang baik.

Analisis dalam penelitian ini terbagi menjadi tujuh bagian, yaitu : Bagian Pertama, penentuan sampel penelitian. Bagian kedua, hasil pengumpulan data yang menjelaskan jumlah data yang digunakan untuk proses analisis. Bagian ketiga, deskripsi responden yang menjadi target penelitian, berdasarkan fakultas, jurusan dan umur dari para responden yang merupakan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Bagian Keempat, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Bagian Kelima, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji asumsi klasik. Keenam, hasil pengujian regresi linear berganda dan uji t-statistik. Terakhir, ketujuh menyajikan hasil uji hipotesis.

4.1 Penentuan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi yang masih aktif UII. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *random sampling* (sampel acak), sehingga diperoleh responden dari berbagai fakultas dan jurusan yang ada di UII. Jumlah sampel yang diambil peneliti adalah 184 dari 23.000 lebih mahasiswa UII atau sekitar 0,8% dari populasi yang ada.

4.2 Hasil Pengumpulan Data

Seperti yang telah disebutkan pada bab tiga bahwa metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner. Adapun metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *random sampling*. Berkaitan dengan hal ini, yang menjadi subyek dalam penelitian ini mencakup mahasiswa/mahasiswi aktif Universitas Islam Indonesia. Hasil pengumpulan data dalam bentuk kuesioner yang dikembalikan kepada peneliti serta memenuhi untuk dilakukan analisis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner yang disebar	185	100%
Kuesioner yang tidak kembali	16	8,65%
Kuesioner yang kembali	169	91,35%
Kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya	5	2,96%
Kuesioner yang lengkap pengisiannya	164	97,04%

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari penelitian yang dilakukan, jumlah total kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui *google forms* berjumlah 185 buah (100%). Dari 185 buah kuesioner yang disebarkan tersebut, terdapat 169 buah (91,35%) telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Dari 169 buah kuesioner yang telah peneliti terima, terdapat 5 buah (2,96%) tidak lengkap dalam pengisian kuesioner, dan terdapat 164

buah (97,04%) kuesioner yang telah diisi oleh responden secara lengkap. Kuesioner yang tidak lengkap ini berupa tidak lengkapnya atau tidak dicantumkan data responden berupa fakultas maupun jurusan.

4.3 Deskripsi Responden

4.3.1 Fakultas

Data responden berdasarkan UII, (2017) fakultas yang berada di UII mencakup 8 fakultas, yaitu : Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Hukum (FH), Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI), Fakultas Kedokteran (FK), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB), Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP), Fakultas Teknologi Industri (FTI). Dari penerimaan data responden melalui kuesioner didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Fakultas

Keterangan	Jumlah	%
FE	131	77,52%
FH	2	1,18%
FIAI	4	2,37%
FK	1	0,59%
FMIPA	13	7,69%
FPSB	7	4,14%
FTSP	1	0,59%
FTI	9	5,33%
(tidak dicantumkan)	1	0,59%

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari data diatas dapat dilihat bauran fakultas dari para responden yang terdiri dari FE 131 mahasiswa aktif atau sekitar 77,52% dari responden, FH 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,18% dari responden, FIAI 4 mahasiswa aktif atau sekitar 2,37% dari responden, FK 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59% dari responden, FMIPA 13 mahasiswa aktif atau sekitar 7,69% dari responden, FPSB 7 mahasiswa aktif atau sekitar 4,14% dari responden, FTSP 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59% dari responden, FTI 9 mahasiswa aktif atau sekitar 5,33% dari responden. Selain itu, adapula responden yang tidak mencantumkan asal fakultas dalam pengisian kuesioner sejumlah 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59 dari jumlah responden.

4.3.2 Jurusan

Data responden berdasarkan jurusan terdiri dari 24 kategori, yaitu: Akuntansi, Manajemen, Ilmu Ekonomi, Ilmu Hukum, Hukum Islam, Ekonomi Islam, Pendidikan Agama Islam, Kedokteran, Farmasi, Pendidikan Kimia, Statistika, Kimia, Psikologi, Ilmu Komunikasi, Pendidikan Bahasa Inggris, Hubungan Internasional, Arsitektur, Teknik Sipil, Teknik Lingkungan, Teknik Informatika, Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Industri, dan Teknik Kimia (UII, 2017). Dari penerimaan data responden melalui kuesioner didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Jurusan

Program Studi	Jumlah	%
Akuntansi	120	71,01%
Manajemen	9	5,33%
Ilmu Ekonomi	2	1,18%
Ilmu Hukum	2	1,18%
Ahwal Al-Syakhshiyah (Hukum Islam)	1	0,59%
Ekonomi Islam	0	0%
Pendidikan Agama Islam	1	0,59%
Kedokteran	1	0,59%
Farmasi	9	5,33%
Pendidikan Kimia	0	0%
Statistika	3	1,78%
Kimia	0	0%
Psikologi	7	4,13%
Ilmu Komunikasi	0	0%
Pendidikan Bahasa Inggris	0	0%
Hubungan Internasional	0	0%
Arsitektur	0	0%
Teknik Sipil	0	0%
Teknik Lingkungan	0	0%
Teknik Informatika	5	2,96%
Teknik Elektro	0	0%
Teknik Mesin	0	0%
Teknik Industri	4	2,37%
Teknik Kimia	0	0%
(tidak dicantumkan)	5	2,96%

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa bauran jurusan (program studi) asal dari para responden dari 24 jurusan yang ada di UII, peneliti mendapatkan pengembalian kuesioner hanya pada 12 jurusan atau bisa dikatakan setengah dari jurusan yang ada di UII. Kemudian, deskripsi responden menurut jurusan terdiri dari Akuntansi 120 mahasiswa aktif atau sekitar 71,01% dari responden, Manajemen 9 mahasiswa aktif atau sekitar 5,33% dari responden, Ilmu Ekonomi 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,18% dari responden, Ilmu Hukum 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,18% dari responden, Hukum Islam 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59% dari responden, Pendidikan Agama Islam 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59% dari responden, Kedokteran 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,59% dari responden, Farmasi 9 mahasiswa aktif atau sekitar 5,33% dari responden, Statistika 3 mahasiswa aktif atau sekitar 1,78% dari responden, Psikologi 7 mahasiswa aktif atau sekitar 4,13% dari responden, Teknik Informatika 5 mahasiswa aktif atau sekitar 2,96% dari responden, Teknik Industri 4 mahasiswa aktif atau sekitar 2,37% dari responden. Selain itu, adapula responden yang tidak mencantumkan asal jurusan (program studi) dalam pengisian kuesioner sejumlah 5 mahasiswa aktif atau sekitar 2,96% dari jumlah responden.

4.3.3 Umur

Dari penerimaan data responden melalui kuesioner serta dengan pengelompokan umur didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.4
 Hasil Pengumpulan Data Berdasarkan Umur

Kategori Umur	Jumlah	%
<20	3	1,77%
20-21	110	65,10%
22-23	53	31,36%
24-25	3	1,77%

Sumber : Data diolah, 2018

4.4 Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas merupakan suatu alat ukur untuk mengukur apakah pernyataan-pernyataan yang digunakan peneliti dapat diakui valid tidaknya dalam membuktikan variabel penelitian. Validitas merupakan ukuran yang dapat menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Santosa & Ashari, 2005). Menurut Sugiyono (2010), untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi *product moment pearson correlation*:

Gambar 4.1

$$r = \frac{N \left| \sum_{i=1}^N x_i y_i \right| - \left| \sum_{i=1}^N x_i \right| \left| \sum_{i=1}^N y_i \right|}{\sqrt{\left[N \sum_{i=1}^N x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N x_i \right)^2 \right] \left[N \sum_{i=1}^N y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N y_i \right)^2 \right]}}$$

dimana r : koefisien korelasi *product moment*

X : skor tiap pertanyaan/ item

Y : skor total

N : jumlah responden

Setelah semua korelasi untuk setiap pernyataan dengan skor total diperoleh, nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik (r tabel). Selanjutnya, jika nilai koefisien korelasi *product moment* dari suatu pertanyaan tersebut hasilnya positif dan berada diatas nilai tabel kritik, maka pertanyaan tersebut signifikan. Pada penelitian ini menggunakan 169 sampel, jadi r tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,151. Jadi, apabila hasil dari r hitung tiap item pernyataan melebihi angka 0,151 maka item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha*, adapun rumusnya sebagai berikut :

Gambar 4.2

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Nilai *cronbach alpha* adalah 0,60. Jadi, apabila dalam kuesioner ini melebihi 0,60 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Tingkat reliabilitas dapat dilihat berikut ini :

Tabel 4.5
Penafsiran Tingkat Reliabilitas

Indeks Reliabilitas	Penafsiran Butir Soal
0,81 – 1	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0 – 0,20	Sangat Rendah

4.4.1 Validitas

Tabel uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Keterangan	Corrected Item- Total Correlation
Sikap Penggunaan 1	0,495
Sikap Penggunaan 2	0,444
Sikap Penggunaan 3	0,425
Norma Subjektif 1	0,432
Norma Subjektif 2	0,502
Norma Subjektif 3	0,494
Norma Subjektif 4	0,627
Norma Subjektif 5	0,494
Norma Subjektif 6	0,496
Kontrol Perilaku Persepsian 1	0,237
Kontrol Perilaku Persepsian 2	0,041
Kontrol Perilaku Persepsian 3	0,259
Kegunaan 1	0,531
Kegunaan 2	0,438
Kegunaan 3	0,567
Kemudahan Penggunaan 1	0,594
Kemudahan Penggunaan 2	0,606
Kemudahan Penggunaan 3	0,532
Kemudahan Penggunaan 4	0,493
Pemanfaatan Go-Food	0,521

Sumber : Data Diolah, 2018

Analisa validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Analisis Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Butir 1 (X1)	0,151	0,495	VALID
2	Butir 2 (X1)	0,151	0,444	VALID
3	Butir 3 (X1)	0,151	0,425	VALID
4	Butir 4 (X2)	0,151	0,432	VALID
5	Butir 5 (X2)	0,151	0,502	VALID
6	Butir 6 (X2)	0,151	0,494	VALID
7	Butir 7 (X2)	0,151	0,627	VALID
8	Butir 8 (X2)	0,151	0,494	VALID
9	Butir 9 (X2)	0,151	0,496	VALID
10	Butir 10 (X3)	0,151	0,237	VALID
11	Butir 11 (X3)	0,151	0,041	TIDAK VALID
12	Butir 12 (X3)	0,151	0,259	VALID
13	Butir 13 (X4)	0,151	0,531	VALID
14	Butir 14 (X4)	0,151	0,438	VALID
15	Butir 15 (X4)	0,151	0,567	VALID
16	Butir 16 (X5)	0,151	0,594	VALID
17	Butir 17 (X5)	0,151	0,606	VALID
18	Butir 18 (X5)	0,151	0,532	VALID
19	Butir 19 (X5)	0,151	0,493	VALID
20	Butir 20 (Y)	0,151	0,521	VALID

Sumber : Data Diolah, 2018

4.4.1.1 Validitas Sikap Penggunaan (X1)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X1 (Sikap Penggunaan) adalah butir 1 sampai 3. Ketiga butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan $>0,151$. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel sikap penggunaan dalam penelitian ini valid.

4.4.1.2 Validitas Norma Subjektif (X2)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X2 (Norma Subjektif) adalah butir 4 sampai 9. Keenam butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan $>0,151$. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel norma subjektif dalam penelitian ini valid.

4.4.1.3 Validitas Kontrol Perilaku Persepsian (X3)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X3 (Kontrol Perilaku Persepsian) adalah butir 10 sampai 12. Butir 11 dan butir 13 dari tabel tersebut diatas dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan $>0,151$. Kemudian, butir 11 dikatakan tidak valid karena masih dibawah nilai r tabel walaupun butir tersebut positif. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel kontrol perilaku persepsian dalam penelitian ini valid, karena dari ketiga pernyataan, hanya terdapat satu butir pernyataan yang tidak valid, hal ini masih dapat ditoleransi.

4.4.1.4 Validitas Kegunaan (X4)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X4 (Kegunaan) adalah butir 13 sampai 15. Ketiga butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan $>0,151$. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel kegunaan dalam penelitian ini valid.

4.4.1.5 Kemudahan Penggunaan (X5)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X5 (Kemudahan Penggunaan) adalah butir 16 sampai 19. Keempat butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan $>0,151$. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini valid.

4.4.2 Reliabilitas

4.4.2.1 Reliabilitas Sikap Penggunaan (X1)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel sikap penggunaan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas X1

Cronbach's Alpha	N of Items
0,711	3

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,711, jumlah ini diatas 0,6 jadi dapat dinyatakan bahwa variabel sikap penggunaan dalam penelitian ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel sikap penggunaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.4.2.2 Reliabilitas Norma Subjektif (X2)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel norma subjektif menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas X2

Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	6

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,784, jumlah ini diatas 0,6 jadi dapat dinyatakan bahwa variabel norma subjektif dalam penelitian ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel norma subjektif dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.4.2.3 Reliabilitas Kontrol Perilaku Persepsian (X3)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel kontrol perilaku persepsian menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas X3

Cronbach's Alpha	N of Items
0,773	3

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,773, jumlah ini diatas 0,6 jadi dapat dinyatakan bahwa variabel kontrol perilaku persepsian dalam penelitian ini reliabel. Serta tingkat

reliabilitas variabel kontrol perilaku persepsian dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.4.2.4 Reliabilitas Kegunaan (X4)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel kegunaan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas X4

Cronbach's Alpha	N of Items
0,662	3

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,662, jumlah ini diatas 0,6 jadi dapat dinyatakan bahwa variabel kegunaan dalam penelitian ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel kegunaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.4.2.5 Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X5)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel kemudahan penggunaan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas X5

Cronbach's Alpha	N of Items
0,844	4

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,844, jumlah ini diatas 0,6 jadi dapat dinyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat tinggi.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi Klasik merupakan uji pra-syarat yang harus dilakukan sebelum uji hipotesis. Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dimana asumsi yang harus terpenuhi adalah data harus berdistribusi normal serta bebas dari gangguan multikolinearitas, autokorelasi dan heterokedasitas.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah hal yang dilakukan sebelum melakukan sebuah metode statistik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan spss.20. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		169
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0,66241030
Most Extreme Differences	Absolute	0,080
	Positive	0,045
	Negative	-0,080
Kolmogorov-Smirnov Z		1,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,227

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini normal. Karena angka yang dihasilkan dari uji normalitas diatas 0,05 yaitu sebesar 0,227.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji terdapat atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel *independent*. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya gangguan multikoloniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi terbebas dari gangguan multikoliniearitas, dan apabila nilai VIF menunjukan angka lebih dari

10 dan tolerance kurang dari 0,1 maka model regresi mengalami gangguan multikolinearitas. Hasil uji multikolienaritas dengan menggunakan spss.20 pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Sikap Penggunaan	0,721	1,386
Norma Subjektif	0,679	1,473
Kontrol Perilaku persepsian	0,891	1,122
Kegunaan	0,533	1,877
Kemudahan Penggunaan	0,612	1,633

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance > 0.1 dan VIF < 10 , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

4.5.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini dengan spss.20 menggunakan metode uji Durbin Watson. Telah dibahas pada bab sebelumnya, bahwa uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada

atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Selanjutnya, nilai hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini akan dibandingkan dengan nilai durbin watson pada tabel durbin watson dengan signifikansi 5%. Data dikatakan bebas autokorelasi jika nilai durbin watson > nilai du. Dalam penelitian ini dengan variabel 5 (k=5) dan jumlah responden 169 dalam tabel durbin watson menunjukkan angka du sebesar 1,8096. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,130

Sumber : Data Diolah, 2018

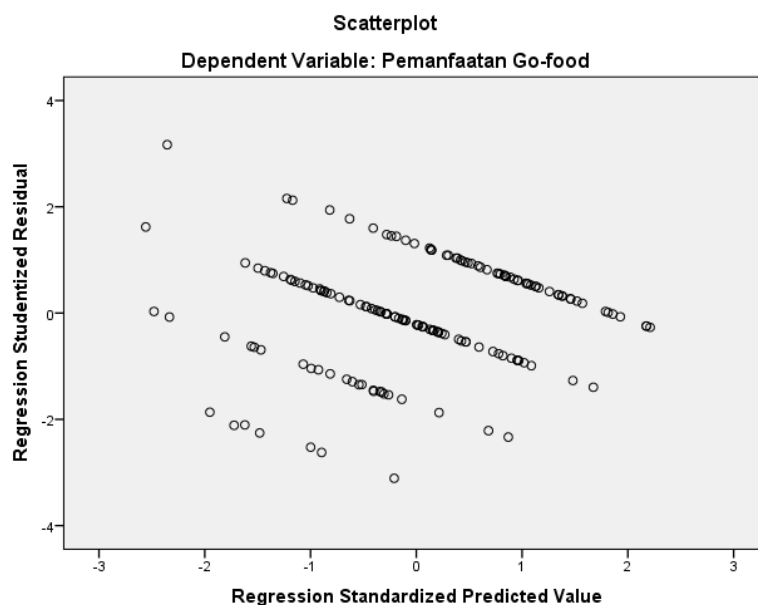
Berdasarkan hasil uji durbin watson diatas diperoleh nilai durbin watson sebesar 2,130 > 1,8096, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

4.5.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik berupa adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan pedoman untuk memprediksi atau mendeteksi ada tidaknya gejala heterokedastisitas tersebut dengan melihat pola gambar scatterplots hasil dari output spss.20. Jika tidak terlihat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Diagram Scatterplots



Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil output spss tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Jadi dapat dinyatakan bahwa data-data dalam penelitian ini terbebas dari

masalah heterokedastisitas. Kemudian, penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas didukung dengan menggunakan Uji Park dengan spss.20 seperti terlihat dibawah ini :

Tabel 4.16
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Park

Model	T
(Constant)	-1,780
Ln _{x1}	-2,518
Ln _{x2}	-,085
Ln _{x3}	1,208
Ln _{x4}	-,290
Ln _{x5}	1,237

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil t hitung dengan Uji Park diatas semua angka yang dihasilkan kurang dari t tabel (dalam penelitian ini t tabel sebesar 1,97410). Jadi, dengan menggunakan Uji Park, data dalam penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Regresi dilain pihak menjelaskan pengaruh satu variabel atau lebih disebut variabel independen terhadap variabel lain disebut variabel dependen Widarjono, (2015). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Perilaku mahasiswa UII dalam pemanfaatan Go-Food

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Sikap Penggunaan

X_2 = Norma Subjektif

X_3 = Kontrol Perilaku Persepsian

X_4 = Kegunaan

X_5 = Kemudahan Penggunaan

e = *Error*

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,164	0,493
	Sikap Penggunaan	0,314	0,068
	Norma Subjektif	0,223	0,105
	Kontrol Perilaku persepsian	-0,017	0,069
	Kegunaan	0,218	0,111
	Kemudahan Penggunaan	0,062	0,120

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil output spss.20 diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini berupa :

$$Y = 1,164 + 0,314X_1 + 0,223X_2 - 0,017X_3 + 0,218X_4 + 0,062X_5 + e$$

4.6.1 Koefisien Determinasi

Uji determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2). Hasil uji determinasi dengan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0,333

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji determinasi diatas didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.333, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Sikap Penggunaan (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku Persepsian (X3), Kegunaan (X4) serta Kemudahan Penggunaan (X5) mempengaruhi Pemanfaatan Go-Food (Y) sebesar 33,3%. Sedangkan, sisanya (66,7%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

4.7 Uji T-Statistik

Analisis pengujian individual atau parsial (Uji t) telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Pengujian ini diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dan t tabel sebesar 1,97410. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19
Hasil Uji T-Statistik

Model	T	Sig.
(Constant)	2,361	,019
Sikap Penggunaan	4,627	,000
Norma Subjektif	2,127	,035
Kontrol Perilaku persepsian	-,239	,811
Kegunaan	1,969	,051
Kemudahan Penggunaan	,515	,607

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari data hasil output spss.20 diatas, peneliti dapat memberikan analisa hasil uji hipotesis sebagai berikut :

1. Sikap Penggunaan (X1) menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,267 > 1,974 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Sikap Penggunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Pemanfaatan layanan Go-Food (Y).
2. Norma Subjektif (X2) menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,127 > 1,974 dan nilai signifikansi sebesar 0,035 < 0,05, sehingga dapat

diambil kesimpulan bahwa Norma Subjektif (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Pemanfaatan layanan Go-Food (Y).

3. Kontrol Perilaku Persepsian (X3) menghasilkan nilai t hitung sebesar $-0,239 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,811 > 0,05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Kontrol Perilaku Persepsian (X3) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Pemanfaatan layanan Go-Food (Y).
4. Kegunaan (X4) menghasilkan nilai t hitung sebesar $1,969 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,051 > 0,05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Kegunaan (X4) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Pemanfaatan layanan Go-Food (Y).
5. Kemudahan Penggunaan (X5) menghasilkan nilai t hitung sebesar $0,515 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,607 > 0,05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan (X5) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Pemanfaatan layanan Go-Food (Y).

4.8 Uji F-Statistik

Uji F atau dikenal sebagai uji serentak bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh semua variabel independen dalam suatu penelitian secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika hasilnya signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/ peramalan dalam penelitian. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi, jika kurang dari 5% (0,05), maka bisa dikatakan bahwa

variabel independen dalam penelitian ini signifikan. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.20
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	16,308	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari data hasil output spss.20 diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Sikap Penggunaan (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku Persepsian (X3), Kegunaan (X4) serta Kemudahan Penggunaan (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pemanfaatan Layanan Go-Food (Y).

4.9 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

H1 : Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

Berdasarkan data yang diolah sikap penggunaan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar sebesar $4,267 > 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H1 yang menjelaskan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food diterima/terbukti. Hal ini berarti bahwa tentang bagaimana sikap dari masing-masing individu dalam memanfaatkan layanan Go-Food ikut berpengaruh secara signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Sikap penggunaan yang berupa pernah atau tidaknya memanfaatkan layanan Go-Food –lah yang mendorong individu untuk memanfaatkannya lagi dikemudian hari. Bisa jadi faktor terbiasa ataupun intensitas pemanfaatan Go-Food menjadi berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda (2010), mengenai Pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB) dalam menggunakan *software* akuntansi My QAS, walaupun objek dalam penelitian ini bukan Go-Jek maupun Go-Food dan sejenisnya, peneliti yakin bahwa hal ini serupa karena keduanya menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam memanfaatkan sesuatu. Dalam penelitian Lucyanda (2010) ini *attitude* (sikap) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensitas dalam menggunakan *software* My QAS.

H2 : Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

Berdasarkan data yang diolah norma subjektif memberikan hasil t hitung sebesar sebesar $2,127 > 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H2 yang menjelaskan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food diterima/terbukti. Hal ini berarti bahwa tentang bagaimana norma subjektif yang diterima masing-masing individu dari lingkungannya memberikan dorongan kepada orang untuk memanfaatkan layanan Go-Food.

Kemungkinan norma subjektif menjadi berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food dikarenakan lingkungan sekitar dari individu tersebut banyak yang memanfaatkannya. Bisa jadi, dari keluarga teman ataupun kerabat. Bahkan faktor norma subjektif ini menjadi berpengaruh terhadap pemanfaatan Go-Food dikalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia disebabkan oleh adanya promosi instan dan tidak langsung yang dilakukan oleh orang-orang yang pernah memanfaatkan Go-Food, hal ini berupa kabar dari mulut ke mulut bahwa Go-Food memberikan kemudahan-kemudahan, sehingga Go-Food cepat dikenal oleh berbagai kalangan.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda (2010), mengenai Pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB) dalam menggunakan *software* akuntansi

My QAS, walaupun objek dalam penelitian ini bukan Go-Jek maupun Go-Food dan sejenisnya, peneliti yakin bahwa hal ini serupa karena keduanya menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam memanfaatkan sesuatu. Dalam penelitian Lucyanda (2010) ini *subjective norms* (norma subjektif) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensitas dalam menggunakan *software* My QAS.

H3 : Kontrol Perilaku Persepsian berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

Berdasarkan data yang diolah kontrol perilaku persepsian memberikan hasil t hitung sebesar sebesar $-0,239 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,811 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan kontrol perilaku persepsian berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H3 yang menjelaskan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh negatif terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food ditolak/tidak terbukti, pergerakan dari variabel ini tidak seirama dengan pergerakan variabel dependen -nya (pemanfaatan Go-food. Hal ini berarti bahwa tentang bagaimana kontrol yang dilakukan masing-masing dari individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu tidak memberikan dorongan kepada individu tersebut untuk memanfaatkan layanan Go-Food.

Penerimaan keberadaan Go-Food tidak dipengaruhi oleh kontrol perilaku dari masing-masing individu penggunanya. Hal ini mungkin dikarenakan oleh adanya pertentangan antara persepsi kontrol perilaku masing-masing individu dengan intensitas penggunaan Go-Food. Sebab menurut peneliti kontrol perilaku lebih mengacu kepada suatu hal yang menyebabkan individu tersebut menahan perilakunya, jadi semakin tinggi persepsi kontrol perilaku seseorang maka semakin rendah pemanfaatan Go-Food –nya.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salehudin dan Luthfi (2011) yang melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh dari pemberian label halal terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia, walaupun objek dalam penelitian ini bukan Go-Jek maupun Go-Food dan sejenisnya, peneliti yakin bahwa hal ini serupa karena keduanya menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam memanfaatkan sesuatu. Dalam penelitian yang dilakukan Salehudin dan Luthfi (2011) ini *perceived behavioral control* (kontrol perilaku persepsian) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen muslim Indonesia berupa adanya label halal.

H4 : Kegunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

Berdasarkan data yang diolah variabel kegunaan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar $1,969 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,051 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kegunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H4 yang menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food ditolak/tidak terbukti. Hal ini berarti bahwa tentang bagaimana kegunaan dari aplikasi Go-Jek yang menyediakan layanan Go-Food berupa mempermudah dalam penyediaan konsumsi tersebut untuk masing-masing individu tidak memberikan dorongan kepada individu tersebut untuk memanfaatkan layanan Go-Food.

Dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kegunaan Go-Food tidak berpengaruh terhadap pemanfaatannya. Hal ini dikarenakan adanya kemungkinan bahwa walaupun terdapat banyak ataupun sedikit kegunaan yang diperoleh masing-masing individu tidak mempengaruhi individu-individu tersebut dalam perilakunya untuk memanfaatkan Go-Food. Ada kemungkinan faktor-faktor lain yang bertolak belakang terhadap esensi dari kegunaan ini, yaitu misalnya mahasiswa berada di lingkungan yang dekat dengan berbagai tempat makan, mahasiswa berpikir bahwa dengan membeli makanan sendiri akan lebih hemat daripada menggunakan layanan Go-Food, serta mahasiswa

bisa lebih leluasa dalam memilih makanan apabila datang langsung ke tempatnya.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Pulasna (2016) mengenai faktor yang mempengaruhi penerimaan SIPKD di Pemerintahan Kota Yogyakarta menggunakan pendekatan TAM dalam penelitiannya, walaupun objek dalam penelitian ini bukan Go-Jek maupun Go-Food dan sejenisnya, peneliti yakin bahwa hal ini serupa karena keduanya menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam memanfaatkan sesuatu. Dalam penelitian Sayekti dan Pulasna (2016) ini kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-banking*.

H5 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa UII dalam menggunakan Go-Food

Berdasarkan data yang diolah variabel kemudahan penggunaan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar $0,515 < 1,974$ dan nilai signifikansi sebesar $0,607 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemanfaatan layanan Go-Food.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H5 yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food ditolak/ tidak terbukti. Hal ini berarti bahwa tentang bagaimana kemudahan yang

ditawarkan dari penggunaan Go-Food melalui aplikasi Go-Jek tersebut untuk masing-masing individu tidak memberikan dorongan kepada individu tersebut untuk memanfaatkan layanan Go-Food.

Dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan layanan Go-Food tidak berpengaruh terhadap pemanfaatannya. Sama halnya dengan kegunaan, hal ini dikarenakan adanya kemungkinan faktor-faktor lain yang bertolak belakang terhadap esensi dari kemudahan penggunaan ini, yaitu misalnya mahasiswa berada di lingkungan yang dekat dengan berbagai tempat makan, mahasiswa berpikir bahwa dengan membeli makanan sendiri akan lebih hemat daripada menggunakan layanan Go-Food, serta mahasiswa bisa lebih leluasa dalam memilih makanan apabila datang langsung ke tempatnya.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriyati dan Cholil (2017) melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi sistem informasi di rumah sakit dengan menggunakan pendekatan TAM sebagai dua teori yang mendasari penelitiannya, walaupun objek dalam penelitian ini bukan Go-Jek maupun Go-Food dan sejenisnya, peneliti yakin bahwa hal ini serupa karena keduanya menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam memanfaatkan sesuatu. Dalam penelitian Supriyati dan Cholil (2017) ini *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan teknologi) tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-banking*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut :

1. Sikap penggunaan (X1) berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi hasil sebesar $0,000 < 0,050$.
2. Norma subjektif (X2) berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi hasil sebesar $0,035 < 0,050$.
3. Kontrol perilaku persepsian (X3) tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi hasil sebesar $0,811 > 0,050$.
4. Kegunaan (X4) tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi hasil sebesar $0,051 < 0,050$.
5. Kemudahan penggunaan (X5) tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan Go-Food. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi hasil sebesar $0,607 < 0,050$.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Peneliti memiliki keterbatasan berupa hanya bisa mencapai angka 169 untuk jumlah responden, sehingga untuk penelitian selanjutnya agar bisa mencapai tanggapan dari responden yang lebih banyak lagi untuk memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (2006). Brief Description of the Theory of Planned Behavior. *Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior* , hal. 1-6.
- Ajzen, I. (2006). Class Attendance : Opinion Survey. *Constructing A Theory Of Planned Behavior Questionnaire* , hal. 1-7.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Process* 50 , 179-211.
- Anthony, R. N., & Govindarajan, V. (2016). *Management Control Systems*. North America: McGraw-Hill.
- Davis, F. D. (1989). Peceived Usefulness, Perceived Ease to Use, and User Acceptance of Information Technology. *ResearchGate MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3* , 319-339.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. (A. R. Batubara, Penyunt.) Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Raja Grafindo.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Go-Jek. (2017). *Tentang Go-Jek*. Dipetik March 23, 2018, dari Go-Jek: www.go-jek.com/about/
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irianto, H. (2015). Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase : An Extention of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences Vol. 4(1)* , 17-31.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour And Advertising Management*. New Delhi: New Age International.
- Khanifar, H., Niya, M. J., Jandaghi, G. R., Emami, Molavi, Z., & Mostafa. (2012). Factors influencing the intendancy of E-Banking: An integration of TAM & TPB with e-service quality. *Elixir International Journal : Finance Management Elixir Fin. Mgmt.* 46 , 8072-8079.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). *Prinsiples of Service Marketing and Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lovianevy Firtian Soebali Putri, I. M. (2017). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Go-Jek Menggunakan

- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusantara Mandiri Vol. 13, No.1* , 136-144.
- Lucyanda, J. (2010). Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB). *JRAK Vol. 2* , 1-14.
- Notoatmodjo. (2003). *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineke Cipta Jakarta.
- O'Brien, J. (2004). *Management Information Systems: Managing Information Technology in the Business Enterprise*. North America: McGraw-Hill.
- Oetama, B. S., Wibowo, E., Hartono, E., & Prakoso, S. (2007). *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Onggo, B. J. (2007). *Google is My Salesman*. Bandung, Jawa Barat: PT Syaamil Cipta Media.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi Vol. 19, No. 2* , 55-69.
- Rototo, S. (2007). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kudus: FKIP Universitas Muria Kudus.
- Rusu, R. F., & Shen, K. N. (2012). An Empirical Study on E-banking Acceptance in the United Arab Emirates (UAE). *Journal of Elelctronic Banking Systems Vol. 2012* , 1-9.
- Salehudin, I., & Luthfi, B. A. (2011). Marketing Impact of Halal Labelling toward Indonesian Moeslim Consumer's Behavioral Intention. *Asian Marketing Journal Vol. 3, No.1* , 35-44.
- Santosa, B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sayekti, F., & Pulasna, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 9. No.3* , 196-209.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis , Vol 9*, 23-26.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.

- Supriyati, & Cholil, M. (2017). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 17, No.1* , 81-102.
- UII. (2017, Desember 1). *Program Pendidikan*. Dipetik March 23, 2018, dari Universitas Islam Indonesia: www.uii.ac.id
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 8 tentang Perlindungan Komsumen 1999, <http://sireka.pom.go.id/requirement/UU-8-1999-Perlindungan-Konsumen.pdf>
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *ResearchGate* , 1-9.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

LAMPIRAN 1
Kuesioner

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa UII)”

I. Identitas Responden

Nama :
NIM :
Jurusan/Fakultas :

II. Petunjuk pengisian

1. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan intensitas, niat serta dorongan mahasiswa dalam pemanfaatan Go-Food.
2. Responden hanya perlu memilih dengan cara mencentang skala yang diberikan dari angka 1 sampai dengan 5. Angka 1 menunjukkan bahwa responden “Sangat Tidak Setuju”, angka 2 “Tidak Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Setuju” serta angka 5 “Sangat Setuju” atas pernyataan yang diberikan, semakin besar skala dalam kuesioner ini menunjukkan tingkat persetujuan responden atas pernyataan yang diberikan.

III. Pengisian Kuesioner

Sikap Penggunaan

Pernyataan					
Saya berfikir bahwa dengan menggunakan layanan Go-Food merupakan ide yang baik.					
Setidaknya saya memanfaatkan layanan Go-Food sekali dalam satu minggu.					

Saya terbiasa memanfaatkan Go-Food, bahkan dalam keadaan yang tidak terdesak sekalipun.					
---	--	--	--	--	--

Norma Subjektif

Pernyataan					
Informasi dari Go-Food tersedia di berbagai media.					
Saya mengetahui Go-Food dari lingkungan saya (media sosial, teman, keluarga, iklan, lainnya).					
Saya mengetahui cara menggunakan Go-Food dari lingkungan saya.					
Cara menggunakan Go-Food mudah di akses.					
Lingkungan saya memberikan informasi mengenai Go-Food dan cara penggunaannya.					
Saya terbiasa menggunakan layanan Go-Food dikarenakan lingkungan sekitar atau teman-teman saya sering menggunakannya juga.					

Kontrol Perilaku Persepsian

Pernyataan					
Saya berusaha untuk memanfaatkan layanan Go-Food hanya dalam keadaan yang mendesak.					
Sebisa mungkin dalam memenuhi					

kebutuhan konsumsi, saya berusaha untuk mendapatkannya sendiri.					
Saya lebih memilih untuk menahan rasa lapar saya, daripada harus menggunakan layanan Go-Food pada malam hari.					

Kegunaan

Pernyataan					
Menurut saya, keberadaan Go-Food sangat bermanfaat bagi mahasiswa.					
Go-Food sangat berguna pada saat mendesak maupun tidak mendesak					
Go-Food sangat menunjang dalam hal penyediaan kebutuhan konsumsi saya.					

Kemudahan Penggunaan

Pernyataan					
Saya memahami cara penggunaan layanan Go-Food.					
Menurut saya, Go-Food mudah sekali dalam hal mengoperasikannya.					
Dalam waktu pembelajaran yang singkat, saya sudah bisa menguasai cara penggunaan layanan Go-Food.					
Saya merasa Go-Food mempermudah					

mahasiswa dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumsi.					
--	--	--	--	--	--

Pemanfaatan Go-Food

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya berfikir bahwa dengan memanfaatkan layanan Go-Food merupakan ide yang baik.					

LAMPIRAN 2
Data Kuesioner

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
2	1	1	3	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	1	1	3	4	3	3	3	1	5	5	5	3	3	1	4	3	3	3	3
3	3	2	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	4	2	5	5	5	5	2
5	2	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
5	1	2	3	2	2	5	2	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	3
5	1	1	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5
5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4	5
5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	2	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	1	2	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	4	5	4	4	3	2	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4
5	3	3	3	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	2	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	2	5	5	5	3	5
4	2	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2	3	5	5	3	5	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5
2	3	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5	2	3	3	4	4	4	3	4
4	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	1	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	2	2	5	4	4	5	3	2	5	5	5	3	3	2	4	4	3	4	4
5	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5

4	1	3	3	1	1	5	1	1	5	5	2	3	5	1	5	5	5	4	2
5	3	2	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5
3	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2	3	4	4	5	5	4	2	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
3	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3
4	1	1	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	2
2	2	1	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	4	4	4	5
5	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	2	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	2	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4
1	1	1	2	4	3	5	3	1	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3
4	2	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
3	1	2	2	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4
5	3	2	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	3	3	3	4	3	2	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4
5	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4
5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	2	4	4	5	4	5	4	3	2	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4
5	2	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	2	1	4	3	3	5	3	2	5	4	5	3	4	2	4	4	4	3	4
5	3	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
4	1	1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3
3	1	1	4	5	5	5	5	3	4	5	4	3	3	3	5	5	5	3	4
5	1	1	3	4	2	5	3	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
4	1	1	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	2	4	3	4	5	4
5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	2	2	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	3	2	4	4	3	3	4
5	2	1	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4
5	1	1	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3
5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5

4	1	1	5	3	3	4	3	2	5	5	5	4	3	2	5	4	5	4	2
5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	1	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	3	3	4
4	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	3	5	5	3	5	3	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
3	2	2	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4	1	4	4	5	2	5
5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
4	2	1	3	4	4	4	4	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	4	5	2	5	4	2	5	5	5	3	3	2	5	5	5	3	4
4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
5	2	2	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	2	4	2	5	2	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	1	2	4	5	5	5	4	1	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3
5	1	1	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4
5	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4
4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4
5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	4	5	2	2	5	4	5	5	5	1	5	5	5	4	5
4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3
3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3
5	2	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3
5	4	3	3	5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3
5	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	3	2	3	5	5	5	4	2	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4
4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
5	2	2	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	2	4	5	5	2	3

5	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
4	2	1	2	4	4	4	3	1	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	3	5	3	3	4	4	4	5	5	2	5	5	5	3	5
3	1	1	3	2	2	3	4	1	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4
5	3	2	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4
5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	3	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
5	4	3	2	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	2	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3
1	2	2	3	4	4	4	3	1	3	5	3	4	3	2	4	4	4	3	2
5	1	2	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4
1	1	1	4	5	1	3	2	1	1	5	1	5	5	1	1	3	3	5	5
4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	1	1	4	5	4	4	4	3	5	5	5	3	3	3	4	3	3	3	3
2	2	2	4	3	2	4	2	2	2	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	2	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	3	4	3	5	4	5	4	3	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4
5	2	2	4	5	5	5	5	2	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
5	2	2	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4
1	1	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5
5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4
1	2	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4
4	1	1	3	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
5	3	4	3	5	3	4	3	2	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4
5	2	4	3	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

5	2	2	3	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4
3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	1	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	1	3	3	3	3	2
2	3	2	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3
5	1	4	4	3	2	4	2	3	4	4	4	5	4	1	5	5	5	5	5
1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3
5	3	3	3	5	4	5	4	3	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	5	2	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	2	2	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	2	3	3	3	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	2	5	5
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3
Transformasi Data Kuesioner

X1	X2	X3	X4	X5	Y
4,67	4,67	4	4,67	5	4
1,33	3,5	5	3,67	3,5	3
5	5	4	5	5	5
2	2,83	5	2,33	3,25	3
2,67	4,5	4	3,67	5	2
3	4,33	5	4,33	4,5	5
2,67	2,67	5	4	4,75	3
2,33	3,67	5	4,33	3	5
3,67	3,83	4	4	4	4
3	3,67	3,5	3,67	3	4
5	5	5	3,67	4,25	5
3,33	5	5	5	5	5
3,67	4,67	5	4,67	5	4
2,67	4,5	5	5	5	5
3	3,67	3,5	4	4	4
3,67	3,83	5	4,33	5	5
4,33	3,83	4	4,67	4,25	4
4	2,67	4	4	4	4
3,67	3,67	4	4,33	4	4
3,67	4	3	4,33	4,25	4
4,33	3,83	4	4,67	4,25	4
3,67	4	5	3	4,5	5
2,67	3	4	4	4	4
3,33	4,33	3,5	5	5	5
4,33	5	5	4	4	5
4,67	4	5	5	4,25	5
4	4,83	4	4	4,75	5
3	3,67	5	2,67	3,75	4
2	3,83	4	4,67	4	4
2,33	4,5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
3,67	4,33	5	5	4,5	4
2,67	3,83	5	2,67	3,75	4
3,67	4,5	5	4,33	4,5	5
2,67	2	3,5	3	4,75	2
3,33	4,33	5	4	4	5
2,33	3,83	4	4	4	4

3,33	4	4	4	4,25	4
2,67	4,5	5	4,33	5	4
4	4,83	4	4,33	4	4
4	4,67	4	5	5	5
3,33	4,67	5	3,67	4,5	3
2	3,67	5	4	4,5	2
1,67	4,17	4	3,67	4	5
3,33	3,67	4	4,67	4,25	4
3	5	5	5	5	5
3,33	4,33	5	4,33	5	5
3,33	3,83	4	3,33	4,25	4
1	3	4	3	4	3
3	3,67	5	4	5	3
3,33	4	5	4,33	4,5	4
3	4	4	4	4	4
2,67	3,83	4	3,67	4	3
4	4	4	4,67	4	5
2	3,17	4	3,67	4,5	4
3,33	3,83	4	4,67	4,25	5
5	4,33	5	5	5	5
2,67	3	5	4	4,25	4
3	4,17	4	3,33	4,5	4
4	3,83	4	4,67	4,5	5
3,33	4,17	2	4,33	4,75	4
3,67	3,83	4	4	4,25	4
2,33	3,33	5	3	3,75	4
4	3,83	4	4	4,75	5
2	4,33	5	4,67	5	3
1,67	4,5	4	3	4,5	4
2,33	3	5	4,33	5	4
2	4	4	3,33	4	4
3	3,83	4	4	4	5
2,33	4,17	4	3	3,5	4
2,67	4,5	5	4	4,75	4
2,33	4,5	4	4	4,5	3
3,67	4,83	5	3,67	5	5
2	3,33	5	3	4,5	2
4	3,67	4	3,67	4	4
2,67	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	5
3	5	5	5	5	5

2,67	4,5	5	4,33	3,5	4
2,67	3,83	2	3,33	3,5	4
4,67	4,83	3	4,67	5	5
3,67	3,83	4	4,67	5	5
2,33	3,83	4	3	3,75	5
4	5	5	3,67	5	5
2,33	3,33	4	3	3	3
2	3,67	5	2,67	4,5	4
2,67	3,83	4	3,33	3,75	4
3	3,67	2	4	4	4
4	3	4	4	5	5
2,67	4	4	4,33	5	3
2,33	3,33	5	3,67	5	4
4	4,83	3	4,33	4,25	4
2	4	4	3,33	4,25	4
4	4,67	5	5	5	5
4,33	3,83	5	3,67	4,75	5
2,67	5	5	4,33	5	5
3,33	4	4	4	4	4
3,67	4,5	5	5	5	5
4	4,67	5	4,33	5	5
4,33	4,67	5	5	5	5
3	4,17	4	3,67	4	4
4	4	4	4,67	4,5	5
4	3,67	3	3,33	3,75	4
2,33	3,67	3	3,67	4	3
3,33	3,67	5	3,67	4	3
2,33	3,83	4	3,33	3,75	3
2,67	4,83	5	3,33	3,75	3
4	4,17	3	4	4,75	3
4,67	3,83	4	4	4	5
3,33	4	4	3,67	4,25	4
3,33	4,17	3	4	4	5
3	4,33	5	3	4	3
3,67	4,67	4	5	5	5
4	4,83	4	5	5	5
3	3,83	4	4	4	4
4	4,17	4	4,67	4,75	5
2,33	3	4	3,33	4	4
5	3,83	4	4	4,5	5
1,67	2,5	4	2,67	3	4

3,33	3,17	4	3,67	4	4
3,67	4,5	4	4,67	5	5
5	4,17	4	5	5	5
3	3,5	4	3,33	3,5	3
4	4,33	4	4,33	4,5	5
3	3,83	4	4,33	4	4
3,33	3,33	4	3,33	4	3
1,67	3,17	3	3	3,75	2
2,67	4	5	4,67	5	5
4	3,83	3	3,67	4	4
2,67	4	3	3,67	4,5	4
1	2,67	1	3,67	3	5
3	3,67	4	3,67	4	3
2	4	5	3	3,25	3
2	2,83	2	4,67	5	4
4	4,33	3	5	5	5
3	3,83	4	4	4	4
3,67	4,83	4	4,67	5	5
4	4	3	4,33	4,5	4
3	4,33	5	3,67	5	5
4,33	4,83	4	4,33	4,75	5
3	3,5	3	4	3,5	4
3	4,33	5	3,33	4	4
2,33	4,5	3	4	3,75	5
4,67	4	3	5	4,5	4
1,67	4,17	5	4,33	4	2
5	5	5	5	5	5
4,33	3,33	3	4,67	4,75	4
2	3,33	5	3,67	4	4
4	3,33	4	3,67	4,5	4
3,67	4	5	4,33	4,75	5
4	4	4	4,67	4	4
3	3,67	4	4,33	4,75	4
4	4	4	4	4	4
3	4,67	3	4,67	5	4
2	5	5	4,67	5	4
2,33	5	5	5	5	5
1,33	4,33	5	3,67	3	2
2,33	3	4	3,33	3,25	3
3,33	3	4	3,33	5	5
1,67	4	2	4,33	4	4

3,33	4,67	4	5	4,5	3
3,67	4	5	4	4	4
2,33	3,33	5	5	5	3
2,67	3,17	4	3,67	4	4
5	4,33	3	5	5	5
3,67	3,5	5	4,33	4	4
4,33	4,83	4	5	3,75	5
3,67	4	4	4,33	4	4
3	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 4
Transformasi Data Kuesioner Untuk Uji Park

Ln<i>e</i>i1	LnX1	LnX2	LnX3	LnX4	LnX5
-0,15	1,54	1,54	1,39	1,54	1,61
-2,45	0,29	1,25	1,61	1,3	1,25
-3,46	1,61	1,61	1,39	1,61	1,61
-6,05	0,69	1,04	1,61	0,85	1,18
1,43	0,98	1,5	1,39	1,3	1,61
-0,47	1,1	1,47	1,61	1,47	1,5
-0,78	0,98	0,98	1,61	1,39	1,56
0,43	0,85	1,3	1,61	1,47	1,1
-3,03	1,3	1,34	1,39	1,39	1,39
-3,76	1,1	1,3	1,25	1,3	1,1
-3,48	1,61	1,61	1,61	1,3	1,45
-2,03	1,2	1,61	1,61	1,61	1,61
-1,04	1,3	1,54	1,61	1,54	1,61
-0,76	0,98	1,5	1,61	1,61	1,61
-8,01	1,1	1,3	1,25	1,39	1,39
-0,82	1,3	1,34	1,61	1,47	1,61
-1,06	1,47	1,34	1,39	1,54	1,45
-5,48	1,39	0,98	1,39	1,39	1,39
-2,73	1,3	1,3	1,39	1,47	1,39
-2,04	1,3	1,39	1,1	1,47	1,45
-1,06	1,47	1,34	1,39	1,54	1,45
-0,11	1,3	1,39	1,61	1,1	1,5
-2,55	0,98	1,1	1,39	1,39	1,39
-1,44	1,2	1,47	1,25	1,61	1,61
-2,23	1,47	1,61	1,61	1,39	1,39
-3,09	1,54	1,39	1,61	1,61	1,45
-1,8	1,39	1,58	1,39	1,39	1,56
-2,11	1,1	1,3	1,61	0,98	1,32
-3,69	0,69	1,34	1,39	1,54	1,39
-3,09	0,85	1,5	1,61	1,61	1,61
-3,65	1,61	1,61	1,61	1,61	1,61
-1,15	1,3	1,47	1,61	1,61	1,5
-1,75	0,98	1,34	1,61	0,98	1,32
-1,21	1,3	1,5	1,61	1,47	1,5
0,58	0,98	0,69	1,25	1,1	1,56
-0,47	1,2	1,47	1,61	1,39	1,39
-3,23	0,85	1,34	1,39	1,39	1,39

-3,57	1,2	1,39	1,39	1,39	1,45
-3,52	0,98	1,5	1,61	1,47	1,61
-0,96	1,39	1,58	1,39	1,47	1,39
-3,12	1,39	1,54	1,39	1,61	1,61
0,43	1,2	1,54	1,61	1,3	1,5
1,03	0,69	1,3	1,61	1,39	1,5
0,68	0,51	1,43	1,39	1,3	1,39
-2,87	1,2	1,3	1,39	1,54	1,45
-1,52	1,1	1,61	1,61	1,61	1,61
-0,84	1,2	1,47	1,61	1,47	1,61
-8,49	1,2	1,34	1,39	1,2	1,45
-7,83	0	1,1	1,39	1,1	1,39
0,04	1,1	1,3	1,61	1,39	1,61
-2,86	1,2	1,39	1,61	1,47	1,5
-6,08	1,1	1,39	1,39	1,39	1,39
-0,36	0,98	1,34	1,39	1,3	1,39
-1,41	1,39	1,39	1,39	1,54	1,39
-1,41	0,69	1,15	1,39	1,3	1,5
-0,65	1,2	1,34	1,39	1,54	1,45
-8,78	1,61	1,47	1,61	1,61	1,61
-2,54	0,98	1,1	1,61	1,39	1,45
-7,06	1,1	1,43	1,39	1,2	1,5
-1,39	1,39	1,34	1,39	1,54	1,5
-2,15	1,2	1,43	0,69	1,47	1,56
-2,89	1,3	1,34	1,39	1,39	1,45
-1,16	0,85	1,2	1,61	1,1	1,32
-0,93	1,39	1,34	1,39	1,39	1,56
0	0,69	1,47	1,61	1,54	1,61
-1,62	0,51	1,5	1,39	1,1	1,5
-2,65	0,85	1,1	1,61	1,47	1,61
-1,78	0,69	1,39	1,39	1,2	1,39
-0,02	1,1	1,34	1,39	1,39	1,39
-1,97	0,85	1,43	1,39	1,1	1,25
-4,94	0,98	1,5	1,61	1,39	1,56
-0,04	0,85	1,5	1,39	1,39	1,5
-1,07	1,3	1,58	1,61	1,3	1,61
0,65	0,69	1,2	1,61	1,1	1,5
-3,08	1,39	1,3	1,39	1,3	1,39
-5,74	0,98	1,39	1,39	1,39	1,39
-0,06	1,1	1,39	1,61	1,39	1,39
-1,52	1,1	1,61	1,61	1,61	1,61

-5,06	0,98	1,5	1,61	1,47	1,25
-2,88	0,98	1,34	0,69	1,2	1,25
-7,79	1,54	1,58	1,1	1,54	1,61
-1,11	1,3	1,34	1,39	1,54	1,61
0,72	0,85	1,34	1,39	1,1	1,32
-1,63	1,39	1,61	1,61	1,3	1,61
-1,78	0,85	1,2	1,39	1,1	1,1
-0,97	0,69	1,3	1,61	0,98	1,5
-2,74	0,98	1,34	1,39	1,2	1,32
-10,04	1,1	1,3	0,69	1,39	1,39
-0,45	1,39	1,1	1,39	1,39	1,61
0,15	0,98	1,39	1,39	1,47	1,61
-2,18	0,85	1,2	1,61	1,3	1,61
-0,86	1,39	1,58	1,1	1,47	1,45
-1,85	0,69	1,39	1,39	1,2	1,45
-2,96	1,39	1,54	1,61	1,61	1,61
-0,98	1,47	1,34	1,61	1,3	1,56
-0,67	0,98	1,61	1,61	1,47	1,61
-3,76	1,2	1,39	1,39	1,39	1,39
-1,99	1,3	1,5	1,61	1,61	1,61
-1,98	1,39	1,54	1,61	1,47	1,61
-4,2	1,47	1,54	1,61	1,61	1,61
-8,79	1,1	1,43	1,39	1,3	1,39
-1,54	1,39	1,39	1,39	1,54	1,5
-3,89	1,39	1,3	1,1	1,2	1,32
-0,69	0,85	1,3	1,1	1,3	1,39
-0,02	1,2	1,3	1,61	1,3	1,39
-0,89	0,85	1,34	1,39	1,2	1,32
-0,1	0,98	1,58	1,61	1,2	1,32
0,76	1,39	1,43	1,1	1,39	1,56
-1,53	1,54	1,34	1,39	1,39	1,39
-4,7	1,2	1,39	1,39	1,3	1,45
-0,46	1,2	1,43	1,1	1,39	1,39
-0,24	1,1	1,47	1,61	1,1	1,39
-2,31	1,3	1,54	1,39	1,61	1,61
-3,5	1,39	1,58	1,39	1,61	1,61
-9,09	1,1	1,34	1,39	1,39	1,39
-1,78	1,39	1,43	1,39	1,54	1,56
-1,27	0,85	1,1	1,39	1,2	1,39
-2,21	1,61	1,34	1,39	1,39	1,5
0,11	0,51	0,92	1,39	0,98	1,1

-4,49	1,2	1,15	1,39	1,3	1,39
-1,71	1,3	1,5	1,39	1,54	1,61
-9,61	1,61	1,43	1,39	1,61	1,61
-0,55	1,1	1,25	1,39	1,2	1,25
-1,55	1,39	1,47	1,39	1,47	1,5
-4,97	1,1	1,34	1,39	1,47	1,39
-0,3	1,2	1,2	1,39	1,2	1,39
0,41	0,51	1,15	1,1	1,1	1,32
-0,29	0,98	1,39	1,61	1,54	1,61
-2,63	1,39	1,34	1,1	1,3	1,39
-5,01	0,98	1,39	1,1	1,3	1,5
1,35	0	0,98	0	1,3	1,1
-0,21	1,1	1,3	1,39	1,3	1,39
-1,58	0,69	1,39	1,61	1,1	1,18
-2,51	0,69	1,04	0,69	1,54	1,61
-2,63	1,39	1,47	1,1	1,61	1,61
-9,09	1,1	1,34	1,39	1,39	1,39
-2,1	1,3	1,58	1,39	1,54	1,61
-1,46	1,39	1,39	1,1	1,47	1,5
-0,2	1,1	1,47	1,61	1,3	1,61
-2,94	1,47	1,58	1,39	1,47	1,56
-5,1	1,1	1,25	1,1	1,39	1,25
-6,46	1,1	1,47	1,61	1,2	1,39
0,1	0,85	1,5	1,1	1,39	1,32
-0,36	1,54	1,39	1,1	1,61	1,5
1,09	0,51	1,43	1,61	1,47	1,39
-3,65	1,61	1,61	1,61	1,61	1,61
-1,29	1,47	1,2	1,1	1,54	1,56
-1,37	0,69	1,2	1,61	1,3	1,39
-3,53	1,39	1,2	1,39	1,3	1,5
-0,89	1,3	1,39	1,61	1,47	1,56
-1,36	1,39	1,39	1,39	1,54	1,39
-4,76	1,1	1,3	1,39	1,47	1,56
-2,04	1,39	1,39	1,39	1,39	1,39
-1,74	1,1	1,54	1,1	1,54	1,61
-3,83	0,69	1,61	1,61	1,54	1,61
-0,78	0,85	1,61	1,61	1,61	1,61
0,74	0,29	1,47	1,61	1,3	1,1
-1,71	0,85	1,1	1,39	1,2	1,18
0,29	1,2	1,1	1,39	1,2	1,61
-2,66	0,51	1,39	0,69	1,47	1,39

0,88	1,2	1,54	1,39	1,61	1,5
-2,85	1,3	1,39	1,61	1,39	1,39
-0,1	0,85	1,2	1,61	1,61	1,61
-2,31	0,98	1,15	1,39	1,3	1,39
-6,18	1,61	1,47	1,1	1,61	1,61
-3,2	1,3	1,25	1,61	1,47	1,39
-3,84	1,47	1,58	1,39	1,61	1,32
-2,22	1,3	1,39	1,39	1,47	1,39
-6,08	1,1	1,39	1,39	1,39	1,39

LAMPIRAN 5
Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sikap Penggunaan 1	75,8757	69,824	,495	,852
Sikap Penggunaan 2	77,5385	69,179	,444	,855
Sikap Penggunaan 3	77,5385	69,250	,425	,857
Norma Subjektif 1	76,3077	72,810	,432	,854
Norma Subjektif 2	75,8284	72,560	,502	,852
Norma Subjektif 3	76,2071	70,701	,494	,852
Norma Subjektif 4	75,6568	72,810	,627	,850
Norma Subjektif 5	76,1775	71,171	,494	,852
Norma Subjektif 6	76,8698	67,900	,496	,853
Kontrol Perilaku Persepsian 1	75,9645	75,296	,237	,861
Kontrol Perilaku Persepsian 2	75,6686	78,532	,041	,865
Kontrol Perilaku Persepsian 3	76,0237	74,797	,259	,861
Kegunaan 1	75,7988	72,590	,531	,851
Kegunaan 2	75,9172	73,303	,438	,854
Kegunaan 3	76,6095	68,263	,567	,848
Kemudahan Penggunaan 1	75,7515	72,307	,594	,850
Kemudahan Penggunaan 2	75,7988	72,162	,606	,850
Kemudahan Penggunaan 3	75,8284	72,726	,532	,852
Kemudahan Penggunaan 4	75,9763	72,630	,493	,852
Pemanfaatan Go-Food	76,0355	71,403	,521	,851

LAMPIRAN 6
Hasil Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	3

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,784	6

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	3

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,662	3

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

LAMPIRAN 7
Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		169
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,66241030
	Absolute	,080
Most Extreme Differences	Positive	,045
	Negative	-,080
Kolmogorov-Smirnov Z		1,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		,227

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	1,164	,493				2,361
Sikap Penggunaan	,314	,068	,348	4,627	,000	,721	1,386
Norma Subjektif	,223	,105	,165	2,127	,035	,679	1,473
1 Kontrol Perilaku persepsian	-,017	,069	-,016	-,239	,811	,891	1,122
Kegunaan	,218	,111	,173	1,969	,051	,533	1,877
Kemudahan Penggunaan	,062	,120	,042	,515	,607	,612	1,633

a. Dependent Variable: Pemanfaatan Go-food

Autokorelasi

Model Summary^b

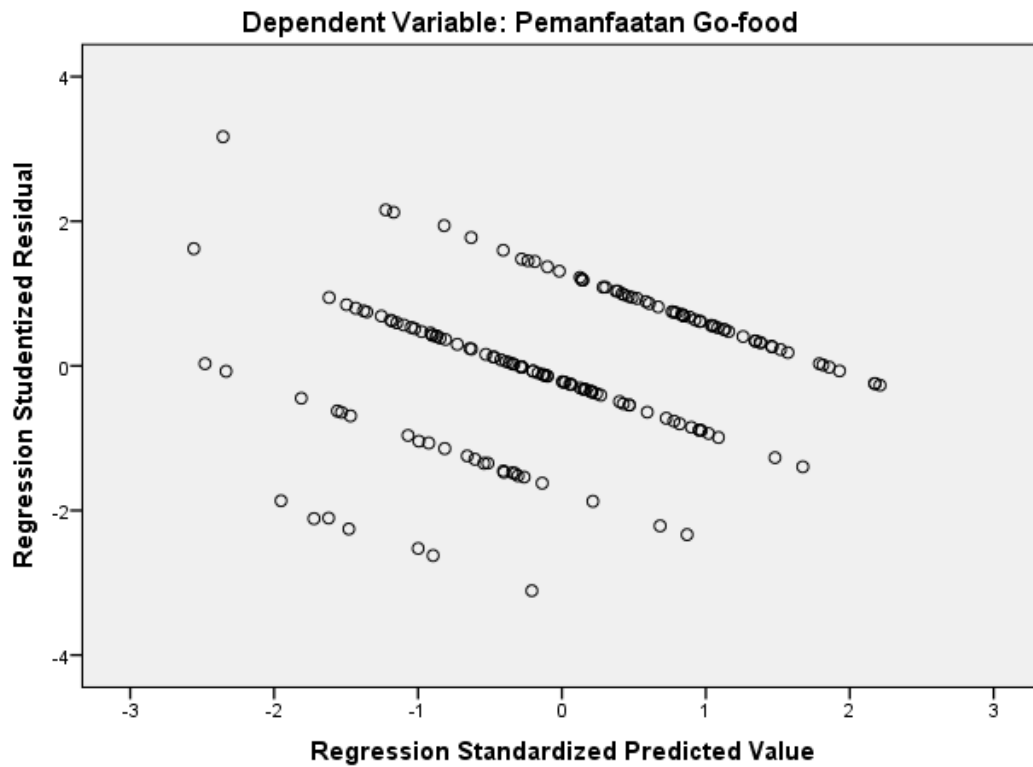
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,577 ^a	,333	,313	,67249	2,130

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kontrol Perilaku persepsian, Sikap Penggunaan, Norma Subjektif, Kegunaan

b. Dependent Variable: Pemanfaatan Go-food

Heterokedastisitas

Scatterplot



Uji Park

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4,147	2,330		-1,780	,077
Ln _{x1}	-1,711	,679	-,225	-2,518	,013
Ln _{x2}	-,116	1,355	-,008	-,085	,932
Ln _{x3}	1,000	,828	,097	1,208	,229
Ln _{x4}	-,428	1,475	-,030	-,290	,772
Ln _{x5}	2,135	1,726	,119	1,237	,218

a. Dependent Variable: Lnei1

LAMPIRAN 8
Regresi

Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,164	,493		2,361	,019
Sikap Penggunaan	,314	,068	,348	4,627	,000
Norma Subjektif	,223	,105	,165	2,127	,035
Kontrol Perilaku persepsian	-,017	,069	-,016	-,239	,811
Kegunaan	,218	,111	,173	1,969	,051
Kemudahan Penggunaan	,062	,120	,042	,515	,607

a. Dependent Variable: Pemanfaatan Go-food

Hasil R Square (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,577 ^a	,333	,313	,67249

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kontrol Perilaku persepsian, Sikap Penggunaan, Norma Subjektif, Kegunaan

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	36,875	5	7,375	16,308	,000 ^b
Residual	73,716	163	,452		
Total	110,592	168			

a. Dependent Variable: Pemanfaatan Go-food

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kontrol Perilaku persepsian, Sikap Penggunaan, Norma Subjektif, Kegunaan