

SKRIPSI

Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile* TIX ID Menggunakan Model UTAUT 2 *Extend* Anny Mardjo



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH
JAKARTA
2020 M/ 1441 H**

SKRIPSI

Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile TIX ID* Menggunakan Model UTAUT 2 *Extend* Anny Mardjo



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH
JAKARTA
2020 M/ 1441 H**

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI *MOBILE TIX ID* MENGGUNAKAN
MODEL UTAUT 2 *EXTEND* ANNY MARDJO**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sistem Informasi


Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Oleh:

DESTI NURAINI

11150930000008



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH
JAKARTA
2020 M/ 1441 H**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile TIX ID* Menggunakan
Model UTAUT 2 *Extend* Anny Mardjo**

Disusun Oleh:

DESTI NURAINI

NIM: 11150930000008

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Zulfandiari, MMSI

NIP. 19700130 200501 1 003



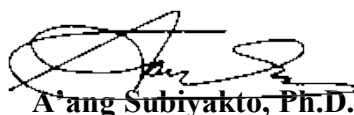
Nuryasin, M.Kom

NIP. 19760715 201101 1 005

Mengetahui,

Ketua Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta



A'ang Subiyakto, Ph.D.

NIP. 19760219 200710 1 002

PENGESAHAN UJIAN

Skripsi yang berjudul **Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile TIX ID Menggunakan Model UTAUT 2 Extend Anny Mardjo** telah diuji dan dinyatakan lulus dalam sidang munaqosyah Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi.

Menyetujui,

Penguji I

Nurbojatmiko, M.Kom

NIDN. 0428116703

Penguji II

Evy Nurmiati, MMSI

NIP. 19780215 201411 2 003

Dosen Pembimbing I

Zulfiandri, MMSI

NIP. 19700130 200501 1 003

Dosen Pembimbing II

Nuryasin, M.Kom

NIP. 19760715 201101 1 005

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Sains dan Teknologi



Prof. Dr. Lily Suprayya Eka Putri, M.Env.Stud

NIP. 19690404 200501 2 005

Ketua

Program Studi Sistem Informasi

A'ang Subivakto, Ph.D

NIP. 19760219 200710 1 002

PERNYATAAN

DENGAN INI SAYA MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI BENAR-BENAR HASIL KARYA SENDIRI DAN BELUM PERNAH DIAJUKAN SEBAGAI SKRIPSI ATAU KARYA ILMIAH PADA PERGURUAN TINGGI ATAU LEMBAGA MANAPUN.

Jakarta, Februari 2020

Desti Nuraini
11150930000008



ABSTRAK

Desti Nuraini – 11150930000008. Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile* TIX ID Menggunakan UTAUT 2 *Extend* Anny Mardjo di bawah bimbingan **Zulfiandri** dan **Nuryasin**.

PT. Nusantara Elang Sejahtera merilis sebuah aplikasi *mobile* TIX ID yang merupakan aplikasi pembelian tiket bioskop *online* yang bermain pada *platform smartphone*. Dimana pengguna dapat membeli tiket bioskop dimanapun dan kapanpun tanpa harus menunggu antrian. TIX ID merupakan aplikasi yang dapat dikatakan masih baru dengan pencapaian lebih dari lima juta pengunduh dan rating tertinggi mencapai 4.7/5 dibandingkan dengan aplikasi *mobile* pemesanan tiket bioskop lainnya seperti M-tix dan Cinemaxx berdasarkan *Google Play Store* Agustus 2019. Perbedaan jumlah pengunduh dan rating yang diraih oleh aplikasi *mobile* TIX ID menimbulkan pertanyaan dari aplikasi *mobile* pemesanan tiket bioskop sejenis lainnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT 2) yang digabungkan dengan variabel *trust* dan *perceived risk*. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi *mobile* TIX ID di wilayah JABODETABEK. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Terdapat 235 responden yang digunakan sebagai sampel untuk penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penerimaan atau alasan TIX ID dapat lebih unggul dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembang aplikasi sejenis lainnya. Hal ini dikarenakan penerimaan pengguna merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan implementasi aplikasi. Pengolahan data menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3.0. Hasil dari penelitian ini adalah *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit* mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi dan *Facilitating Conditions*, *Habit* dan *Behavioral Intention* mempengaruhi perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Dari 12 pengukuran empat pengukuran ditolak yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Trust* dan *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi sejenis lainnya guna memenangkan persaingan.

Kata kunci : Penerimaan, TIX ID, UTAUT 2, PLS-SEM.

V Bab + xiv Halaman + 128 Halaman + 18 Gambar + 15 Tabel + Daftar Pustaka + Lampiran

Pustaka Acuan (70, 2010-2018)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, terutama nikmat sehat sehingga peneliti selalu dalam keadaan baik dan dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile TIX ID* Menggunakan Model *UTAUT 2 Extend* Anny Mardjo”. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti berharap laporan skripsi ini dapat memenuhi persyaratan untuk lulus dan mendapatkan gelar sarjana komputer dari Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Selama pelaksanaan dan penyusunan laporan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Baik dari segi pengetahuan, moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Prof.Dr.Lily Surayya Eka Putri, M.Env.Stud selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
2. Bapak A'ang Subiyakto, Ph.D selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi dan Ibu Nidaul Hasanati, ST., MMSI selaku Sekretaris Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

3. Bapak Zulfiandri, MMSI selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Nuryasin, M.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan perhatian membimbing, memotivasi dan mengingatkan peneliti agar segera menyelesaikan laporan skripsi ini. Peneliti sangat berterimakasih atas ilmu, waktu, tenaga dan arahan yang telah diberikan dalam membimbing peneliti selama proses pelaksanaan dan penyusunan laporan skripsi ini.
4. Dosen-dosen Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang telah memberikan ilmu kepada mahasiswanya selama perkuliahan.
5. Seluruh karyawan Fakultas Sains dan Teknologi yang telah membantu peneliti selama perkuliahan dalam administrasi akademik.
6. Kedua orang tua peneliti Bapak Syahrudin dan Almh. Erlina Wilis serta Kakak-kakak kandung peneliti yang telah mendidik dan selalu memberikan doa, motivasi dan nasehat kepada peneliti sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan..
7. Keluarga besar SI A 2015, khususnya sahabat-sahabat penulis yaitu, Adinda Fitra R.D., Ranti Novela P., Alfia Miranti, Desintia D.A., Tuti Astuti, Uswatun Hasanah, Ova Amalia A., Ashifa A. dan Gina Sajiah yang telah memberikan bantuan baik pengetahuan, motivasi, arahan atau pun material selama peneliti berkuliah.

8. Seluruh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang telah memberikan bantuan langsung maupun tidak langsung kepada peneliti.
9. Ayu, Muthi dan Sekar serta teman-teman KKN Muara 151 yang telah memberikan motivasi dan nasehat kepada peneliti dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung sehingga laporan skripsi ini dapat diselesaikan.

Selain berterimakasih, peneliti juga ingin memohon maaf yang sebesar-besarnya bila dalam menjalankan penelitian ini ada yang kurang berkenan dari pihak peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat dibutuhkan untuk perbaikan dikemudian hari.

Akhir kata, peneliti berharap semoga apa yang telah peneliti kerjakan dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Jakarta, Februari 2020

Desti Nuraini

11150930000008



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PENGESAHAN UJIAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Bagi Peneliti.....	8
1.6.2 Bagi Universitas	9
1.6.3 Bagi Perusahaan.....	9
1.7 Metodologi Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	12
BAB 2 LANDASAN TEORI	14
2.1 Definisi Analisis.....	14
2.2 Definisi Penerimaan Pengguna/ Konsumen	15
2.3 Definisi <i>Internet</i> dan Aplikasi	16
2.3.1 <i>Internet</i>	16
2.3.2 Aplikasi.....	18
2.4 TIX ID	20
2.5 Model Penerimaan Pengguna Terhadap Teknologi Informasi	21

2.6	<i>Unified Theory of Acceptance Use of Technology 2 (UTAUT2)</i>	26
2.6.1	<i>Performance Expectancy</i>	28
2.6.2	<i>Effort Expectancy</i>	30
2.6.3	<i>Social Influence</i>	31
2.6.4	<i>Facilitating Condition</i>	32
2.6.5	<i>Behavioral Intention</i>	33
2.6.6	<i>Use Behavior</i>	33
2.6.7	<i>Hedonic Motivation</i>	34
2.6.8	<i>Price Value</i>	35
2.6.9	<i>Habit</i>	36
2.7	Variabel Moderator	36
2.8	Variabel Trust	37
2.9	Variabel Perceived Risk	37
2.10	Statistik Deskriptif	38
2.11	Penelitian Kuantitatif	38
2.12	Klasifikasi Data	39
2.13	Metode Pengumpulan Data	41
2.13.1	Observasi	41
2.13.2	Wawancara	42
2.13.3	Studi Pustaka	43
2.13.4	Kuesioner	43
2.14	<i>Quantitative Research, Steps for</i>	45
2.15	Populasi dan Sampel	47
2.15.1	Teknik Sampling	48
2.15.2	Metode Penentuan Ukuran Sampel	51
2.16	Skala Likert	53
2.17	<i>Partial Least Square- Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>	54
2.18	SmartPLS	60
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1	Metode Pengumpulan Data	62

3.1.1	Studi Pustaka.....	62
3.1.2	Observasi	70
3.1.3	Kuesioner.....	70
3.2	Metode Penelitian	71
3.2.1	Teori	71
3.2.2	Rancangan Penelitian	72
3.2.3	Populasi dan Sampel	74
3.2.4	Pengumpulan Data dan Analisis	75
3.2.5	Interpretasi Data.....	76
3.3	Kerangka Penelitian	77
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1	Teori.....	78
4.1.1	Gambaran Umum Aplikasi	78
4.2	Rancangan Penelitian	79
4.2.1	Model Penelitian	79
4.2.2	Kuesioner.....	83
4.3	Menentukan Populasi dan Sampel	83
4.3.1	Populasi dan Sampel	83
4.4	Pengumpulan Data dan Analisis	84
4.4.1	Analisis Demografis.....	84
4.4.2	Analisis <i>Outer Model</i>	89
4.4.3	Analisis <i>Inner Model</i>	95
4.5	Interpretasi Data.....	102
4.5.1	Interpretasi Data Demografis.....	102
4.5.2	Interpretasi Data <i>Outer Model</i>	106
4.5.3	Interpretasi Data <i>Inner Model</i>	106
BAB 5	PENUTUP	127
5.1	Kesimpulan	127
5.2	Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model TRA	22
Gambar 2. 2	Model TPB	23
Gambar 2. 3	Model TAM	24
Gambar 2. 4	Model TAM 2	25
Gambar 2. 5	Model UTAUT	27
Gambar 2. 6	Model UTAUT 2	28
Gambar 2. 7	Konstruk dalam SmartPLS 3.0	61
Gambar 3. 1	Tahapan Metode Penelitian.....	71
Gambar 3. 2	Model Penelitian	73
Gambar 3. 3	Kerangka Penelitian	77
Gambar 4. 1	Logo Aplikasi <i>Mobile</i> TIX ID	78
Gambar 4. 2	Data Demografis Jenis Kelamin.....	85
Gambar 4. 3	Data Demografis Usia	86
Gambar 4. 4	Data Demografis Pekerjaan	86
Gambar 4. 5	Data Demografis Domisili	87
Gambar 4. 6	Data Demografis Frekuensi Mengakses Aplikasi <i>Mobile</i> TIX ID	88
Gambar 4. 7	Data Demografis Frekuensi Membeli Tiket Bioskop Melalui Aplikasi <i>Mobile</i> TIX ID.....	89
Gambar 4. 8	Gambar Hasil Pengujian	119



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perbandingan Jumlah Pengunduh dan Rating Aplikasi <i>Mobile</i> Pemesanan Tiket Bioskop	4
Tabel 2. 1	Bobot Penilaian Skala Likert	53
Tabel 3. 1	Penelitian Sejenis	64
Tabel 4. 1	Indikator Penelitian	81
Tabel 4. 2	Nilai <i>Outer Loading</i>	90
Tabel 4. 3	Nilai <i>Composite Reliability</i>	91
Tabel 4. 4	Nilai <i>Average Variance Extract (AVE)</i>	93
Tabel 4. 5	Nilai <i>Cross Loading</i>	94
Tabel 4. 6	Nilai <i>Cross Loading Fornell-Lacker's</i>	95
Tabel 4. 7	Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	96
Tabel 4. 8	Hasil Uji <i>Coefficient of Determination</i>	97
Tabel 4. 9	Hasil Uji <i>T-Test</i>	98
Tabel 4. 10	Hasil Uji <i>Effect Size</i>	99
Tabel 4. 11	Hasil Uji <i>Relative Impact</i>	101
Tabel 4.12	Hasil Pengukuran Aplikasi <i>Mobile</i> TIX ID.....	123



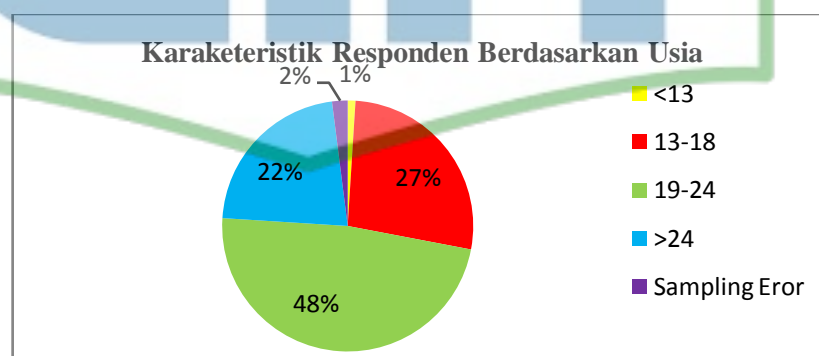
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan bioskop di Indonesia saat ini sudah semakin maju, data Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI) saat ini sudah berdiri 1.861 layar bioskop yang telah tersebar di Indonesia. Yang bukan lain menampilkan film dengan berbagai jenis *genre* baik buatan luar negeri maupun film buatan anak negeri, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana hiburan. (CNN Indonesia, Mei 2019). Menurut (Hermanto, 2017) hiburan sangat dibutuhkan bagi setiap individu untuk menghilangkan stres akibat efek dari terlalu banyak mengerjakan aktivitas.

Berdasarkan hasil survei dari Lembaga Penelitian, Pembangunan, dan Pengabdian Masyarakat Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta pada tahun 2015.



Gambar 1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

(Bahurekso, 2015)

Mayoritas masyarakat di Indonesia yang menonton film di bioskop pada kelompok umur 19-24 tahun dengan presentase sebesar 48% dan mayoritas memiliki latar belakang pendidikan S1 atau diploma. Lembaga melakukan survei kepada 1.100 responden di kota besar di Indonesia antara lain Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Makasar, Medan, Banjarmasin, dan Ambon. Selain itu juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Suwanto, 2016) dimana dari 454 responden menunjukan umur 18-23 tahun memiliki presentase paling tinggi yaitu 70,7% sebagai mayoritas penonton bioskop.

Pemesanan tiket bioskop secara *online* dapat mempersingkat waktu pelanggan dalam membeli tiket (Jones, 2011). Terdapat sejumlah antrian panjang untuk pembelian tiket bioskop dikasir bahkan bisa mencapai 200 orang atau lebih. Maka dari itu dalam struktur penjualan tiket, pemesanan tiket bioskop secara online merupakan hal yang baik karena dengan adanya pemesanan tiket secara online, akan mengurangi tingkat antrian dikasir pemesanan tiket bioskop tersebut.

Keinginan masyarakat untuk memperoleh kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari mendorong pesatnya kemajuan teknologi. Seperti *internet*, dimana fakta yang tidak bisa ditolak saat ini yaitu hampir segala hal dapat diperoleh dengan (Hutahean & Purba, 2016). Dengan kemajuan teknologi menggunakan *internet* seperti adanya *mobile commerce* memungkinkan seseorang untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi dengan bebas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Bawa, 2016).

Cineplex 21 group merupakan salah satu perusahaan pertunjukan bioskop di Indonesia yang telah mengembangkan layanan pembelian tiket berbasis *internet*. Hal tersebut dilakukan melalui jaringan bioskopnya yaitu Cinema XXI. Cineplex 21 membuat aplikasi buatannya sendiri dengan nama Cinema 21 yang rilis pada 26 Agustus 2015, dimana aplikasi menggunakan kartu kredit atau debit untuk membayar tiket bioskop. Dalam mengembangkan penjualannya, Cineplex 21 menggunakan vendor aplikasi pihak ketiga guna memaksimalkan penjualan tiket secara *online* yaitu berkerjasama dengan TIX ID. TIX ID merupakan aplikasi kedua yang bekerja sama dengan Cinemax 21. Selain bekerja sama dengan Cinemax 21, TIX ID juga bekerja sama dengan CGV pada 30 September 2019 sebagai salah satu perusahaan layanan pertunjukan bioskop di Indonesia.

TIX ID merupakan sebuah aplikasi pembelian tiket bioskop online yang bermain pada *platform smartphone*. Dimana pengguna dapat membeli tiket bioskop dimanapun dan kapanpun tanpa harus menunggu antrian. Konsep pembelian tiket bioskop diintegrasikan dengan pihak ketiga yaitu DANA sebagai konsep uang digital yang terintegrasi dengan beberapa aplikasi besar seperti Bukalapak dan Ramayana. TIX ID telah menjadi salah satu aplikasi *entertainment* yang paling berkembang pada tahun ini dengan pilihan bioskop yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia. TIX ID dirilis pada 21 Maret 2018 dan telah diunduh lebih dari lima juta pelanggan di *Apps Store* ataupun *Google Play Store*.

Dari hasil observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat lebih dari 5 juta orang yang telah mengunduh aplikasi *mobile* TIX ID melalui *smartphone*.

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pengunduh dan Rating Aplikasi *Mobile* Pemesanan Tiket Bioskop (*Google Play Store*, Agustus 2019)

No.	Nama Aplikasi	Tahun Rilis	Jumlah Pengunduh Hingga Saat Ini	Rating/5
1	CGV	November 2014	1 Juta	3.9
2	Cinemaxx	Mei 2015	1 Juta	3.9
3	M-Tix	Agustus 2015	5 Juta	4.2
4	TIX ID	Maret 2018	5 Juta	4.7

Berdasarkan tabel 1.1 aplikasi *mobile* TIX ID berbeda dengan aplikasi *mobile* pemesanan tiket bioskop lainnya, TIX ID merupakan aplikasi yang terbilang masih baru dengan pencapaian unduhan yang cukup tinggi dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Selain itu rating yang didapatkan oleh aplikasi *mobile* TIX ID merupakan rating tertinggi mencapai 4.7/5. Perbedaan jumlah pengunduh dan rating yang diraih oleh aplikasi *mobile* TIX ID menimbulkan pertanyaan dan keinginan yang tinggi dari aplikasi *mobile* pemesanan tiket bioskop lainnya untuk mengetahui faktor atau alasan TIX ID mampu unggul diantara aplikasi sejenis lainnya.

Implementasi suatu teknologi selalu berhubungan dengan penerimaan pengguna, sejauh mana penerima dapat menerima dan memahami suatu teknologi dimana merupakan suatu hal yang penting untuk menerima tingkat keberhasilan dari implementasi sistem tersebut (Nasir, 2013).

UTAUT 2 merupakan salah satu model yang berguna untuk mengukur penerimaan pengguna teknologi. Dimana UTAUT 2 diterangkan oleh (Venkatesh *et al.*, 2012) mempelajari penerimaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen, penerimaan adalah komponen yang paling penting dalam penelitian Sistem Informasi dan juga penggunaan Teknologi Informasi. UTAUT 2 banyak digunakan untuk mengukur *behavioral intention* pengguna atau niat untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut (Venkatesh *et al.*, 2012) Sejumlah konstruksi UTAUT 2 digunakan dalam konteks *m-banking* dan *m-payment*. Diantaranya penelitian (Melisa & Indrawati, 2016; Alalwan *et al.*, 2017) dengan menggunakan model UTAUT 2 dalam konteks pembayaran *mobile* maupun *internet banking* terhadap *consumer* atau pengguna.

Dari uraian di atas peneliti ingin menganalisis penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID untuk mengetahui faktor atau alasan mengapa aplikasi *mobile* TIX ID dapat berkembang sedemikian cepat, dengan jumlah pengunduh aplikasi *mobile* TIX ID yang terbilang tinggi dalam waktu rilis yang singkat. Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) dengan menambahkan variabel *trust* dan *perceived risk*.

Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile TIX ID* Menggunakan Model UTAUT 2 Extend Anny Mardjo ”**. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau rekomendasi bagi pengembang aplikasi pemesanan tiket bioskop lainnya agar dapat meningkatkan kinerja aplikasi guna meningkatkan jumlah pengunduh dan pengguna aplikasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Pesatnya jumlah pengunduh aplikasi *mobile TIX ID* hanya dalam kurun waktu satu tahun lebih. Sehingga timbul pertanyaan dan keingintahuan aplikasi *mobile* sejenis akan keunggulan yang diraih aplikasi *mobile TIX ID*.
- b. Belum diketahui tingkat penerimaan dari implementasi aplikasi *mobile TIX ID*. Penerimaan sebagai faktor keberhasilan atau tidaknya penerapan teknologi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu “Bagaimana analisis penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID menggunakan model UTAUT 2 *Extend Anny Mardjo?*”

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan terhadap pengguna aplikasi *mobile* TIX ID di wilayah Jabodetabek.
- b. Penelitian ini menggunakan model yaitu model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (Venkatesh *et al.*, 2012). Kemudian menambahkan dua variabel yaitu *trust* dan *perceived risk* (Mardjo A., 2018).
- c. Penelitian ini menggunakan konseptual metodologi penelitian yang dikembangkan oleh Eden, J., 2017.
- d. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2012).
- e. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk menyusun skala pengukuran terhadap aplikasi *mobile* TIX ID.
- f. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* (Taherdoost, 2016).

- g. Penelitian ini menggunakan bantuan pendekatan PLS-SEM dengan SmartPLS versi 3.0 (Ringle *et al.*, 2014).

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu menganalisis penerimaan aplikasi *mobile* dengan UTAUT 2 agar mengetahui faktor-faktor atau alasan aplikasi *mobile* TIX ID dapat berkembang cepat yaitu diunduh oleh jutaan pengguna sehingga bisa dijadikan sebagai acuan bagi pengembang aplikasi pemesanan tiket bioskop *online* lainnya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Bagi Peneliti

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1), Sistem Informasi Fakultas Sains dan teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- b. Untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
- c. Dapat mengetahui kondisi dari aplikasi *mobile* TIX ID.
- d. Memahami langkah-langkah dalam melakukan analisis penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID menggunakan model UTAUT 2.

- e. Dapat menambah wawasan pengetahuan untuk peneliti tentang penerimaan aplikasi *mobile* yang dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

1.6.2 Bagi Universitas

- a. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan untuk diterapkan dan diimplementasikan dengan praktek di lapangan.
- b. Memberikan gambaran kepada mahasiswa untuk menyiapkan diri dalam dunia kerja yang sebenarnya.
- c. Sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja dan mutu pendidikan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dan khusus untuk Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi.

1.6.3 Bagi Perusahaan

- a. Sebagai alat bantu perusahaan pengembang aplikasi *mobile* TIX ID dalam melakukan evaluasi terhadap TIX ID.
- b. Sebagai salah satu acuan ataupun referensi bagi perusahaan pengembang aplikasi pemesanan tiket bioskop lainnya untuk meningkatkan kinerja aplikasi dan mencapai kesuksesan aplikasi yang tinggi.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara, antara lain.

a. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku-buku serta literatur ilmiah sejenis yang digunakan sebagai referensi.

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data dengan mengamati langsung aplikasi *mobile TIX ID* melalui *google play store* ataupun penggunaan sendiri .

c. Kuesioner

Kuesioner disebarakan kepada responden secara tidak langsung (Online) dengan menggunakan *google forms* melalui media sosial seperti *Whatsapp, Line* maupun *instagram*.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam melakukan analisis penerimaan aplikasi *mobile TIX ID* dengan menggunakan lima tahapan penelitian yaitu *Quantitative Research, Steps for* (Eden, J., 2017) yang diantaranya:

a. Teori

Landasan teoritis dilakukan untuk memperkuat pelaksanaan penelitian yang sesuai dengan topik dan objek penelitian yang didalamnya berisi dasar-dasar teori yang berasal dari jurnal, buku dan penelitian terkait

dengan analisis penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID. Model UTAUT 2 yang digunakan sebagai dasar pengerjaan skripsi ini. Membangun di atas landasan teoritis, para peneliti kemudian mengajukan prediksi yang memungkinkan mereka untuk memprediksi hasil tertentu.

b. Desain Penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan perancangan dan pengujian kuesioner. Perancangan kuesioner yang dilakukan berdasarkan landasan kepustakaan yang disusun yaitu model UTAUT 2 (Mardjo. A., 2018) yang terdiri dari 9 variabel yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expentancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), *habit* (HT). Kemudian menambahkan dua variabel yaitu *trust* dan *perceived risk*. Pada tahap ini, peneliti menggunakan pengukuran yang digunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) yaitu untuk mengetahui *outer model* dan *inner model* dalam melakukan uji validitas dan uji realibilitas terhadap variabel-variabel yang digunakan.

c. Populasi dan Sampel

Dalam tahap ini, peneliti melakukan perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *10 time rules* (Hair et al., 2017) untuk mengetahui jumlah minimal sampel. Dan penyebaran kuesioner dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Puposive Sampling*. Dimana teknik dilakukan dengan penyebaran secara tidak langsung kepada responden. Adapun

penyebaran tidak langsung akan dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur *google form* sebagai pengisian kuesioner.

d. Pengumpulan data dan Analisis

Selanjutnya dalam tahap ini, yang dilakukan peneliti adalah mengumpulkan data dari populasi dan mengambil sampel. Pengumpulan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner. Untuk menganalisis data kuantitatif, peneliti menggunakan kombinasi yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Statistik deskriptif menggambarkan karakteristik sampel yaitu pengguna aplikasi *mobile TIX ID*.

e. Interpretasi Data dan Laporan Temuan

Dalam tahapan terakhir dalam penelitian kuantitatif yaitu peneliti menginterpretasikan data dan mendeskripsikan hasil-hasil olahan analisis demografis dan analisis statistik.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini diuraikan dalam 5 (lima) bab, isi dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian analisis penerimaan menggunakan model UTAUT 2.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan teori-teori relevan terkait analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID. Menjabarkan seluruh teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan tentang metode proses pelaksanaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari dua metode, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini ini memaparkan analisis data dan hasilnya, interpretasi dan diskusi hasil penelitian. Analisis data utama dilakukan dengan metode PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Meliputi analisis pengukuran model dan struktur model. Selanjutnya, interpretasi dan diskusi dilakukan dengan merujuk kepada basis teori sebelumnya, memperhatikan dan menimbang pelaksanaan penelitian secara praktis dilapangan.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan terhadap apa yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran saran yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan selanjutnya.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Analisis

Analisis merupakan suatu usaha untuk mengurai masalah menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya (Satori dan Komariah, 2014).

Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu bagi peneliti yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasa cocok dengan sifat penelitiannya. Objek yang sama bisa diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda (Sugiyono, 2015).

Selain itu dalam (Sugiyono, 2014) mengatakan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan untuk mencari sebuah pola. Selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengjian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antara bagian dan hubungannya untuk menentukan keseluruhan.

Sehingga dapat disimpulkan, analisis merupakan suatu teknik dalam menguraikan suatu pokok masalah secara sistematis dalam menentukan bagian, serta hubungannya secara menyeluruh untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat.

Sedangkan analisis data merupakan proses penghimpunan, pemodelan dan transformasi data yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan kesimpulan dan saran yang dapat membantu keputusan (Widi, 2010).

2.2 Definisi Penerimaan Pengguna/ Konsumen

Penerimaan pengguna dapat didefinisikan sebagai keinginan sebuah grup pengguna dalam memanfaatkan teknologi informasi yang didesain untuk membantu pekerjaan mereka (Nasir, 2013). Adapun pendapat lain penerimaan konsumen merupakan sikap positif konsumen terhadap sebuah inovasi dan niat konsumen dalam mengkonsumsi produk atau layanan tersebut menurut Vergragt, 2006 pada (Putra R., 2017). Adapun penerimaan konsumen didefinisikan sebagai sesuatu pengalaman atau fitur dari pengalaman, ditandai dengan sikap yang positif terhadap produk dan/ pemanfaatan aktual produk oleh konsumen (Moskowits *et al.*, 2012).

Implementasi suatu teknologi informasi selalu berhubungan dengan penerimaan pengguna. sejauh mana pengguna dapat menerima dan memahami teknologi tersebut adalah hal yang penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari implementasi sistem tersebut. Sehingga penerimaan pengguna atau *user acceptance* merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan implementasi dari suatu teknologi (Nasir, 2013). Karena itu penerimaan pengguna harus dipandang

sebagai faktor sentral yang akan menentukan sukses atau tidaknya implementasi dari suatu teknologi informasi.

Penerimaan dikatakan Davis sebagai sebuah sistem diterima atau ditolaknya ditentukan dengan dua faktor penentu (Ananda, 2014), yaitu:

- a. Orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan sebuah aplikasi jika mereka percaya aplikasi akan bermanfaat untuk membantu mereka melakukan pekerjaan mereka lebih baik.
- b. Kemudahan dalam menggunakan sistem atau aplikasi juga menjadi penting bagi seseorang untuk menggunakan sistem atau tidak.

2.3 Definisi *Internet* dan Aplikasi

2.3.1 *Internet*

Internet atau *interconnected network* merupakan jaringan tingkat global yang menghubungkan satu komputer dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia (Hidayat, 2006). *Internet* memiliki kemampuan penyiaran ke seluruh dunia, mekanisme untuk menyebarkan informasi, serta media untuk individu dan komputer mereka berkolaborasi dan berinteraksi tanpa memperhatikan lokasi geografis (Leiner *et al.*, 1997). *Internet* pertama kali dikembangkan dengan nama ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) oleh Departemen Pertahanan

Amerika Serikat. ARPANET dibangun dengan tujuan untuk membuat sebuah jaringan komputer demi menghindari pemusatan informasi di satu titik yang diperkirakan rawan dihancurkan jika terjadi peperangan (Rustam, 2017).

Rekaman deskriptif pertama dari interaksi sosial yang dapat memungkinkan adanya jaringan *internet* ini merupakan kumpulan memo yang ditulis oleh J.C.R. Licklider dari MIT pada Agustus 1962. Kumpulan memo ini berisi diskusinya tentang konsep “*Galactic Network*” yang diusulkannya. Licklider kemudian menjadi kepala program riset komputer di DARPA pada Oktober 1962. Saat Licklider berada di DARPA, dia meyakinkan Ivan Sutherland, Bob Taylor, dan Lawrence G. Roberts tentang pentingnya konsep jaringan menurut Leiner *et al.*, 1997. Leonard Kleinrock at MIT menerbitkan tulisan pertama terkait *packet switching theory* pada July 1961. Kleinrock kemudian meyakinkan Roberts bagaimana komunikasi menggunakan paket lebih mungkin secara teoritis dibanding menggunakan circuit, yang merupakan langkah besar dalam perkembangan jaringan komputer menurut Leiner *et al.*, 1997 dalam (Dewi, 2019).

Pada akhir tahun 1966, Roberts ke DARPA untuk mengembangkan konsep jaringan komputer dan dengan cepat menyusun rencananya untuk “ARPANET”. Roberts kemudian menerbitkan tulisannya tentang konsep tersebut pada tahun 1967.

Pada tahun 1968, Roberts dan DARPA membiayai komunitas dan memperbaiki keseluruhan struktur dan spesifikasi untuk ARPANET menurut Leiner *et al.*, 1997 dalam (Dewi, 2019).

Sejak saat itu sampai dengan tahun 1977, telah lebih dari seratus komputer mini dan mainframe terkoneksi dengan ARPANET. Sebagian besar dari komputer mini dan mainframe tersebut berada di universitas menurut Hidayat R. , 2006. Pada awal 1980-an, ARPANET dibagi menjadi dua jaringan, yaitu ARPANET dan MILnet (*Military Network*). Kedua jaringan tersebut saling terhubung dan disebut dengan DARPA *internet*, tetapi selanjutnya hanya disebut dengan *internet*. *Internet* ini hanya bisa diakses dengan komputer mini dan mainframe sampai dibukanya layanan Usenet dan Bitnet yang memungkinkan *internet* untuk diakses melalui PC menurut Hidayat, 2006 pada (Rustam, 2017).

NSFNET (*National Science Foundation Network*) dibentuk pada tahun 1986 yang perlahan menggantikan ARPANET. Pada Maret 1990, ARPANET dibubarkan (Rustam, 2017).

2.3.2 Aplikasi

Aplikasi merupakan perangkat lunak yang dibuat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu (Dhanta, 2009). Aplikasi juga didefinisikan oleh ‘Abdurahman &

Riswaya' (2014) sebagai program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna sesuai dengan tujuan dibuatnya aplikasi tersebut.

Aplikasi *mobile* pertama merupakan aplikasi-aplikasi yang dikembangkan oleh produsen ponsel, seperti kontak, kalender, dan permainan sederhana seperti permainan populer yang dimiliki oleh Nokia, yaitu Snake. Saat *smartphone* mulai hadir dengan adanya *personal digital assistants* (PDA), pengembangan aplikasi pun ikut mulai berkembang. Berkembangnya aplikasi *mobile* ini juga dikarenakan adanya peningkatan kemampuan dari *smartphone* dan peningkatan permintaan pasar akan fungsionalitas dari *smartphone* itu sendiri (Chell *et al.*, 2015).

Menurut Pressman & Maxim (2014), aplikasi *mobile* adalah aplikasi yang telah dirancang khusus untuk *platform mobile* (misalnya *Ios*, *android*, atau *windows mobile*). Perkembangan aplikasi berbasis sistem operasi *mobile* telah menjadi populer. Popularitas aplikasi *mobile* terus meningkat, dimana penggunaan mereka telah menjadi semakin lazim diantara pengguna ponsel. Sebuah studi comScore Mei 2012 melaporkan bahwa selama kuartal sebelumnya, lebih banyak pelanggan seluler yang menggunakan aplikasi daripada melakukan *web browsing* pada perangkat mereka masing-masing 51,2% vs 48,8% (Ayuninghemi & Deharja, 2017).

Pengembangan aplikasi oleh pihak ketiga mulai muncul pada tahun 2008 saat *Apple* mengumumkan layanan distribusi untuk aplikasi buatan pihak ketiga pertama, yaitu *App Store*. Hal ini diikuti dengan dirilisnya *smartphone* pertama dari *Apple*, yaitu *iPhone*. *Google* mengikuti tidak lama kemudian dengan merilis *Android Market*, atau yang kini lebih dikenal dengan *Google Play*. Saat ini, aplikasi *mobile* telah dikembangkan untuk setiap tujuan praktis yang ada, beberapa di antaranya antara lain *online banking*, *online shopping*, *social networking*, *streaming*, *gambling*, *instant messaging*, *e-mail*, *file sharing*, *games*, dan lain sebagainya. (Chell *et al.*, 2015).

2.4 TIX ID

TIX ID merupakan aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online* yang dibuat oleh PT. Nusantara Elang Sejahtera dan dirilis pada 21 Maret 2018. TIX ID adalah aplikasi layanan hiburan di Indonesia yang memberikan layanan dalam pembelian tiket bioskop baik film luar maupun film dalam negeri. TIX ID menyediakan layanan informasi kepada para pengguna agar mengetahui tentang film terkini serta melakukan pemesanan tiket bioskop. Aplikasi *mobile* TIX ID dapat diunduh di *Play Store* dan *App Store* sebagai aplikasi kategori hiburan atau *entertainment*.

TIX ID menjual tiket bioskop yang termasuk dalam Cineplex 21 Group, yaitu diantaranya XXI, The Premiere, dan IMAX serta CGV sebagai perusahaan penyedia layar bioskop dimana keduanya yang telah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. TIX ID menawarkan konsep pembelian tiket bioskop dengan integrasi pihak ketiga yaitu DANA, dimana DANA merupakan konsep uang digital yang terintegrasi dengan beberapa aplikasi besar seperti Bukalapak dan Ramayana. TIX ID sejauh ini sudah memiliki jumlah pengunduh lebih dari 5 juta orang dimana diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya (*Google Play Store*, Agustus 2019).

2.5 Model Penerimaan **Pengguna Terhadap** Teknologi Informasi

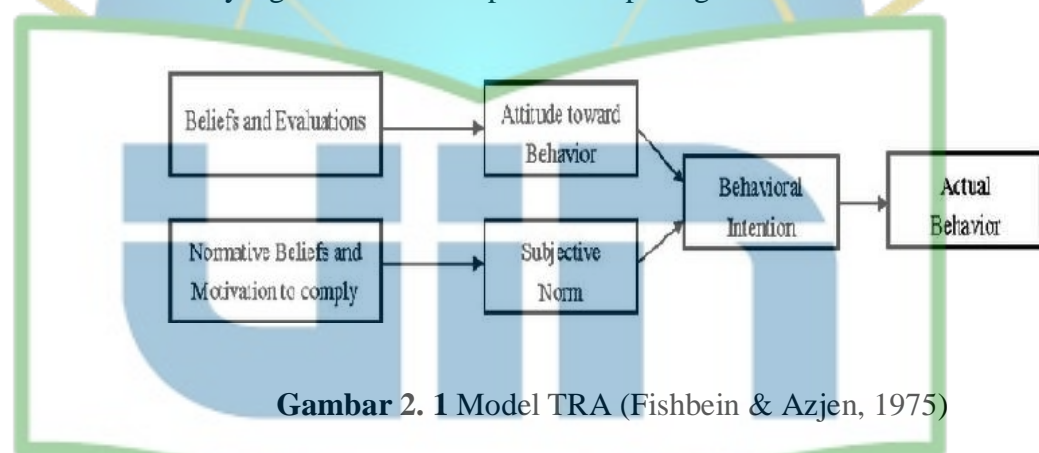
Implementasi suatu teknologi selalu berhubungan dengan penerimaan pengguna, sejauh mana penerima dapat menerima dan memahami suatu teknologi dimana merupakan suatu hal yang penting untuk menerima tingkat keberhasilan dari implementasi sistem tersebut (Nasir, 2013).

Beberapa teori tentang penerimaan terhadap sistem teknologi informasi akan diuraikan sebagai berikut:

a. *Theory Reasoned Action*

Model TRA (*Theory of Reasoned Action*) pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan

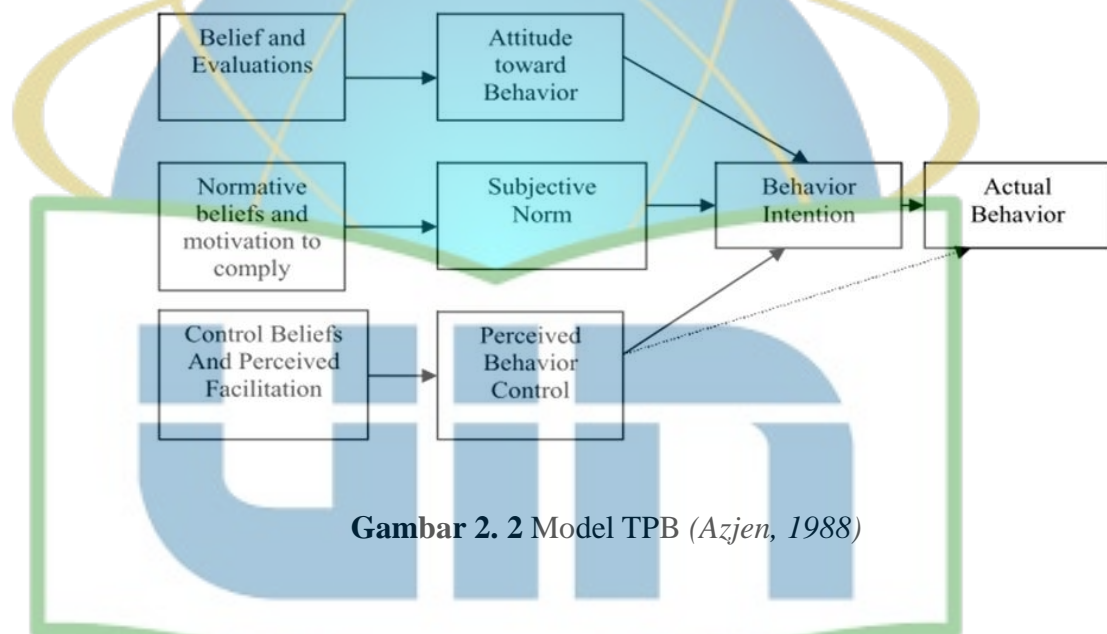
dilakukan atau tidaknya perilaku tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975). Dikemukakan juga oleh Ajzen bahwa niat seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan atau tidaknya dipengaruhi dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan pengaruh sosial (*subjective norms*). Sikap seseorang individu terhadap perilaku didefinisikan sebagai “perasaan positif atau negatif seseorang tentang melakukan tujuan perilaku”, sedangkan norma subyektif didefinisikan sebagai “persepsi orang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir ia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan” menurut Fishbein & Ajzen, 1975 pada (Mahyarni, 2013). Model *Theory of Reasoned Action* yang dikemukakan dapat dilihat pada gambar 2.1



b. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

TPB merupakan sebuah model yang direvisi dan dirumuskan dari TRA. TPB diperkenalkan untuk memenuhi keadaan ketika perilaku seseorang tidak sukarela (Jati & Laksito, 2012). Model ini adalah suplemen model TRA dengan memasukkan *Perceived Behavioral Control* (PBC) sebagai prediktor niat dan perilaku. PBC adalah fungsi

dari *control beliefs*, yaitu *beliefs* mengenai faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit dilaksanakannya suatu perilaku dan persepsi mengenai kekuatan-kekuatan faktor-faktor tersebut. PBC mengacu pada keyakinan tentang adanya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja suatu perilaku tertentu. Dengan kata lain, itu adalah persepsi, kendala, dan/ atau kesempatan yang terkait dengan melakukan perilaku tertentu, misalnya: waktu, uang, dan keahlian.



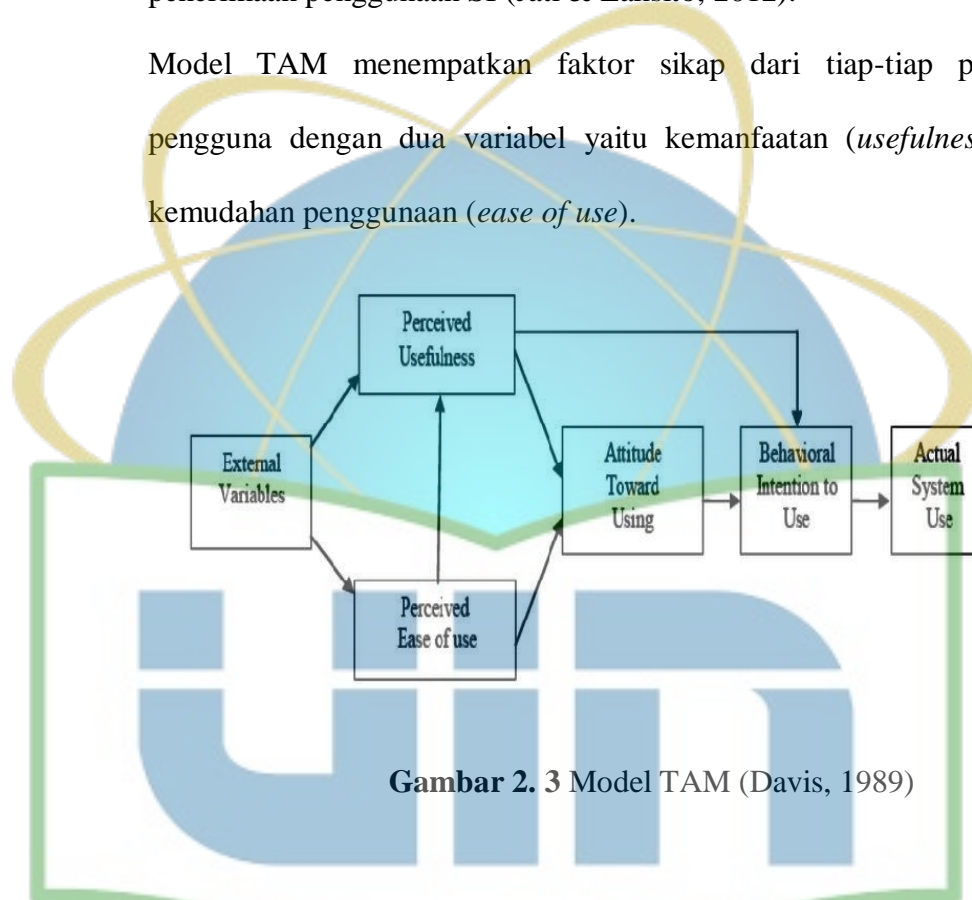
Gambar 2. 2 Model TPB (Azjen, 1988)

c. *Technology Acceptance Model*

Model TAM yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian Sistem Informasi (SI) karena model ini lebih sederhana dan mudah diterapkan. Model TAM diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA), dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku. Tujuan perilaku ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa reaksi dari persepsi pengguna Sistem Informasi (SI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan SI (Jati & Laksito, 2012).

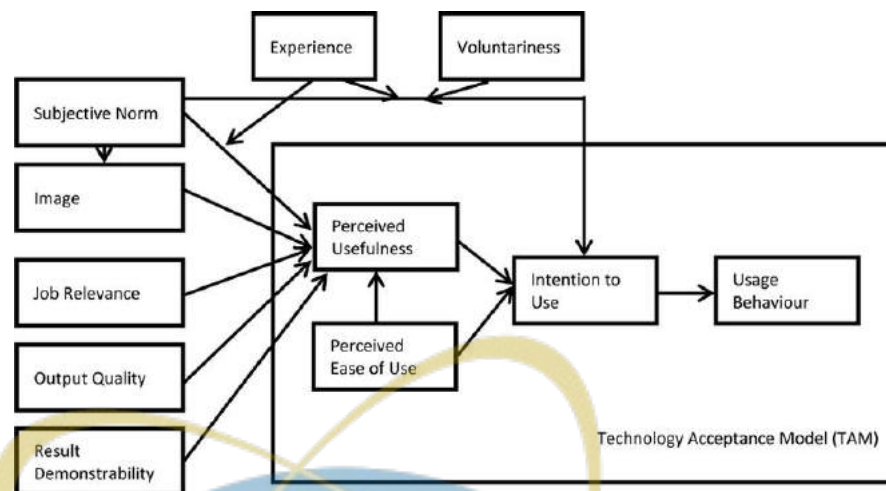
Model TAM menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).



Gambar 2. 3 Model TAM (Davis, 1989)

d. *Extended Technology Acceptance Model*

Menurut Venkatesh & Davis, 2000 pada (Hoong *et al.*, 2017) melakukan pengembangan TAM dengan tujuan memasukan faktor kunci tambahan ke model dan untuk memahami bagaimana dampak dari faktor penentu berubah dengan meningkatkan pengalaman pengguna dari waktu ke waktu. Model ini diberi nama TAM 2. Model ini dikembangkan dengan sistem *voluntary* dan *mandatory*.



Gambar 2. 4 Model TAM 2 (Venkatesh & Davis, 2000)

e. *Theory Social Influence*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Malhorta & Galleta, 1999 pada (Wang *et al.*, 2013) yang memperluas TAM dengan memasukkan faktor pengaruh sosial. Pengaruh sosial diukur dengan *internalization*, *identification* dan *compliance*. Dimana hasil menunjukan bahwa pengaruh sosial berperan penting dalam perilaku menerima dan menggunakan adopsi teknologi informasi baru. Dimana *compliance* diartikan sebagai perasaan patuh untuk menggunakan sistem dan *internalization* dan *identification* diartikan sebagai bagian dari perasaan pengguna untuk menerima sistem informasi yang baru.

f. *Theory Self-efficacy*

Self-efficacy dapat diartikan sebagai penilaian seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk mengorganisasikan dan memutuskan tindakan yang diperlukan dari suatu keadaan untuk mencapai kinerja

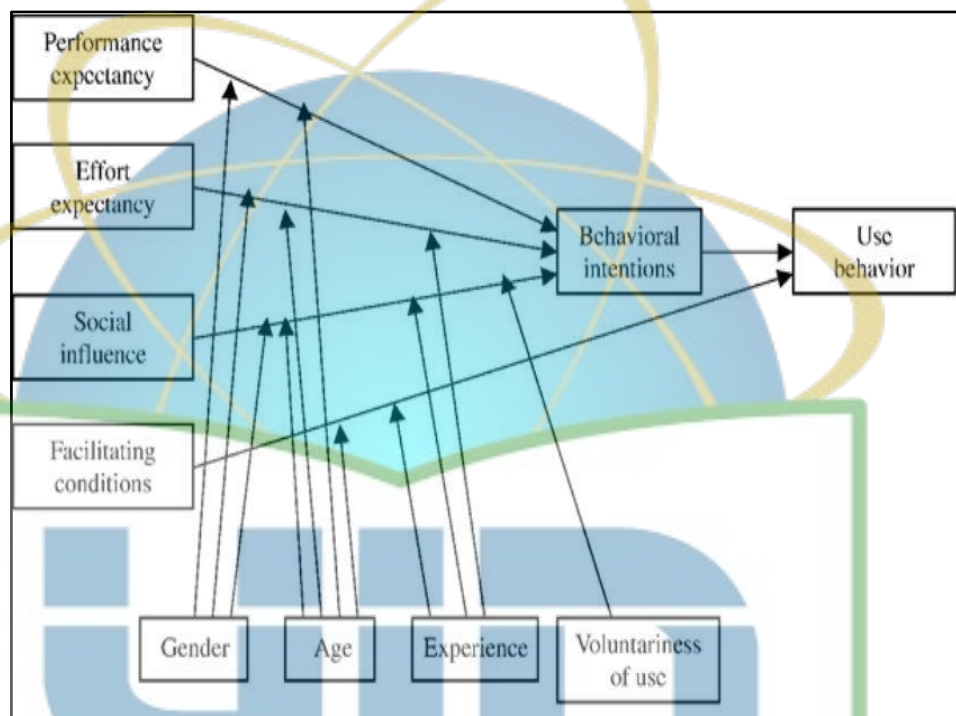
tertentu menurut Lewis et al., 2003. Menurut Davis 1989 *perceived ease* merupakan variabel perluasan dari self-efficacy yang diteorikan sebagai determinan dan perilaku. *Self-efficacy* berperan sebagai motivasi dalam melakukan usaha yang akan digunakan dan seberapa lama bekerja pada tugas yang memiliki hambatan. *Self-efficacy* dapat dilihat pada tingkat stress dan depresi dari pengalaman individu pada situasi susah atau mengancam (Maddux, 2012).

2.6 Unified Theory of Acceptance Use of Technology 2 (UTAUT2)

Metode UTAUT sebuah model penelitian penerimaan pengguna yang bertujuan untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan suatu sistem dan perilaku penggunaan selanjutnya menurut Venkatesh *et al.*, 2003 pada (Hoong *et al.*, 2017). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian dalam penggunaan niat (Venkatesh *et al.*, 2003). UTAUT merupakan teori yang banyak berpengaruh dan banyak diadopsi untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi karena menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi suatu teori (Sedana & Wijaya, 2010). Teori ini merupakan penggabungan dari delapan model penerimaan sebelumnya.

Metode UTAUT memiliki variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dan variabel moderator. Model ini terdiri dari empat variabel independen (*performance expectancy*, *effort expectancy*, *social*

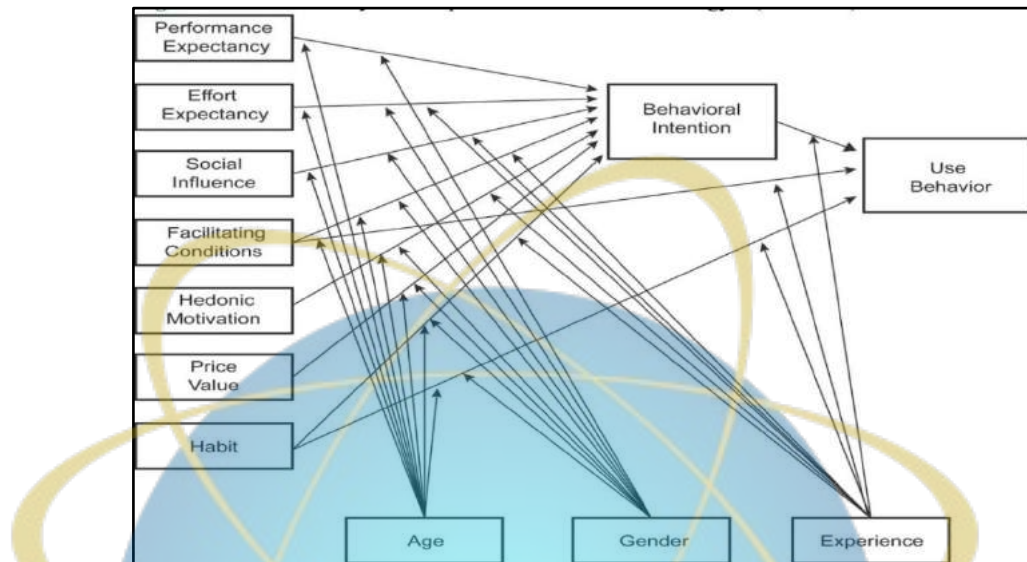
influence, facilitating conditions) dan dua variabel dependen (*behavioral intention dan use behavior*). Variabel dependen lebih dikenal dengan sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012), serta empat variabel moderator (*gender, age, experience, voluntariness of use*).



Gambar 2.5 Model UTAUT (Venkatesh et al., 2003)

UTAUT 2 menggabungkan tiga kontruksi ke UTAUT: motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*), nilai harga (*Price value*), dan kebiasaan (*Habit*) dapat dilihat pada gambar 2.2 Model UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012). Tujuan dari model UTAUT 2 ‘Venkatesh *et al.*,’ (2012) yaitu (1) mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penggunaan dan penerimaan baik untuk umum maupun untuk konsumen, (2) merubah

beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan (3) mengenalkan hubungan baru (Harsono & Suryana, 2014).



Gambar 2.6 Model UTAUT 2 (Venkatesh *et al.*, 2012)

2.6.1 *Performance Expectancy*

Menurut Venkatesh *et al.*, 2003 dalam (Pertiwi & Ariyanto, 2017) mendefinisikan Ekspektasi kinerja (*Performance Acceptance*) sebagai tingkat dimana seseorang memercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut dalam memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan. Selain itu juga, Menurut Escobar & Carvajal (Aziz & Kamal, 2016) mendefinisikan *performance expectancy* sebagai tingkat individu dengan menggunakan teknologi akan mendapatkan keuntungan kepada konsumen didalam aktivitasnya.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi (Jati & Laksito, 2012) Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut.

1. Persepsi Terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003) persepsi terhadap kegunaan didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

2. Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*)

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003) motivasi ekstrinsik didefinisikan sebagai persepsi yang diinginkan pemakai untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap sebagai alat dalam mencapai hasil-hasil bernilai yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, semacam kinerja pekerjaan, pembayaran dan promosi-promosi.

3. Kesesuaian Pekerjaan (*Job Fit*)

Menurut Venkataesh *et al.*, (2003) kesesuaian pekerjaan didefinisikan sebagaimana kemampuan-kemampuan dari suatu sistem dalam meningkatkan kinerja pekerjaan individual.

4. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003) keuntungan relatif didefinisikan sebagai seberapa jauh menggunakan sesuatu inovasi yang dipersrpsikan akan lebih baik dibandingkan menggunakan pendaulunya.

5. Ekspektasi-ekspektasi Hasil (*Outcome Expevtations*)

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003) ekspektasi-ekspektasi hasil didefiisikan berhubungan dengan konsekuensi-konsekuensi dari perilaku. Berdasarkan pada bukti empiris, mereka dipisahkan ke dalam ekspektasi-ekspektasi kinerja (*performance expectations*) dan ekspektasi-ekspektasi personal (*personal expectations*).

2.6.2 *Effort Expectancy*

Ekspektasi usaha (*Effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan pengguna sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaanya.

Menurut Escobar & Carvajal (Aziz & Kamal, 2016) ekspektasi usaha adalah tingkat kemudahan yang berhubungan dengan konsumen dalam menggunakan teknologi. Variabel tersebut diformulasikan berdasarkan tiga konstruk pada model teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan pegguna (*perceived easy of use* – PEOU) dari model TAM, kompleksitas dari *model of PC*

Utilitazation (MPCU), dan kemudian penggunaan dari teori difusi inovasi (IDT).

2.6.3 *Social Influence*

Pengaruh sosial merupakan tingkat dimana seseorang individu menganggap bahwa orang lain meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

1. Norma subyektif (*subjective norms*)
2. Faktor-faktor sosial (*social factors*)
3. Gambaran (*image*)

Pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT) Menurut Venkatesh *et al.*, 2003 pada (Pertiwi & Ariyanto, 2017). Menurut Moore & Benbasat, 1991 pada (Sutanto *et al.*, 2016) menyatakan bahwa pada lingkungan tertentu, penggunaan teknologi informasi akan meningkat status (*image*) seseorang di dalam sosial.

Menurut *Venkatesh dan Davis 2000* pada (Sabarkah, 2018), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketataan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan dari sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

2.6.4 Facilitating Condition

Kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi informasi adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. Menurut Triandis 1980 pada (Pertiwi & Ariyanto, 2017) mendefinisikan kondisi pendukung sebagai “faktor-faktor subjektif” yang dapat mempermudah dalam melakukan suatu tindakan.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

1. Kontrol Perilaku Pesuapan (*Perceived Behavioral Control*)

2. Kondisi-kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)
3. Kompatibilitas (*Compatibility*).

2.6.5 Behavioral Intention

Manfaat pemanfaatan teknologi informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap teknologi informasi. Seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila si pengguna tersebut meyakini dengan menggunakan teknologi informasi tersebut akan meningkatkan kinerjanya, menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, dan si pengguna tersebut mendapatkan pengaruh lingkungan sekitarnya dalam menggunakan teknologi informasi tersebut. Peran *behavioral intention* sebagai prediktor *use behavior* telah diterima secara luas dalam berbagai model *user acceptance* dalam berbagai model *user acceptance* Venkatesh, *et al.*, 2003 dan Dasgupta *et al.*, 2007 dalam (Bendi & Aliyanto, 2014).

2.6.6 Use Behavior

Perilaku pengguna teknologi informasi (*use behavior*) didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakai dalam

menggunakan teknologi informasi. ‘Triandis’ 1980 pada (Pertiwi & Ariyanto, 2017) mengemukakan bahwa perilaku seseorang merupakan ekspresi dari keinginan atau minat seseorang (*intention*), dimana keinginan tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, perasaan (*affect*), dan konsekuensi-konsekuensi yang dirasakan (*perceived consequence*). Perilaku pengguna teknologi informasi sangat bergantung dengan evaluasi dari sistem tersebut. Sebuah teknologi itu baik atau buruk sangat bergantung pada apa yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan teknologi informasi tersebut (Jati & Laksito, 2012).

2.6.7 *Hedonic Motivation*

Venkatesh *et al.*, 2012 mendefinisikan sebagai kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. (Slade *et al.*, 2013) dalam penelitian menemukan bahwa *Hedonic Motivation* mempengaruhi penerimaan dan penggunaan. Selain itu *Hedonic Motivation* ditemukan sebagai penentu penting penerimaan dan penggunaan teknologi. Dalam penelitian (Pillai & Mukherjee, 2011) menemukan bahwa *Hedonic performance expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* adalah faktor penentu penting dari keinginan konsumen AS untuk menggunakan layanan *mobile*

shopping dan bahwa aspek hedonis atau hiburan dari layanan *mobile shopping* adalah pendorong yang paling penting di AS.

2.6.8 Price Value

Struktur biaya dan harga mungkin berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012). (Doods *et al.*, 1991 dalam Venkatesh *et al.*, 2012) mendefinisikan sebagai tingkat perbandingan yang dirasakan antara hasil yang diperoleh lebih dengan menggunakan teknologi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, selain itu nilai harga juga memiliki pengaruh positif terhadap niat. Maka dari itu nilai harga dapat digunakan untuk menjadi prekursor dari variabel niat perilaku dalam menggunakan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012).

(Chang & Lee, 2012) mengemukakan bahwa perbedaan penting antara pengaturan penggunaan konsumen dengan pengaturan penggunaan organisasi, dimana UTAUT dikembangkan, adalah bahwa konsumen biasanya menanggung biaya moneter untuk penggunaan tersebut sedangkan karyawan tidak. Struktur biaya dan harga mungkin berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi konsumen.

2.6.9 *Habit*

Konstruk terakhir yang ditambahkan ke UTAUT adalah *Habit*. Venkatesh *et al.*, 2003 pengalaman yang dioperasikan sebagai tiga tingkat berdasarkan berlalunya waktu : (1) pasca pelatihan adalah saat sistem awalnya tersedia untuk digunakan; (2) satu bulan kemudian; (3) tiga bulan kemudian. Kebiasaan didefinisikan oleh (Venkatesh *et al.*, 2012) sejauh mana orang cenderung melakukan secara otomatis karena belajar. Kebiasaan telah diatur dalam dua cara yang berbeda. Pertama, kebiasaan dipandang sebagai perilaku sebelumnya. Kedua kebiasaan diukur sejauh mana seseorang percaya bahwa perilaku itu otomatis. Pengalaman TI sebelumnya juga memprediksikan penggunaan TI niat untuk menggunakan sistem dan memfasilitasi kondisi (Harsono & Suryana, 2014).

2.7 Variabel Moderator

Variabel moderating atau variabel moderator merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi hubungan baik memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini memiliki pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan variabel. Sifat atau arah hubungan independen dengan variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen kemungkinan positif atau negatif tergantung pada variabel moderating (Sabarkah, 2018).

2.8 Variabel *Trust*

Variabel *trust* menurut (Alalwan et al., 2017) memainkan peranan penting dalam menentukan kemungkinan pengguna untuk mengadopsi teknologi seluler. *Trust* bahkan lebih penting dalam transaksi elektronik, seperti *m-payment* yang difasilitasi dengan berbagai penyedia (Slade et al., 2013). Dalam beberapa penelitian juga menunjukkan adanya hasil positif yang signifikan antara *trust* dengan *behavioral intention* dalam mengadopsi *m-banking* dan *m-payment* (Huang & Liu, 2012; Kim et al., 2009; Zhou, 2012).

2.9 Variabel *Perceived Risk*

Persepsi konsumen terhadap risiko berasal dari perasaan ketidakpastian atau kecemasan tentang keseriusan hasil yang mungkin dari kebiasaan tersebut. Karakter dari pengguna *m-payment* dan *m-banking* menunjukkan bahwa mereka mungkin mengalami risiko yang serupa seperti kerentanan dalam pelanggaran keamanan dari sistem (Kim et al., 2009). Selain itu penawaran pembayaran dari berbagai *provider* menggunakan teknologi yang berbeda membuat konsumen bingung dan meningkatkan persepsi risiko dalam teknologi (Dredge, 2012). Selain itu penelitian oleh 'Luo et al.,' (2010) menemukan bahwa risiko sebagai variabel kedua yang signifikan dengan *behavioral intention*.

2.10 Statistik Deskriptif

Statistik berasal dari bahasa Latin, yakni *status* dengan arti negara atau ketatanegaraan. Statistik adalah sekumpulan cara dan aturan tentang pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penafsiran data yang terdiri angka untuk menerangkan sesuatu, baik angka yang masih acak maupun yang sudah tersusun dalam tabel. Statistik memiliki tiga hal pokok yang terkandung di dalamnya, yaitu data, perlakuan datanya, dan angka-angka (Nasution, 2017).

Statistik deskriptif merupakan metode statistika yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan menjadi sebuah informasi. Statistik deskriptif memberikan informasi mengenai data yang dipunyai dan sama sekali tidak menarik kesimpulan apapun tentang gugus induknya yang lebih besar. Statistik deskriptif meliputi tabel, grafik dan diagram, ukuran pemusatan, dan ukuran penyebaran (Purwanto, 2012). Statistik deskriptif berkaitan dengan penerapan metode statistik untuk mengumpulkan mengolah, menyajikan, dan menganalisis data kuantitatif secara deskriptif (Suprayogi, 2015).

2.11 Penelitian Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mengedepankan konsep parsimoni, yaitu konsep dimana data tertentu harus diinterpretasi dengan sederhana, singkat dan jelas, serta tidak diperlukan keterangan yang rumit (Sarwono, 2013).

Terdapat beberapa tahapan dalam melakukan penelitian kuantitatif (Sarwono, 2013) yaitu :

- a. Mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang akan diteliti
- b. Membuat pengukuran yang akan diuji
- c. Melakukan kajian teori yang relevan
- d. Mengidentifikasi dan memberi nama variabel
- e. Membuat definisi operasional
- f. Memanipulasi dan mengontrol variable (ini hanya untuk penelitian eksperimental)
- g. Menyusun desain penelitian
- h. Mengidentifikasi dan menyusun alat observasi dan pengukuran
- i. Membuat kuisioner (jika dibutuhkan data primer)
- j. Melakukan analisis statistik
- k. Menulis laporan hasil penelitian

2.12 Klasifikasi Data

Data dalam dikelompokkan menjadi beberapa bagian (Siregar, 2013), yaitu

1. Menurut cara memperolehnya
 - a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber data atau obyek tempat penelitian dilakukan. Data primer ini lebih dapat dipercaya dan lebih terbaru.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang didapatkan atau diterbitkan oleh organisasi untuk kepentingan organisasi itu sendiri seperti visi dan misi organisasi dan lain sebagainya.

2. Menurut waktu pengumpulannya

a. Data *Time Series* adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu yang bertujuan untuk menggambarkan perkembangan dari obyek yang sedang diteliti.

b. Data *Cross Section* adalah data yang dikumpulkan dari satu periode tertentu pada beberapa obyek yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan beberapa obyek tersebut.

3. Menurut sifatnya

a. Data Kualitatif adalah data yang berupa pendapat, pernyataan atau penilaian seseorang sehingga data ini berupa kata-kata atau kalimat, bukan angka.

b. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka, sehingga data dapat dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik.

2.13 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian (Setiawan, 2016). Dalam (Sugiyono, 2012) bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber yang langsung memberikan kepada pengumpul data seperti obeservasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan sumber tidak langsung memeberikan data kepada pengumpul data seperti studi literatur. Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti dapat melakukan beberapa cara antara lain:

2.13.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan langsung melihat kegiatan yang dilakukan oleh user (Sutabri, 2012). Adapun menurut Jogianto, observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya (Jogiyanto, 2008). Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti dengan mencatat, menyusun dan menyampaikan data apa yang akan dibutuhkan kepada pihak yang terkait (Sugiyono, 2012).

2.13.2 Wawancara

Wawancara (*interview*) telah diakui sebagai teknik pengumpulan data atau fakta (*fact finding techninque*) yang penting dan banyak dalam pengembangan sistem informasi . Mengadakan tanya jawab sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah disusun kepada fungsi yang bersangkutan (Jogiyanto, 2008). Wawancara adalah pembicaraan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide dengan cara tanya jawab, dan akan didapatkan dikonstruksikan makna untuk suatu topik tertentu. Wawancara memiliki beberapa jenis (Sugiyono, 2012), yaitu:

- 1) Wawancara terstruktur, yaitu ketika peneliti sudah mengetahui pasti mengenai informasi yang akan diperoleh, sehingga peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang sudah memiliki alternatif jawabannya.
- 2) Wawancara semi terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan lebih bebas antara peneliti dan narasumber. Wawancara ini bertujuan untuk menemukan permasalahan dengan terbuka, yakni dengan meminta pendapat dan ide dari narasumber.
- 3) Wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang lebih bebas karena peneliti tidak menggunakan pedoman

wawancara yang telah disusun sebelumnya secara lengkap untuk mendapatkan informasi.

2.13.3 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian karena penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2012). Adapun Nazir menjelaskan bahwa studi pustaka ialah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 2013).

2.13.4 Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis. Menurut (Widi, 2010), kuisisioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden yang kadang-kadang telah disertai pilihan jawaban untuk responden. Pengumpulan data dengan kuisisioner berbeda dengan wawancara, karena tidak ada yang menjelaskan secara langsung kepada responden tentang pertanyaan yang diajukan, sehingga pertanyaan ataupun pernyataan yang tertulis pada

kuisisioner harus jelas dan mudah dimengerti. Ada beberapa cara penyebaran ada beberapa cara penyebaran kuisisioner kepada responden menurut (Widi, 2010), yaitu :

a. Via surat pos

Menyebarkan kuisisioner dengan cara mengirimkan kuisisioner kepada responden melalui pos atau yang sejenisnya kepada responden. Peneliti harus mengirimkan kuisisioner beserta data diri peneliti, tujuan dan manfaat dari kuisisioner tersebut, petunjuk pengisian, jaminan kerahasiaan data responden, dan ucapan terima kasih.

b. Kolektif

Menyebarkan kuisisioner dengan cara menyebarkannya secara kolektif pada suatu tempat tertentu. Cara ini memungkinkan peneliti untuk bertemu secara langsung dengan responden sehingga jika ada pertanyaan atau pernyataan yang kurang dimengerti, responden dapat langsung meminta penjelasan kepada peneliti.

2.14 *Quantitative Research, Steps for*

Penelitian kuantitatif melibatkan penyelidikan sistematis fenomena yang dapat diamati untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku, seringkali dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola perilaku. Dalam buku ini menjelaskan langkah-langkah penelitian kuantitatif (Eden, J., 2017) yaitu:

1. *Theory*

Penelitian dalam paradigma kuantitatif dimulai dengan identifikasi masalah yang didapatkan melalui hasil dari observasi dan eksperimen. Ketika bukti sudah dikumpulkan landasan teoritis dibangun sehingga para peneliti memungkinkan mereka untuk memprediksi hasil tertentu (pengukuran).

2. *Research Design*

Perancangan desain penelitian digunakan untuk menguji pengukuran. Desain penelitian kuantitatif dipengaruhi oleh tingkat kontrol yang dimiliki peneliti terhadap variabel yang diminati. Dalam hal ini, data hanya diukur, tidak dimanipulasi, dan sering dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner.

3. *Research Site and Respondents*

Dalam tahap ini, peneliti harus mengidentifikasi populasi responden yang mereka minati. Populasi adalah setiap orang yang memiliki karakteristik khusus yang diminati peneliti. Karena sensus seluruh populasi seringkali sulit untuk dicapai, peneliti harus memilih subset populasi, atau sampel, untuk memeriksa yang mewakili populasi target.

4. Data Collection and Analysis

Langkah selanjutnya dalam tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data, mengumpulkan data dari populasi jika memungkinkan, atau mengambil sampel jika perlu. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis dimana diperlukan pengujian di dalam kuesioner yang dibuat.

5. Interpretation of Data and Reporting Findings

Tahapan terakhir dalam penelitian kuantitatif adalah menginterpretasikan data dan melaporkan temuan. Sementara hasilnya sering ditulis dalam jargon statistik, implikasi penelitian harus ditulis dalam kalimat yang jelas, singkat, mudah dibaca yang menghubungkan studi penelitian dengan implikasi dunia nyata. Pada akhirnya, menarik kesimpulan melibatkan mundur dari proyek dan mempertimbangkan apa data yang dianalisis berarti untuk pertanyaan penelitian atau pengukuran. Bagian diskusi atau implikasi dari artikel penelitian tidak boleh menyertakan jargon tetapi sebaliknya harus menyarankan, dalam istilah awam, cara atau bidang yang digunakan studi untuk membuat dampak terbesar. Selain itu, di luar membuat kesimpulan berdasarkan hasil, komponen studi penelitian harus menerapkan hasil penelitian untuk dipraktikkan, menyoroti bagaimana hasil studi terbaik diterapkan.

Aspek terakhir dari proyek penelitian kuantitatif sering kali mempertimbangkan keterbatasan penelitian saat ini dan menyarankan arah

untuk penelitian di masa depan yang dapat diteliti oleh para ahli yang meneliti topik yang sama.

2.15 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Dalam ‘Sugiyono,’ (2013) menyatakan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau *study sensus*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2013). Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian.

Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili). Sampel harus merupakan bagian yang representatif atau dapat mewakili populasi yang hendak dipelajari, jika tidak maka tidak akan dapat dilakukan observasi secara general terhadap suatu populasi (Widi, 2010).

Populasi dan sampel adalah subjek penelitian dari data yang berasal dari subjek penelitian yang akan dijadikan objek analisis statistik. Populasi adalah keseluruhan anggota subjek penelitian yang memiliki kesamaan karakteristik, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang akan dijadikan sumber data yang memiliki karakteristik dari populasi (Nurgiyanto & Gunawan, 2015).

2.15.1 Teknik Sampling

Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian, peneliti membutuhkan sebuah teknik sampling. Teknik sampling pada dasarnya terbagi menjadi dua teknik, antara lain (Sugiyono, 2012):

Teknik Sampling

1) *Probability sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah).

a. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

- b. *Proportionate stratified random sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.
- c. *Disproportionate stratified random sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.
- d. *Area (cluster) sampling* digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.

2) *Nonprobability Sampling*

Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *sampling jenuh*, *snowball sampling*, dan *purposive sampling*.

- a. *Sampling sistematis* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.
- b. *Sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

c. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

d. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

e. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian besar.

f. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan/kriteria tertentu. Dalam *purposive sampling*, pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Hadi, 2016).

Terdapat kelebihan dan kekurangan yang perlu diperhatikan dari teknik *purposive sampling*. Kelebihan dari teknik ini antara lain (Hidayat A., 2017):

- Sampel terpilih adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- Teknik ini merupakan cara yang mudah untuk dilaksanakan.

- Sampel terpilih biasanya adalah individu atau personal yang mudah ditemui atau didekati oleh penelliti.

Adapun kekurangan dari teknik ini antara lain (Hidayat, 2017):

- Tidak ada jaminan bahwa jumlah sampel yang digunakan representatif dalam segi jumlah.
- Tidak dapat digunakan sebagai generalisasi untuk mengambil kesimpulan statistik.

2.15.2 Metode Penentuan Ukuran Sampel

Penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam (Sugiyono, 2012) adalah sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dengan kategori (misalnya pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lainnya), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang

diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah sampelnya adalah $10 \times 5 = 50$

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Barclay *et al.* dalam (Hair *et al.*, 2017) mengemukakan sebuah *10 times rule* yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang digunakan oleh sebuah penelitian harus:

1. Sepuluh kali jumlah terbesar dari indikator formatif yang digunakan untuk mengukur satu konstruksi.
2. Sepuluh kali jumlah jalur struktural terbesar yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model struktural.

Selain beberapa teknik penentuan ukuran sampel diatas, penentuan jumlah sampel juga dapat menggunakan rumus *Slovin*.

Rumus *Slovin* biasanya digunakan untuk survei dimana jumlah populasi terlalu besar sehingga diperlukan sebuah rumus untuk memperkecil jumlah sampel tapi tetap mewakili populasi secara keseluruhan. Rumus *Slovin* mempertimbangkan batas ketelitian yang dapat mempengaruhi kesalahan dalam pengambilan sampel (Putra M. A., 2018). Rumus *slovin* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas taraf kesalahan

2.16 Skala Likert

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial (Sugiyono, 2012). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012). Dalam skala likert terdapat dua bentuk pertanyaan yaitu pertanyaan positif yang berfungsi untuk mengukur sikap positif, dan pertanyaan negatif yang berfungsi untuk mengukur sikap negatif objek sikap.

Tabel 2.1 Bobot Penilaian Skala Likert (Sugiyono, 2012)

Pertanyaan	Skor Positif
Sangat Setuju/Selalu	5
Setuju/Sering	4

Ragu-ragu/Kadang/Biasa Saja	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2.17 *Partial Least Square- Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*

Structural Equation Modelling (SEM) merupakan analisis yang menggabungkan pendekatan *factor analysis*, *structural model* dan *path analysis*. Ini membuat SEM dapat melakukan tiga macam analisis secara serentak, yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian model hubungan antar variabel dan kegiatan untuk mendapatkan model yang cocok untuk prediksi (Sugiyono, 2012).

Menurut Maruyama dalam (Haryono & Wardoyo, 2013), SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan pengukuran di antara variabel sebuah model teoritis, baik langsung atau melalui variabel antara. Sedangkan menurut Hair *et al.* dalam (Yamin & Kurniawan, 2011), SEM merupakan sebuah evolusi dari model persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan dari psikologi dan sosiologi.

Partial Least Square (PLS) dikembangkan oleh Herman Wold pada tahun 1975. *Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menganalisis sebuah data karena dapat digunakan pada setiap jenis skala data seperti data

interval, data nominal, dan data rasio serta syarat asumsi yang lebih fleksibel (Yamin & Kurniawan, 2011)

Terdapat dua model evaluasi di dalam PLS yaitu *outer model* dan *inner model* (Yamin & Kurniawan, 2011; Hair et al., 2017; Widarjono, 2015; Haryono & Wardoyo, 2013).

1. Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model*)

Evaluasi pengukuran model dapat meliputi atas *individual item reliability*, *internal consistency* atau *construct reliability*, *average variance extracted* dan *discriminant validity*.

a. *Convergent Validity*

1. *Individual Item Reliability*

Dapat dilihat dari *standardize loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antara setiap indikator dengan konstraknya. Nilai *loading factor* baru dapat dikatakan valid atau ideal jika lebih besar dari 0,7. Tapi, Yamin dan Kurniawan (2011) berpendapat bahwa nilai *loading factors* > 0,5 sudah dapat dikatakan valid. Jika dibawah nilai tersebut, maka item akan dikeluarkan dari model yang ada.

2. *Internal Consistency Reliability*

Dapat dilihat dari *composite reliability* atau *cronbach's alpha*. Namun, nilai *composite reliability* dianggap lebih baik dalam mengukur *internal consistency* jika

dibandingkan dengan *cronbaach's alpha* karena *composite reliability* tidak mengasumsikan kesamaan *boot* dari tiap indikatornya. *Cronbach's alpha* akan memberikan estimasi yang terlalu rendah. Nilai batas untuk *cronbach's alpha* maupun *composite reliability* adalah 0,7 yang sudah dapat diterima. Sedangkan diatas 0,7 berarti sangat memuaskan.

Formula untuk *Composite Reliability* adalah

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \varepsilon_i}$$

Keterangan :

λ_i = *Loading Factors*

$$\varepsilon_i = 1 - \lambda_i^2$$

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai *average variance extracted* (AVE)

mendeskrripsikan besaran varian variabel yang dikandung oleh konstruk laten. Nilai batasan untuk AVE adalah 0,5.

Nilai AVE harus lebih besar dari 0,5 untuk dapat dikatakan telah menunjukkan *convergent validity* yang baik.

Formula untuk *Average Variance Extacted* (AVE) adalah

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \varepsilon_i}$$

Keterangan

λ_i = *Loading Factors*

$\varepsilon_i = 1 - \lambda_i^2$

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan nilai *cross loading* antar indikator dan *cross loading* Fornell-Lacker's. *Cross loading* antar indikator akan membandingkan korelasi antar indikator dengan konstraksnya dan konstruk dari blok lainnya. Bila korelasi antara indikator dengan konstraksnya lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk blok lain, maka artinya konstruk tersebut memprediksi ukuran pada blok tersebut lebih baik daripada blok lainnya. Sedangkan, nilai *cross loading* Fornell-Lacker's akan melihat nilai akar dari AVE, nilai akar AVE ini harus lebih tinggi jika dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE lebih tinggi dari kuadrat korelasi antar konstruk. *Cross loading* antar indikator termasuk dalam kriteria longgar, sedangkan *cross loading* Fornell-Lacker's adalah kriteria yang konservatif.

2. Evaluasi Struktural Model (*Inner Model*)

Dalam melakukan evaluasi struktural model terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan yaitu *path coefficient* (β), nilai R^2 (*coefficient of determination*), nilai *t*-test, uji f^2 (*effect size*), Q^2 (*predictive relevance*) dan q^2 (*relative impact*).

a. *Path Coefficient* (β)

Path coefficient digunakan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antar konstruk. Nilai ambang batas untuk *path coefficient* adalah 0,1 untuk menyatakan bahwa jalur yang diteliti memiliki pengaruh di dalam model.

b. R^2 (*coefficient of determination*)

R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel laten dependen dijelaskan oleh variabel laten independen. Standar pengukuran untuk R^2 adalah 0,67 dikatakan substansial atau kuat, 0,33 adalah moderat dan dibawah 0,19 adalah lemah.

c. *t*-test

Nilai *t*-test dilihat dengan menggunakan metode *bootstrapping* melalui uji *two-tailed* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 untuk menguji pengukuran penelitian. Pengukuran penelitian baru dapat dikatakan diterima jika nilai *t*-test lebih besar dari 1,96.

d. f^2 (*effect size*)

Pengujian f^2 dilakukan untuk memprediksi pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Batasan nilai untuk f^2 adalah 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan 0,35 untuk pengaruh besar. Rumus perhitungan f^2 adalah sebagai berikut :

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ include} - R^2 \text{ exclude}}{1 - R^2 \text{ include}}$$

Dengan $R^2 \text{ include}$ adalah *coefficient of determination* dan $R^2 \text{ exclude}$ adalah nilai yang ada diluar R.

e. Q^2 (*predictive relevance*)

Pengujian Q^2 dilakukan untuk dapat memberikan bukti bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam suatu model yang dibuat memiliki keterkaitan prediktif (*prodeictive relevance*) dengan variabel lainnya dalam model tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* dengan nilai ambang batas pengukuran di atas nol.

f. q^2 (*relative impact*)

Pengujian q^2 dilakukan untuk mengukur pengaruh relatif dari sebuah keterkaitan antara prediktif sebuah variabel tertentu dengan variabel lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* dengan nilai ambang batas pengukuran yaitu 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk

pengaruh sedang dan 0,35 untuk pengaruh besar. Rumus perhitungan q^2 adalah sebagai berikut :

$$q^2 = \frac{Q^2 \text{ include} - Q^2 \text{ exclude}}{1 - Q^2 \text{ include}}$$

Dengan $Q^2 \text{ include}$ adalah *predictive relevance* dan $Q^2 \text{ exclude}$ adalah nilai yang ada diluar Q.

2.18 SmartPLS

SmartPLS merupakan salah satu aplikasi perangkat lunak terkemuka yang dapat digunakan untuk mengestimasi model PLS-SEM (Widarjono, 2015; Wong, 2013). Setelah dikembangkan oleh Ringle, Wende, dan Will 75 pada tahun 2005, aplikasi ini mendapatkan popularitas di kalangan peneliti karena tatap muka grafis yang dimilikinya (Wong, 2013).

Dalam SmartPLS terdapat beberapa istilah (Hussein, 2015), yaitu :

1. Konstruk Eksogen

Konstruk eksogen adalah variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel-variabel lain yang terdapat dalam model. Ini merupakan variabel yang mempengaruhi variabel yang mempengaruhi variabel endogen.

2. Konstruk Endogen

Konstruk endogen adalah variabel dependen yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen

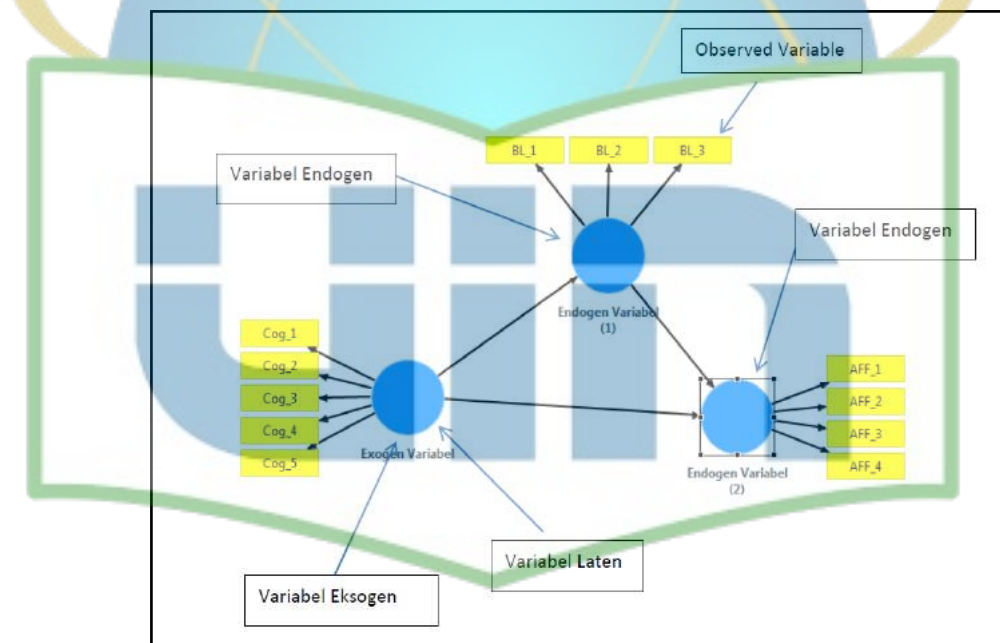
lainnya, namun hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. *Latent Variable*

Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diamati dan diukur secara langsung, nilai kuantitatifnya tidak dapat diketahui secara langsung.

4. *Observed Variable*

Variabel ini sering disebut variabel manifest. Variabel ini adalah variabel yang besaran kuantitatifnya dapat diketahui secara langsung, misalnya dari skor respon subyek terhadap instrumen pengukuran.



Gambar 2.7 Konstruk dalam SmartPLS 3.0 (Hussein, 2015)



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk mendukung peneliti. Pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi dan kuesioner.

3.1.1 Studi Pustaka

Pada tahap ini, studi pustaka dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian. Kemudian data dan informasi yang sudah dikumpulkan dijadikan sebagai data pendukung dan pembanding dalam penelitian yang sedang dilakukan. Pengumpulan data dengan studi pustaka dilakukan dengan membaca dan mempelajari berbagai sumber informasi seperti buku, *website*, maupun jurnal.

Penelitian ini melakukan studi literatur pada sebelas jurnal yang terkait dengan judul dari penelitian ini. Tiga dari sebelas jurnal (Sutanto et al., 2018; Kurniabudi & Assegaff, 2016; Hiswara et al., 2017) yang menjadi dasar penelitian ini yaitu dengan topik penerimaan pada teknologi informasi menggunakan UTAUT. Lima jurnal lain, yaitu (Aziz & Kamal, 2016; Putri & Mahendra, 2017; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Melisa & Indrawati, 2016; Ramdhani et al.,

2017) membahas analisis penerimaan suatu aplikasi dalam konsep *payment* dengan menggunakan model UTAUT 2. Selain itu tiga jurnal (Mardjo, 2018; Lee & Song, 2013; ; Alalwan et al., 2017) membahas tentang faktor-faktor niat pengguna dalam penerimaan teknologi menggunakan UTAUT 2 dengan menambahkan variabel *trust* dan *perceived risk*.



Tabel 3. 1 Penelitian Sejenis

No	Peneliti	Judul	Model	Tools	Hasil
1	Ali A. Alalwan, Yogesh K. D., Nripendra P. R., dan Raed Algharabat (Alalwan et al., 2017)	Examining factors influencing Jordanian customers's intentions and adoption of <i>internet banking</i> : Extending UTAUT 2 with risk	UTAUT 2	SEM	<i>Performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>hedonic motivation</i> , <i>price value</i> dan <i>perceived risk</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan <i>Jordanian banking</i> . Akan tetapi <i>social influence</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> .
2	Elvira Aziz dan Ragil Muhammad Kamal (Aziz dan Kamal, 2016)	ADOPSI TEKNOLOGI BELANJA <i>ONLINE</i> OLEH KONSUMEN UMKM DENGAN MODEL <i>UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY</i> 2	UTAUT 2	PLS-SEM SmartPLS	Minat menggunakan teknologi <i>internet (behavior intention)</i> untuk berbelanja <i>online</i> oleh konsumen UMKM di Jawa Barat dipengaruhi variabel <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> serta <i>habit</i> . Kebiasaan <i>use behavior</i> menggunakan teknologi <i>internet</i> berbelanja <i>online</i> oleh konsumen UMKM di Jawa Barat dipengaruhi variabel <i>habit</i> dan <i>behavioral intention</i> .
3	Lovaiinevy Firtian Soebali Putri dan Irfan Mehendra	Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan <i>Unified Theory</i>	UTAUT	Regresi Linear Berganda	Secara simultan, faktor <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh secara positif dan signifikan

	(Putri & Mahendra, 2017)	<i>of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>		terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) Aplikasi Go-jek. Secara parsial, hanya faktor <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) Aplikasi Gojek. Sementara faktor <i>effort expectancy</i> dan <i>facilitating condition</i> tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) Aplikasi Gojek.
4	Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi & Dodik Ariyanto (Pertiwi & Ariyanto, 2017)	PENERAPAN MODEL UTAUT 2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN <i>MOBILE BANKING</i> DI KOTA DENPASAR	UTAUT 2	Regresi Linear Berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> . Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan

					<i>mobile banking.</i>
5	Abrar Hiswara, Sri Rejeki, Prio Kustanto (Hiswara et al., 2017)	ANALISIS APLIKASI <i>MOBILE</i> DENGAN MENEGGUNAKAN METODE UTAUT (<i>UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY</i>)	UTAUT, Desain	Regresi Linear Berganda	Hasil dalam penelitian ini yaitu variabel bebas kegunaan, kemudahan, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dengan variabel terikat niat menggunakan aplikasi, hasilnya menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut terdapat pengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi. Sementara variabel desain secara partial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi <i>mobile</i> .
6	Melisa dan Indrawati (Melisa & Indrawati, 2016)	ANALYSIS OF CUSTOMER ACCEPTANCE OF ONLINE TRAVEL AGENT TECHNOLOGY USING UTAUT 2 MODEL (A CASE STUDY ON E-COMMERCE TRAVELOKA IN INDONESIA) UTAUT 2	UTAUT 2	PLS-SEM	Hasil dalam penelitian ini yaitu terdapat satu dari enam variabel penelitian yang berpengaruh terhadap variabel <i>behavioral intention</i> .
7	Al Bachri Ramdhani, Indira Rachmawati, ST., MSM dan	PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN UANG ELEKTRONIK TELKOMSEL CASH MENGGUNAKAN	UTAUT 2	PLS-SEM	Hasil dalam penelitian ini yaitu variabel <i>habit</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terbesar terhadap <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i> pada adopsi layanan uang elektronik Telkomsel Cash

	Fajar Sidiq Adi Prabowo, MBA (Ramdhani et al., 2017)	PENDEKATAN UTAUT 2			
8	Sutanto, Imam Ghozali, Rr. Sri Handayani (Sutanto et al., 2016)	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH (SIPKD) DALAM PERSPEKTIF THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) DI KABUPATEN SEMARANG	UTAUT 2	PLS-SEM	Hasil penelitian yaitu bahwa <i>behavioral intention</i> dipengaruhi secara signifikan oleh <i>hedonic motivation</i> dan <i>habit</i> . <i>Use behavior</i> dipengaruhi oleh <i>facilitating condition</i> , <i>habit</i> dan <i>behavioral intention</i> tanpa moderasi lingkungan pengaturan wajib. Selain itu usia, jenis kelamin dan pengalaman yang tidak memoderasi hubungan variabel-variabel eksogen dengan niat dan perilaku.
9	Anny Mardjo (Mardjo A., 2018)	Exploring Facebook users' willingness to accept f-commerce using the integrated unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUTU 2), trust and risk	UTAUT 2 Trust, Perceived Risk	PLS-SEM	Hasil dari penelitian yaitu bahwa <i>trust</i> memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan <i>behavior intention</i> untuk melakukan pembelian lewat <i>facebook</i> . Selain itu diikuti dengan <i>performance expectancy</i> dan <i>perceived risks</i> yang memiliki hubungan

		under the moderating role of age and gender			signifikan dengan <i>behavior intention</i> . <i>Age</i> dan <i>gender</i> tidak mempengaruhi <i>trust</i> dan <i>perceived risk</i> pengguna dalam melakukan pembelian lewat <i>f-commerce</i> .
10	Ji-Hwan Lee (Lee & Song, 2013)	EFFECTS OF TRUST AND PERCEIVED RISK ON USER ACCEPTANCE OF A NEW TECHNOLOGY SERVICE	UTAUT Trust, Perceived Risk	SEM	Hasil dari penelitian yaitu <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> secara positif mempengaruhi <i>behavioral intention</i> . <i>Trust</i> dan <i>perceived risk</i> menunjukan sebagai alasan langsung pada penggunaan UTAUT. Dan <i>trust</i> berfungsi tidak langsung terhadap <i>perceived risk</i> , <i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> .
11	Kurniabudi & setiawan Assegaff (Kurniawan & Assegaff, 2016)	ANALISIS PERILAKU PENERIMAAN EDMODO PADA PERKULIAHAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT	UTAUT 2	SEM	Hasil dari penelitian yaitu <i>performance expectancy</i> , <i>price value</i> , dan <i>habit</i> secara signifikan mempengaruhi <i>behavioral intention</i> terhadap pengguna Edmodo. Tetapi <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , <i>hedonic motivation</i> , dan <i>facilitating condition</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> .

Berdasarkan penelitian diatas, dapat dilihat pada penelitian (Pertiwi & Ariyanto, 2017; Ramdhani et al., 2017; Melisa & Indriwati, 2016) bahwa model UTAUT 2 banyak digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan dalam konsep aplikasi *payment*, akan tetapi penelitian tersebut tidak menambahkan variabel *trust* dan *perceived risk*. Sedangkan menurut (Alalwan et al., 2017) *trust* memainkan peranan penting dalam menentukan kemungkinan pengguna untuk mengadopsi teknologi seluler. *Trust* bahkan lebih penting dalam transaksi elektronik, seperti *m-payment* yang difasilitasi dengan berbagai penyedia (Slade et al., 2013), selain itu menurut (Kim et al., 2009) pengguna *m-payment* dan *m-banking* mungkin mengalami risiko seperti kerentanan dan pelanggaran keamanan sistem.

Pada penelitian (Mardjo A., 2018; Lee & Song, 2013) berhasil membuktikan bahwa variabel *trust*, *perceived risk* dan *performance expectancy* memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel *behavior intention* dalam pembelian produk melalui *f-commerce* di Thailand. Akan tetapi penelitian ini menghilangkan variabel *price value* yang merupakan peran penting dalam membentuk kesediaan pengguna dalam menerima suatu teknologi (Slade et al., 2013; Venkatesh et al., 2012) dan variabel *use behavior* sebagai minat pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Venkatesh et al., 2003).

Karena belum adanya penelitian penerimaan pada objek aplikasi *mobile TIX ID* di Indonesia. Maka dari itu peneliti mengembangkan model UTAUT 2 (Venkatesh et al., 2012) dengan menambahkan variabel *trust* dan *perceived risk* untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi *mobile TIX ID*.

3.1.2 Observasi

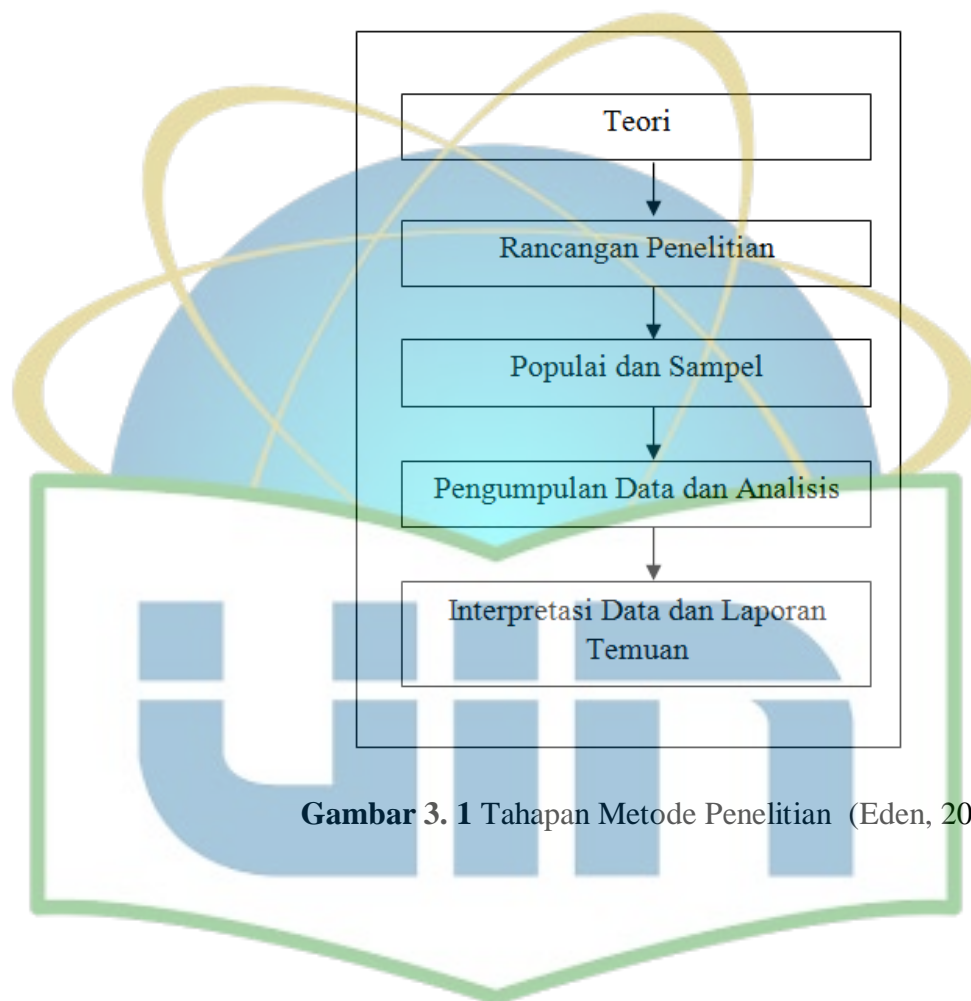
Pada tahap ini, observasi yang dilakukan peneliti dilakukan secara langsung terhadap aplikasi *mobile* TIX ID dengan cara menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID untuk mengetahui proses yang terjadi pada aplikasi. Selain itu, peneliti juga mengamati data statistik dari *Google Play Store* pada aplikasi *mobile* TIX ID dari awal aplikasi dirilis pada tanggal 28 Maret 2018 hingga 5 Agustus 2019 terdapat lebih dari 5 juta pengunduh aplikasi *mobile* TIX ID, dengan rating 4.7/5.

3.1.3 Kuesioner

Pada tahap ini, kuesioner digunakan peneliti untuk memberikan pernyataan kepada responden secara tertulis yang dijawab oleh responden sesuai dengan petunjuk. Kuesioner diberikan kepada responden baik secara tidak langsung untuk memenuhi syarat sampel penelitian. Adapun dilakukan menggunakan *google forms* yang disebar di media sosial. Pernyataan kuesioner didapatkan dari indikator setiap variabel yang digunakan peneliti yaitu berjumlah 36 pernyataan. Kuesioner akan diberikan kepada 120 responden pengguna aplikasi *mobile* TIX ID.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang dilakukan oleh (Eden J., 2017) yang memiliki enam tahapan didalamnya. Adapun tahapan yang digunakan yaitu:



Gambar 3. 1 Tahapan Metode Penelitian (Eden, 2017)

3.2.1 Teori

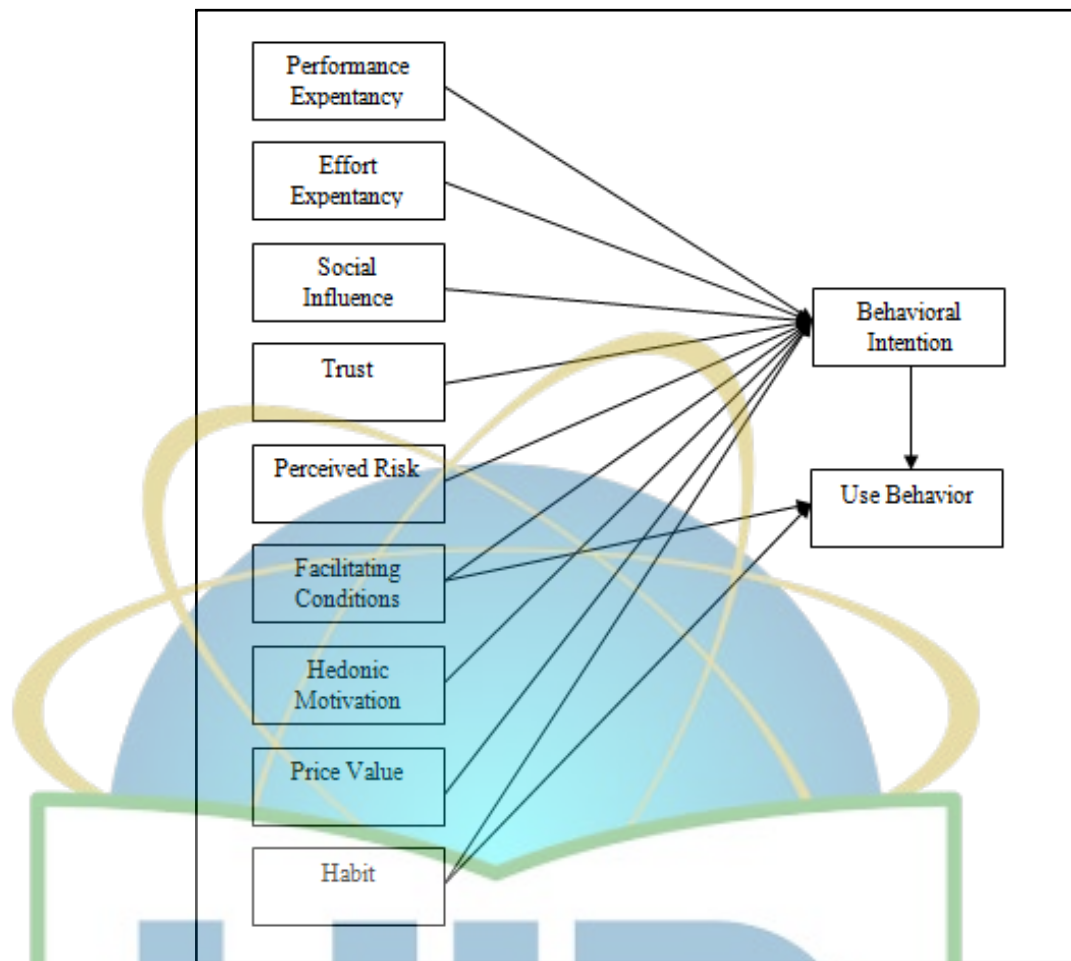
Landasan teoritis dilakukan untuk memperkuat pelaksanaan penelitian yaitu dengan menggunakan jurnal, buku dan situs-situs terkait analisis penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID. Permasalahan yang ditemukan oleh peneliti didapat dengan melakukan observasi

awal dengan menggunakan secara langsung terhadap aplikasi *mobile* TIX ID dan data aplikasi melalui *Google Play Store*.

3.2.2 Rancangan Penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan perancangan model penelitian dan pengujian kuesioner. Penelitian ini menggunakan model UTAUT 2 yang terdiri dari sebelas variabel yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expentancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), *habit* (HT), *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB). Kemudian menambahkan dua variabel yaitu *Trust* (TR) dan *Perceived Risk* (PR) (Mardjo A., 2018).





Gambar 3. 2 Model Penelitian (Mardjo A., 2018)

Berdasarkan model penelitian yang digunakan penelitian ini, dilakukan perancangan kuesioner untuk nantinya dijadikan sumber data utama untuk mengetahui tingkat penerimaan dan alasan atau faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi *mobile* TIX ID.

Kuesioner ini terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama, berisi pertanyaan-pertanyaan terkait profil responden. Sedangkan bagian kedua dari kuesioner berisikan pertanyaan terkait

penerimaan pengguna pada aplikasi *mobile* TIX ID. Jumlah kuesioner sesuai dengan indikator yang digunakan. Selain itu penelitian ini menggunakan skala likert pada pengisian kuesioner dengan skala penilaiannya menggunakan lima jawaban.

Adapun pada pengujian kuesioner, hal yang dilakukan peneliti yaitu pengujian validitas dan realibilitas menggunakan pendekatan PLS-SEM (Hair et al., 2017) yang terdiri dari dua tahapan analisis yaitu analisis *outer model* yang terdiri dari empat tahap yaitu *individual item reliability*, *internal consistency reliability*, *average variance extracted* dan *discriminant validity*. Dan analisis *inner model* yang terdiri dari enam tahap yaitu *path coefficient* (β), nilai R^2 (*coefficient of determination*), nilai *t*-test, uji f^2 (*effect size*), Q^2 (*predictive relevance*) dan q^2 (*relative impact*).

3.2.3 Populasi dan Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel, dikarenakan adanya keterbatasan peneliti yang tidak memiliki data terkait jumlah total pengguna aplikasi *mobile* TIX ID. Peneliti menggunakan salah satu dari 10 *times rule* yang dikembangkan oleh Barclay et al. (Hair et al., 2017). Aturan ini menyatakan bahwa ukuran sampel digunakan dalam sebuah penelitian harus sepuluh kali jumlah maksimum anak panah (*path*) yang mengenai variabel laten. Terdapat 12 anak panah

yang mengenai variabel laten pada model yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 120 sampel. Sesuai dengan sampel yang digunakan dalam penelitian dengan SEM berkisar antara 100 sampai 200 sampel (Guritno et al., 2011). Sesuai dengan pernyataan diatas, 120 sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini sudah cukup untuk mewakili populasi yang ada.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* (Thanderdost, 2016) dimana penyebaran kuesioner dilakukan secara tidak langsung kepada responden. Adapun penyebaran dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur *google form* sebagai pengisian kuesioner dengan menggunakan media sosial untuk penyebaran *link* dari kuesioner tersebut.

3.2.4 Pengumpulan Data dan Analisis

Setelah semua data terkumpul, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak diantaranya Ms.Word 2007 dan Edraw Max versi 9.1 yang digunakan untuk membantu penulisan laporan, Ms.Excel yang digunakan untuk menyaring dan mengklasifikasi untuk pengolah data demografis; sedangkan SmartPLS versi 3.0 yang digunakan untuk membantu pengujian *inner model* dan *outer model* pada proses analisis statistik.

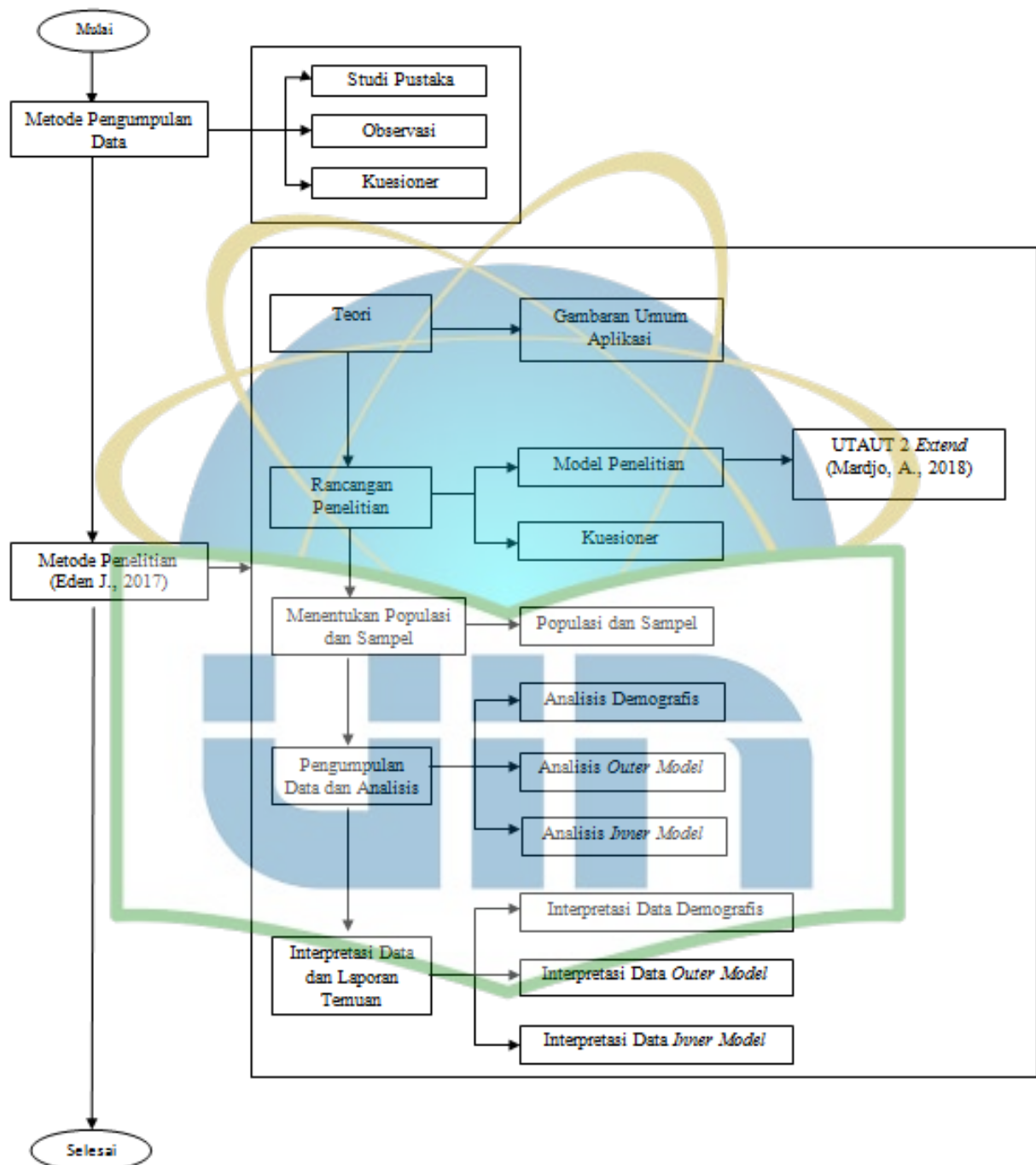
Analisis yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu analisis demografis, analisis *outer model* dan analisis *inner model*. Analisis demografis dilakukan peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak yaitu Ms.Excel 2007. Data responden akan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pertanyaan lainnya.

Sedangkan analisis *outer model* dan *inner model* dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.2.8. Analisis *outer model* bertujuan untuk menilai validitas dan realibilitas model yang akan digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan dalam analisis *inner model* bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel yang ada model penelitian.

3.2.5 Interpretasi Data

Hasil dari analisis data yang telah dilakukan akan diinterpretasikan yaitu dengan mendeskripsikan hasil-hasil pengolahan data demografis, dan menerjemahkan hasil analisis *outer model* dan *inner model* dengan membandingkan dan mempertimbangkan beberapa literatur terkait. Selain itu adanya rekomendasi yang diberikan peneliti terhadap perusahaan TIX ID maupun perusahaan yang mengembangkan aplikasi sejenis. Selanjutnya hasil pengolahan data dan interpretasi tersebut akan dijelaskan secara lengkap pada BAB IV.

3.3 Kerangka Penelitian



Gambar 3. 3 Kerangka Penelitian

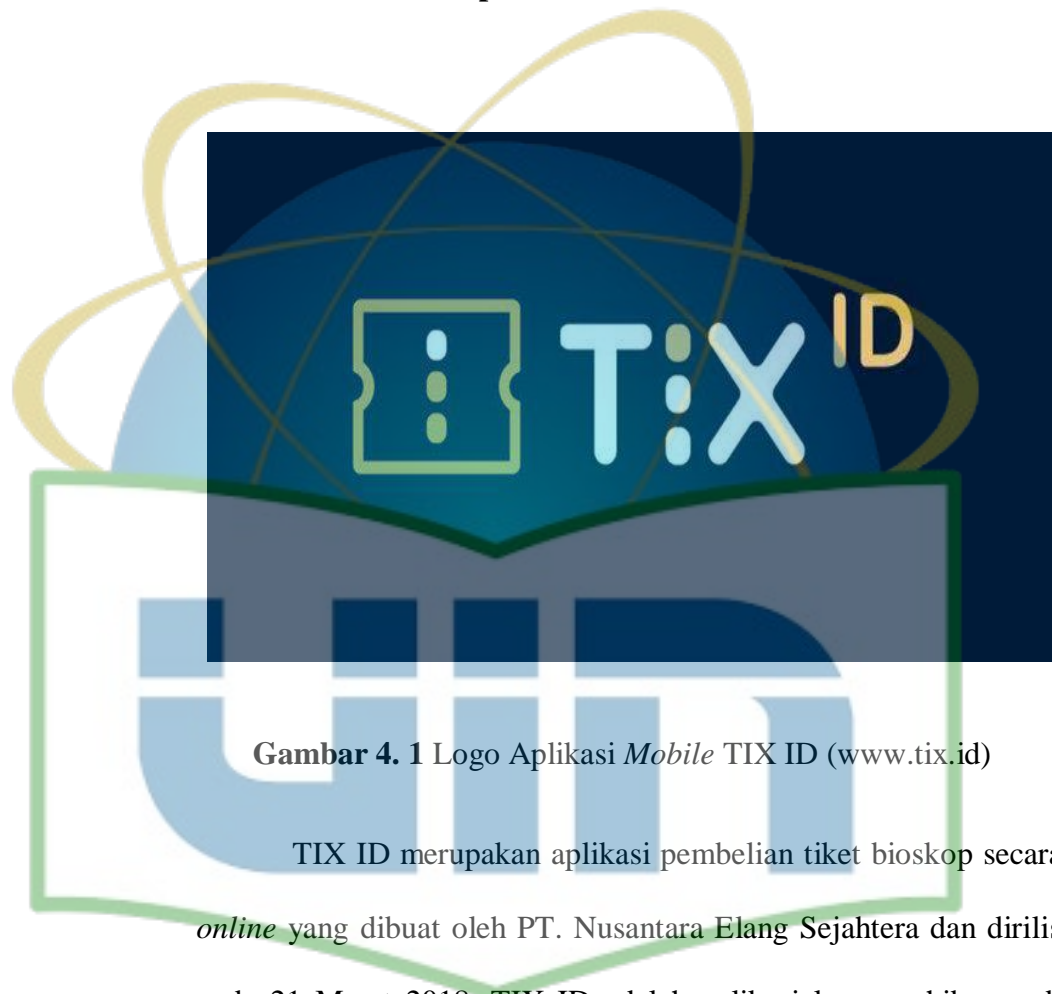


BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Teori

4.1.1 Gambaran Umum Aplikasi



Gambar 4. 1 Logo Aplikasi *Mobile* TIX ID (www.tix.id)

TIX ID merupakan aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online* yang dibuat oleh PT. Nusantara Elang Sejahtera dan dirilis pada 21 Maret 2018. TIX ID adalah aplikasi layanan hiburan di Indonesia yang memberikan layanan dalam pembelian tiket bioskop baik film luar maupun film dalam negeri. TIX ID menyediakan layanan informasi kepada para pengguna agar mengetahui tentang film terkini serta melakukan pemesanan tiket

bioskop. Aplikasi TIX ID dapat diunduh di *Play Store* dan *App Store* sebagai aplikasi kategori hiburan atau *entertainment*.

TIX ID menjual tiket bioskop yang termasuk dalam Cineplex 21 Group, yaitu diantaranya XXI, The Premiere, dan IMAX serta CGV sebagai perusahaan penyedia layar bioskop dimana keduanya yang telah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. TIX ID menawarkan konsep pembelian tiket bioskop dengan integrasi pihak ketiga yaitu DANA, dimana DANA merupakan konsep uang digital yang terintegrasi dengan beberapa aplikasi besar seperti Bukalapak dan Ramayana. TIX ID sejauh ini sudah memiliki jumlah pengunduh lebih dari 5 juta orang dimana diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya (*Play Store*, Agustus 2019).

4.2 Rancangan Penelitian

4.2.1 Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian, pengukuran dalam penelitian ini terdapat sebanyak 12 pengukuran yang dikembangkan berdasarkan teori-teori dari Davis et al., (1989); Venkatesh et al., (2003); Venkatesh et al., (2012), dan Mardjo A., (2018). Adapun penjabaran dari pengukuran-pengukuran tersebut antara lain:

P1: Apakah *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P2: Apakah *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P3: Apakah *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P4: Apakah *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P5: Apakah *Perceived Risk* (PR) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P6: Apakah *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P7: Apakah *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

P8: Apakah *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P9: Apakah *Price Value* (PV) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P10: Apakah *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

P11: Apakah *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

P12: Apakah *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

Penelitian ini menggunakan model (Mardjo A., 2018) yaitu dengan sembilan variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *price value*, *hedonic motivation*, *habit*, *behavioral intention*, *use behavior*, *trust* dan *perceived risk*.

Dari variabel ini didapatkan sebanyak 36 indikator yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1 Indikator Penelitian

Kode	Variabel	Indikator	Referensi
PE	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	Wu et al, 2012)
		<i>Extrinsic Motivation</i>	
		<i>Job-fit</i>	
		<i>Relative Advantage</i>	
		<i>Outcome Expectation</i>	
EE	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Perceived Ease of use</i>	Lee & Song, 2013
		<i>Interaction</i>	
		<i>Complexitu</i>	

		<i>Ease of Use</i>	
SI	<i>Social Influence</i>	<i>Subjective Norm</i>	Wu et al., 2012
		<i>Social Factor</i>	
		<i>Image</i>	
FC	<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Wu et al., 2012
		<i>Facilitating Conditions</i>	
		<i>Compability</i>	
HM	<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Fun</i>	Wu et al., 2012
		<i>Entertaint</i>	
		<i>Interest</i>	
PV	<i>Price Value</i>	<i>Quality</i>	Wu et al., 2012
		<i>Price</i>	
		<i>Value</i>	
HT	<i>Habit</i>	<i>Prior Use</i>	Venkatesh et al., 2012
		<i>Addiction</i>	
		<i>Behavior to be Automatic</i>	
TR	<i>Trust</i>	<i>Trustworthy</i>	Pascual-Miguel et al., 2015)
		<i>Keep Promisses and Aggrements</i>	
		<i>Confidence to Use</i>	
PR	<i>Perceived Risk</i>	<i>Performance</i>	Lee M. , 2009

		<i>Security of Financial</i>	
		<i>Time</i>	
BI	<i>Behavior Intention</i>	<i>Intention to Use</i>	Lee, 2013
		<i>Plan to Use</i>	
		<i>Prediction of Use of System</i>	
UB	<i>Use Behavior</i>	<i>Usage Time</i>	Wu et al., 2010
		<i>Usage Frequency</i>	
		<i>Use Variety</i>	

4.2.2 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama mengenai profil responden yang terdiri dari 6 pertanyaan dan bagian kedua yaitu pertanyaan mengenai penerimaan pengguna aplikasi *mobile* TIX ID yang terdiri dari 36 pernyataan yang disusun dari indikator-indikator yang telah dirancang sebelumnya pada perancangan model penelitian. Kuesioner penelitian ini terlampir pada lampiran.

4.3 Menentukan Populasi dan Sampel

4.3.1 Populasi dan Sampel

Sampel penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara tidak langsung kepada responden. Penyebaran ini

dilakukan menggunakan melalui sosial media *whatsapp*, *line*, dan lainnya. Adapun media yang digunakan yaitu *google forms*. Penyebaran dilakukan dimulai pada tanggal 3 November 2019 sampai 17 November 2019 dalam mencapai minimal target sampel yang dibutuhkan. Data yang telah terkumpul tersebut diolah dan dianalisis menggunakan Ms.Excel 2007 dan SmartPLS versi 3.2.8. Dari hasil penyebaran kuesioner, peneliti berhasil memperoleh 235 kuesioner yang dinyatakan valid dan 6 kuesioner yang dinyatakan tidak valid.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* untuk pengambilan sampel, dimana peneliti menentukan sampel hanya berdasarkan pengguna aplikasi *mobile TIX ID* yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi tersebut. Selain itu juga responden juga harus berasal dari daerah Jabodetabek untuk dapat menjawab kuesioner penelitian ini.

4.4 Pengumpulan Data dan Analisis

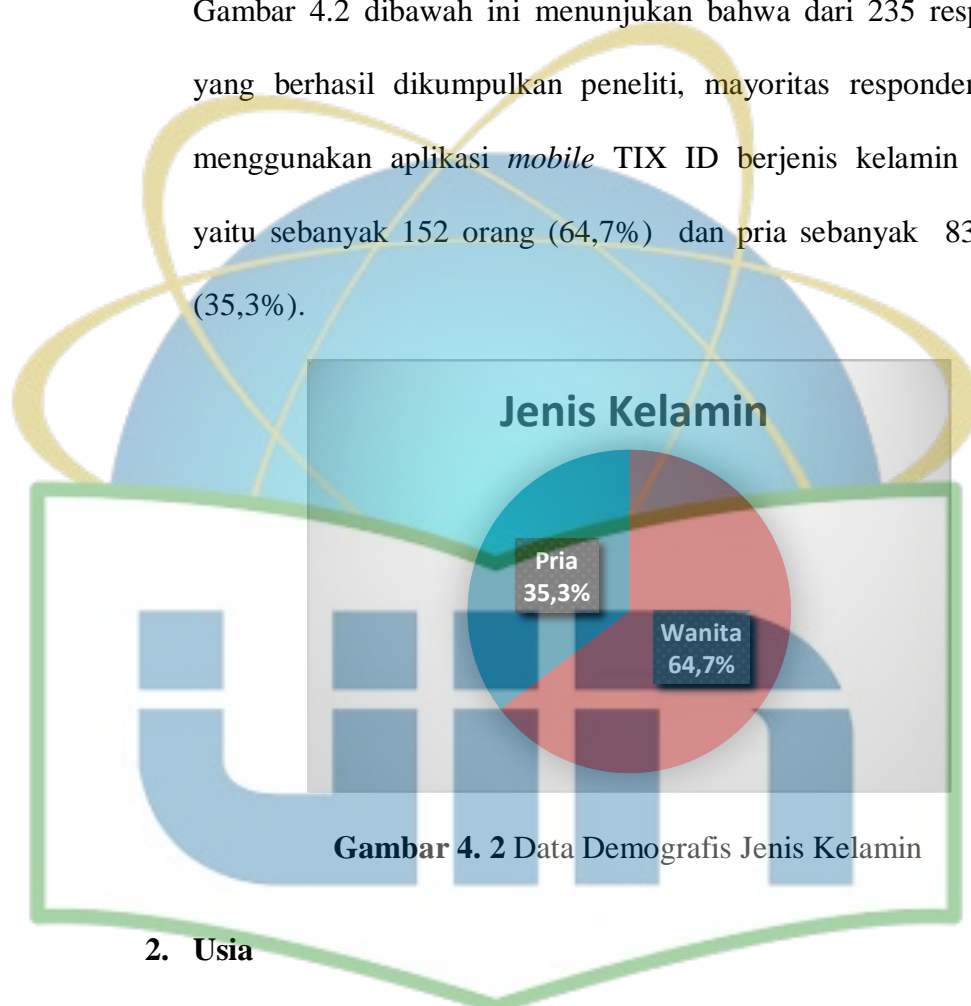
4.4.1 Analisis Demografis

Peneliti menganalisis data kuesioner yang berupa data profil serta jawaban yang telah diberikan oleh responden. Jawaban tersebut terkait pertanyaan-pertanyaan umum mengenai penggunaan responden terhadap aplikasi *mobile TIX ID*. Adapun pertanyaan berupa jenis

kelamin, usia, pekerjaan, domisili, frekuensi membuka aplikasi *mobile* TIX ID dan frekuensi pembelian tiket bioskop menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID.

1. Jenis Kelamin

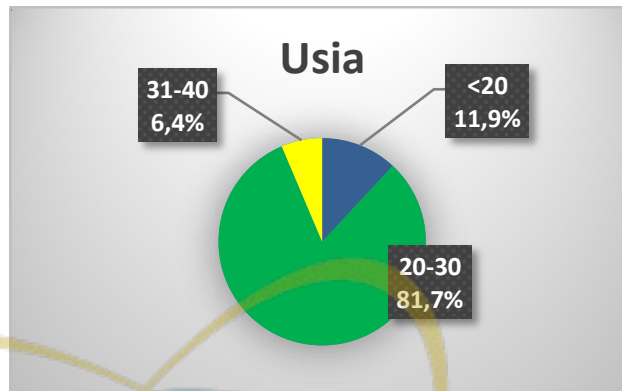
Gambar 4.2 dibawah ini menunjukan bahwa dari 235 responden yang berhasil dikumpulkan peneliti, mayoritas responden yang menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 152 orang (64,7%) dan pria sebanyak 83 orang (35,3%).



Gambar 4. 2 Data Demografis Jenis Kelamin

2. Usia

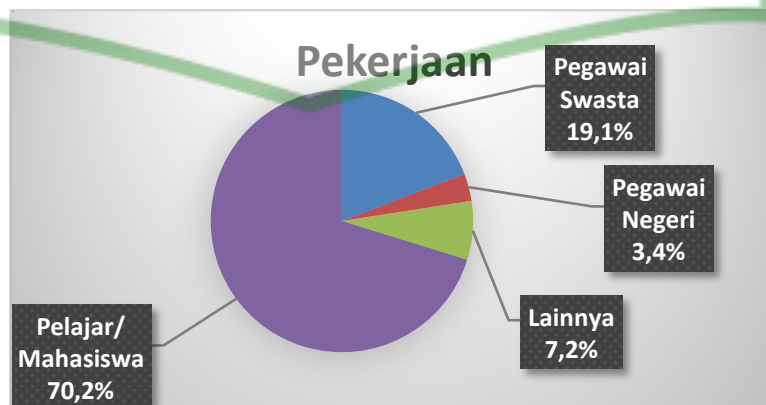
Gambar 4.3 dibawah menunjukan bahwa dari 235 responden yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti, jumlah responden terbesar berasal dari responden yang berusia 20-30 tahun yaitu 192 orang (81,7%) dan usia lainnya yaitu <20 tahun 28 orang (11,9%) dan jumlah responden yang paling sedikit berusia 31-40 tahun yaitu 15 orang (6,4%).



Gambar 4. 3 Data Demografis Usia

3. Pekerjaan

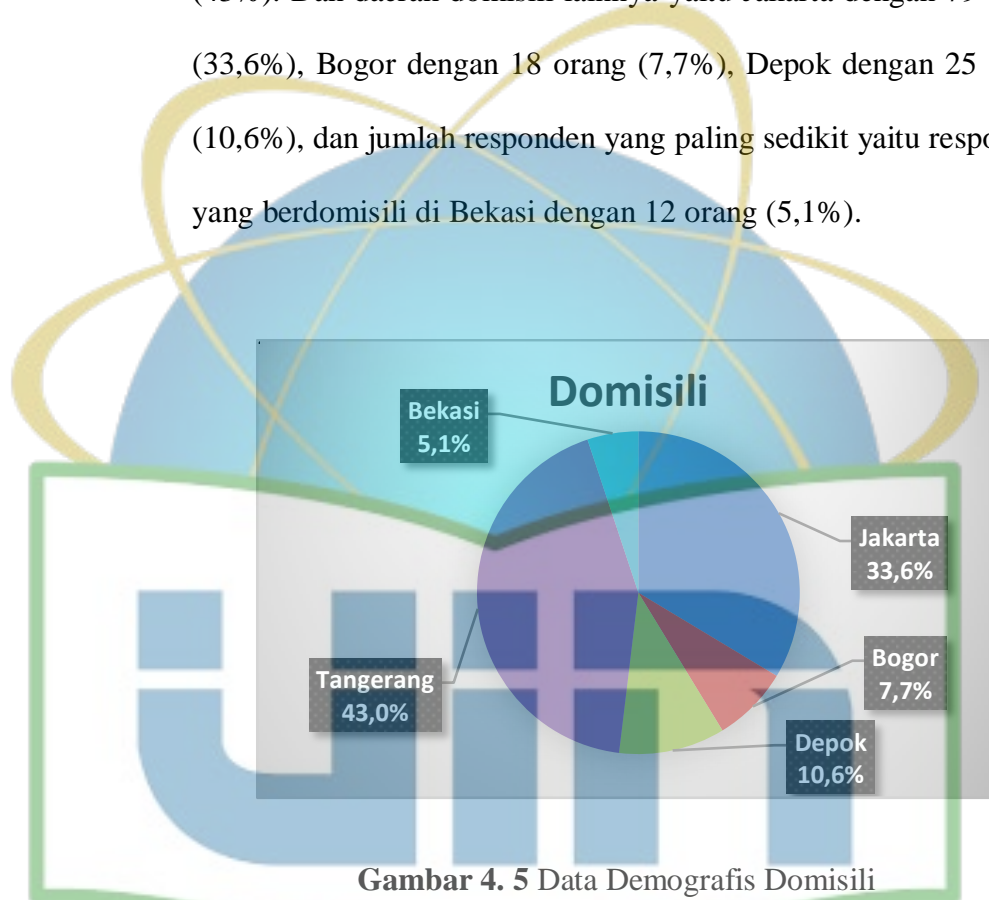
Gambar 4.4 dibawah ini menunjukan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memiliki presentase yang paling besar yaitu 165 orang (70,2%). Dan pekerjaan lainnya yaitu pegawai swasta dengan 45 orang (19,1%), pegawai negeri dengan 8 orang (3,4%) dan lainnya dengan 17 orang (7,2%).



Gambar 4. 4 Data Demografis Pekerjaan

4. Domisili

Gambar 4.5 dibawah ini menunjukkan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, responden yang berdomisili di Tangerang memiliki persentase terbanyak yaitu 101 orang (43%). Dan daerah domisili lainnya yaitu Jakarta dengan 79 orang (33,6%), Bogor dengan 18 orang (7,7%), Depok dengan 25 orang (10,6%), dan jumlah responden yang paling sedikit yaitu responden yang berdomisili di Bekasi dengan 12 orang (5,1%).

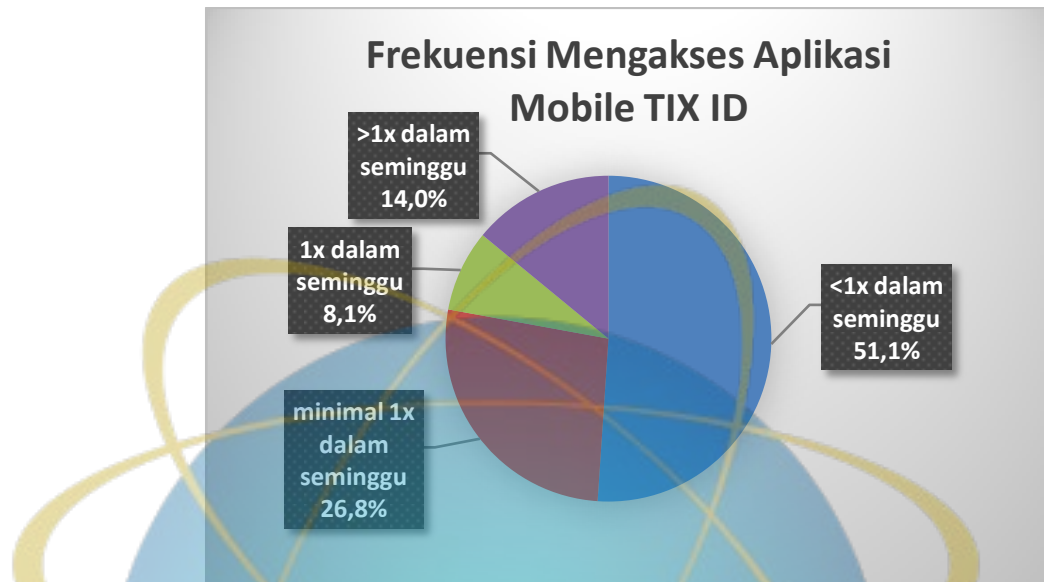


Gambar 4. 5 Data Demografis Domisili

5. Frekuensi mengakses aplikasi *mobile* TIX ID

Gambar 4.6 dibawah ini menunjukkan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, jumlah terbesar yaitu 120 orang mengakses aplikasi *mobile* TIX ID <1x dalam seminggu (51,1%). Sedangkan responden lainnya 63 orang mengakses minimal 1x dalam seminggu (26,8%), 19 orang mengakses 1x

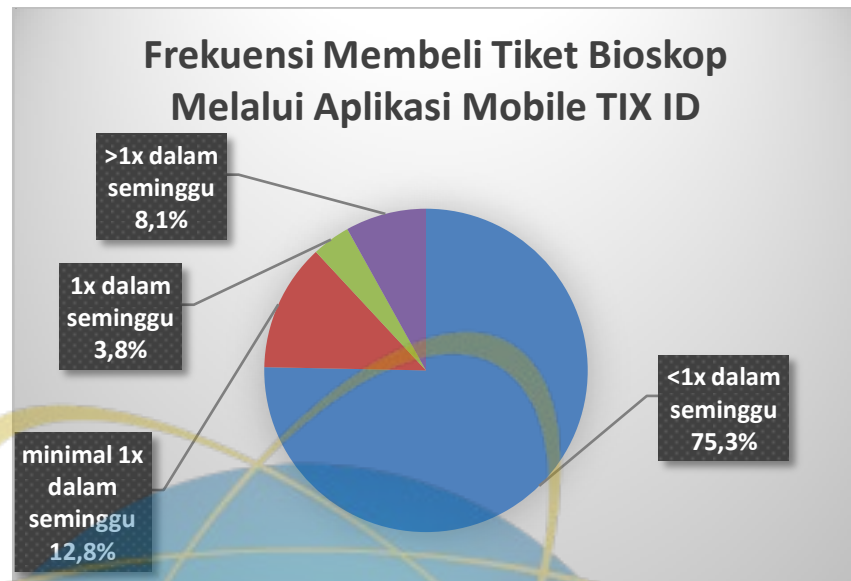
dalam seminggu (8,1%), dan 33 orang mengakses >1x dalam seminggu (14%).



Gambar 4. 6 Data Demografis Frekuensi Mengakses Aplikasi
Mobile TIX ID

6. Frekuensi membeli tiket bioskop melalui aplikasi *mobile TIX ID*

Gambar 4.7 dibawah ini menunjukkan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, jumlah terbesar yaitu 177 orang membeli tiket bioskop melalui aplikasi *mobile TIX ID* <1x dalam seminggu (75,3%). Sedangkan responden lainnya 30 orang mengakses minimal 1x dalam seminggu (12,8%), 9 orang mengakses 1x dalam seminggu (3,8%) dan 19 orang mengakses >1x dalam seminggu (8,1%).



Gambar 4. 7 Data Demografis Frekuensi Membeli Tiket Bioskop Melalui Aplikasi *Mobile TIX ID*

4.4.2 Analisis *Outer Model*

Pada analisis *measurement model (outer model)* terdiri dari empat tahap yaitu *individual item reliability*, *internal consistency reliability*, *average variance validity*, dan *discriminant validity* (Hair et al., 2017; Yamin & Kurniawan, 2011; Wong, 2013).

1) Uji *Individual Item Realibility*

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *standardized loading factor*. Nilai tersebut menggambarkan besarnya hubungan antara tiap inidkator dengan konstruknya. Nilai *loading factor* diatas 0,7 dapat dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk (Hair et al., 2017). Namun beberapa peneliti seperti

Yamin dan Kurniawan berpendapat jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5 sudah dapat dikatakan valid.

Tabel 4. 2 Nilai Outer Loading

	BI	EE	FC	HT	HM	PR	PE	PV	SI	TR	UB
BI1	0.840										
BI2	0.849										
BI3	0.874										
EE1		0.848									
EE2		0.857									
EE3		0.824									
EE4		0.862									
FC1			0.813								
FC2			0.796								
FC3			0.859								
HT1				0.894							
HT2				0.906							
HT3				0.887							
HM1					0.858						
HM2					0.866						
HM3					0.901						
PR1						0.812					
PR2						0.851					
PR3						0.666					
PE1							0.739				
PE2							0.669				
PE3							0.684				
PE4							0.728				
PE5							0.725				
PV1								0.868			
PV2								0.901			
PV3								0.900			
SI1									0.756		
SI2									0.861		
SI3									0.888		
TR1										0.915	
TR2										0.866	
TR3										0.882	

UB1											0.841
UB2											0.874
UB3											0.846

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa terdapat tiga indikator yang memiliki nilai di bawah 0,7, yaitu PE2, PE3, PR3. Adapun Yamin dan Kurniawan (2011) berpendapat bahwa indikator dengan nilai *outer loading* diatas 0,5 masih dapat diterima dan dikatakan valid. Maka dari itu peneliti memilih untuk mempertahankan ketiga indikator tersebut.

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji *internal consistency reliability* dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* (CR) dari masing-masing variabel dengan ambang batas 0,7 (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 3 Nilai *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
BI	0.890
EE	0.911
FC	0.863
HT	0.924
HM	0.908
PR	0.822
PE	0.835
PV	0.919
SI	0.875
TR	0.918

UB	0.889
----	-------

Dapat dilihat dari Tabel 4.3 di atas bahwa setiap variabel memiliki nilai di atas 0,7. Sehingga seluruh variabel memenuhi syarat untuk digunakan dan tidak ada masalah dalam uji *composite reliability*.

3) Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). Nilai AVE digunakan untuk menggambarkan besaran varian atau keragaman indikator yang dapat dikandung oleh variabel laten (konstruk). Nilai AVE minimal 0,5 menunjukkan *convergent validity* yang baik (Hair et al., 2017). Yang berarti variabel laten (konstruk) dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah *variance* dari indikator-indikatornya.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini di atas 0,5. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa seluruh variabel penelitian ini telah memenuhi syarat dan dapat melanjutkan perhitungan ke tahap selanjutnya.

Tabel 4. 4 Nilai *Average Variance Extract* (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
BI	0.730
EE	0.719
FC	0.678
HM	0.766
HT	0.802
PE	0.503
PR	0.609
PV	0.791
SC	0.700
TR	0.788
UB	0.728

4) Uji *Discriminant Validity*

Pengujian ini dilakukan dengan dua tahap pemeriksaan cross loading yaitu *cross loading* dan *cross loading Fornell-Lacker's* dari tiap indikator. *Cross loading* antar indikator digunakan untuk membandingkan korelasi antar indikator dengan konstraknya dan konstruk blok lain. sedangkan nilai *cross loading Fornell-Lacker's* melihat nilai akar AVE antar konstruk lainnya.

Nilai *cross loading* antar indikator antar variabelnya harus menunjukan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain. Pada tabel 4.5 *cross loading* antar indikator sudah memenuhi persyaratan yang ada sehingga dapat digunakan untuk penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading

	BI	EE	FC	HT	HM	PR	PE	PV	SI	TR	UB
BI1	0.840	0.383	0.468	0.567	0.482	-0.091	0.501	0.486	0.398	0.454	0.606
BI2	0.849	0.350	0.457	0.669	0.589	-0.120	0.548	0.512	0.562	0.474	0.668
BI3	0.874	0.407	0.487	0.599	0.560	-0.141	0.491	0.529	0.449	0.488	0.674
EE1	0.394	0.848	0.579	0.313	0.446	-0.016	0.560	0.496	0.364	0.551	0.451
EE2	0.338	0.857	0.586	0.289	0.390	0.111	0.543	0.509	0.308	0.569	0.437
EE3	0.319	0.824	0.526	0.237	0.430	0.077	0.496	0.371	0.262	0.478	0.404
EE4	0.434	0.862	0.635	0.373	0.409	0.040	0.511	0.455	0.336	0.507	0.481
FC1	0.434	0.613	0.813	0.330	0.467	0.059	0.562	0.471	0.341	0.558	0.454
FC2	0.396	0.489	0.796	0.303	0.398	-0.039	0.499	0.351	0.477	0.422	0.441
FC3	0.518	0.596	0.859	0.406	0.526	0.029	0.552	0.538	0.398	0.613	0.573
HT1	0.593	0.345	0.415	0.894	0.459	0.005	0.423	0.380	0.401	0.441	0.614
HT2	0.618	0.281	0.331	0.906	0.474	-0.062	0.411	0.404	0.376	0.405	0.598
HT3	0.709	0.349	0.396	0.887	0.483	-0.099	0.416	0.439	0.442	0.448	0.632
HM1	0.492	0.464	0.503	0.405	0.858	-0.057	0.518	0.472	0.389	0.545	0.582
HM2	0.534	0.415	0.475	0.441	0.866	-0.077	0.507	0.485	0.462	0.558	0.570
HM3	0.635	0.424	0.515	0.526	0.901	-0.035	0.542	0.533	0.422	0.596	0.697
PR1	-0.097	0.011	-0.009	-0.034	-0.027	0.812	0.005	-0.015	-0.058	0.127	-0.041
PR2	-0.138	-0.007	-0.030	-0.042	-0.075	0.851	-0.051	-0.045	-0.024	0.084	0.007
PR3	-0.072	0.196	0.144	-0.077	-0.031	0.666	0.101	0.110	-0.081	0.180	0.001
PE1	0.488	0.408	0.459	0.412	0.440	-0.078	0.739	0.395	0.445	0.394	0.500
PE2	0.401	0.429	0.467	0.264	0.362	-0.052	0.669	0.367	0.294	0.372	0.408
PE3	0.384	0.468	0.479	0.259	0.422	0.105	0.684	0.491	0.354	0.592	0.409
PE4	0.430	0.485	0.493	0.322	0.422	-0.047	0.728	0.462	0.382	0.548	0.420
PE5	0.420	0.426	0.426	0.375	0.470	0.104	0.725	0.477	0.347	0.540	0.446
PV1	0.484	0.453	0.433	0.385	0.417	0.017	0.436	0.868	0.286	0.454	0.490
PV2	0.527	0.445	0.521	0.397	0.509	0.027	0.558	0.901	0.418	0.510	0.567
PV3	0.574	0.543	0.529	0.434	0.581	-0.036	0.631	0.900	0.427	0.636	0.597
SI1	0.335	0.313	0.384	0.231	0.344	-0.027	0.408	0.337	0.756	0.348	0.379
SI2	0.509	0.341	0.435	0.334	0.423	-0.078	0.463	0.380	0.861	0.389	0.458
SI3	0.514	0.303	0.409	0.536	0.440	-0.040	0.432	0.359	0.888	0.412	0.523
TR1	0.474	0.575	0.584	0.405	0.546	0.149	0.593	0.520	0.416	0.915	0.546
TR2	0.428	0.607	0.593	0.343	0.571	0.125	0.612	0.514	0.364	0.866	0.481
TR3	0.554	0.487	0.565	0.514	0.605	0.129	0.614	0.569	0.433	0.882	0.600
UB1	0.680	0.466	0.538	0.586	0.707	-0.003	0.622	0.611	0.524	0.608	0.841
UB2	0.659	0.459	0.511	0.658	0.552	-0.018	0.509	0.526	0.399	0.499	0.874
UB3	0.608	0.419	0.487	0.507	0.552	-0.011	0.443	0.448	0.485	0.465	0.846

Sedangkan untuk nilai *cross loading Fornell-Lacker's*, nilai akar AVE antar konstruk harus lebih besar jika dibandingkan dengan nilai dengan konstruk lainnya. Dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.5 nilai akar AVE antar konstruk untuk setiap variabel sudah memenuhi persyaratan sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 6 Nilai *Cross Loading* Fornell-Lacker's

	BI	EE	FC	HT	HM	PR	PE	PV	SI	TR	UB
BI	0.854										
EE	0.444	0.848									
FC	0.551	0.690	0.823								
HT	0.718	0.364	0.426	0.895							
HM	0.639	0.493	0.568	0.528	0.875						
PR	-										
PE	0.138	0.058	0.022	-0.060	-0.063	0.780					
PV	0.601	0.622	0.653	0.466	0.597	0.003	0.710				
SI	0.596	0.542	0.558	0.457	0.569	0.001	0.615	0.890			
TR	0.553	0.378	0.488	0.455	0.485	-0.061	0.518	0.428	0.837		
UB	0.553	0.620	0.652	0.482	0.648	0.151	0.683	0.605	0.459	0.888	
UB	0.762	0.526	0.601	0.687	0.709	-0.012	0.618	0.622	0.548	0.616	0.854

4.4.3 Analisis *Inner Model*

Analisis struktur model dilakukan untuk menganalisis faktor bersamaan dengan pengujian pengukuran penelitian yang dilakukan. melalui enam tahapan pengujian. Analisis *structural model (inner model)* terdiri atas pengujian *path coefficient*, *coefficient of determination* (R²), dan *t-test* yang dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping*, serta *effect size* (f²), *predictive relevance*

(Q2), dan *relative impact* (q2) yang dilakukan dengan menggunakan metode pengujian *blindfolding* (Hair *et al.*, 2017). Berikut hasil pengujian dari setiap tahapan pada analisis *inner model* yang telah dilakukan.

1) Uji *Path Coefficient* (β)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar konstruk. Dengan Melihat nilai ambang batas di atas 0,1 yang menunjukkan bahwa jalur (*path*) yang dimaksud mempunyai pengaruh dalam model (Hair *et al.*, 2017). Adapun hasil dari *path* untuk setiap jalur dalam penelitian ini dapat dilihat apada Tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4. 7 Hasil Uji *Path Coefficient*

Pengukuran	<i>Path Coefficient</i>
PE->BI	0.123
EE->BI	-0.056
SI->BI	0.122
TR->BI	0.009
PR->BI	-0.093
FC->BI	0.091
FC->UB	0.249
HM->UB	0.164
PV->UB	0.168
HT->BI	0.422
HT->UB	0.274
BI->UB	0.428

Dari Tabel 4.6 di atas, dapat dilihat terdapat empat jalur yang berada di bawah nilai ambang batas, yaitu EE->BI, TR->BI, PR->BI, dan FC->BI. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel *Effort Expectancy* (EE), *Trust* (TR), *Perceived Risk* (PR) dan *Facilitating Condition* (FC) dapat dikatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI).

2) Uji *Coefficient of Determination* (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel laten dependen dijelaskan oleh variabel laten independen dengan standar 0,75 dinilai kuat, kisaran 0,50 dikatakan moderat dan dibawah 0,25 dikatakan lemah (Hair et al., 2017).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel laten independen yaitu *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Dapat diketahui dari hasil penelitian bahwa nilai R^2 variabel BI adalah 0,682 (68,2%) dan nilai R^2 variabel UB adalah 0,664 (66,4%). Dengan demikian dua variabel tersebut dijelaskan bahwa kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen secara moderat.

Tabel 4. 8 Hasil Uji *Coefficient of Determination*

	R^2	Keterangan
BI	0.682	Moderat

UB	0.664	Moderat
----	-------	---------

3) Uji *T-Test*

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* dengan uji *two-tailed* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk menguji pengukuran penelitian. Pengukuran dinyatakan diterima jika nilai *t-test* lebih besar dari 1,96. Dari 12 hpotesis yang ada dalam penelitian ini, ada dua pengukuran yang ditolak karena nilai *t-test* yang berada di bawah 1,96. Dapat dilihat pada Tabel 4.9 menunjukan empat pengukuran yang ditolak yaitu EE->BI, FC -> BI, PE -> BI dan TR->BI.

Tabel 4. 9 Hasil Uji *T-Test*

	<i>T Statistics</i>
BI -> UB	7.088
EE -> BI	1.031
FC -> BI	1.583
FC -> UB	4.853
HT -> BI	8.000
HT -> UB	4.806
HM -> BI	2.747
PR -> BI	2.219
PE -> BI	1.905
PV -> UB	3.388
SI -> BI	2.375
TR -> BI	0.135

4) Uji *Effect Size* (f^2)

Pengujian ini dilakukan untuk memprediksi pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model peneltian.

Pengaruh tersebut diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu nilai f^2 memiliki batasan 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan 0,35 untuk pengaruh besar (Hair et al., 2017). Nilai f^2 dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R^2_{included} - R^2_{excluded}}{1 - R^2_{included}}$$

Keterangan:

$R^2_{included}$ = Nilai R^2 yang diperoleh ketika konstruk eksogen dimasukkan ke model

$R^2_{excluded}$ = Nilai R^2 yang diperoleh ketika konstruk eksogen dikeluarkan ke model

Hasilnya dari Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pengujian f^2 terhadap 12 jalur menunjukkan bahwa seluruh jalur memiliki pengaruh yang kecil.

Tabel 4. 10 Hasil Uji *Effect Size*

Pengukuran		f^2			Analisis
No	Jalur	R^2_{in}	R^2_{ex}	Σf^2	
P1	PE->BI	0.682	0.676	0,008	Kecil
P2	EE->BI	0.682	0.681	0,001	Kecil
P3	SI->BI	0.682	0.672	0,013	Kecil
P4	TR->BI	0.682	0.682	0,000	Kecil
P5	PR->BI	0.682	0.674	0,011	Kecil
P6	FC->BI	0.682	0.679	0,004	Kecil
P7	FC->UB	0.664	0.621	0,055	Kecil

P8	HM->BI	0.682	0.670	0,016	Kecil
P9	PV->BI	0.682	0.668	0,018	Kecil
P10	HT->BI	0.682	0.569	0,149	Kecil
P11	HT->UB	0.664	0.628	0,046	Kecil
P12	BI->UB	0.664	0.589	0,097	Kecil

5) Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* untuk dapat mengetahui apakah variabel tertentu yang digunakan dalam model penelitian mempunyai keterkaitan secara prediktif (*predictive relevance*) dengan ambang batas pengukuran di atas nol (Hair et al.,2017).

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh jalur yang ada dalam penelitian ini memiliki keterkaitan prediktif dengan variabel lainnya. Nilai Q^2 dari setiap variabel memiliki keterkaitan prediktif, yaitu nilai Q^2 dari variabel BI adalah 0,454 dan Q^2 dari variabel UB adalah 0,450.

6) Relative Impact (q^2)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* untuk mengukur seberapa besar pengaruh relatif sebuah keterkaitan prediktif variabel tertentu dengan variabel lainnya. Nilai ambang batas untuk pengukuran ini adalah 0,02

untuk pengaruh kecil, 0,25 untuk pengaruh sedang dan 0,35 untuk pengaruh besar. Rumus untuk perhitungan q^2 adalah sebagai berikut:

$$q^2 = \frac{Q^2_{included} - Q^2_{excluded}}{1 - Q^2_{included}}$$

Keterangan:

$Q^2_{included}$ = Nilai Q^2 yang diperoleh ketika konstruk eksogen dimasukkan ke model

$Q^2_{excluded}$ = Nilai Q^2 yang diperoleh ketika konstruk eksogen dikeluarkan ke model

Hasil pengujian q^2 pada Tabel 4.11 terhadap 12 jalur penelitian ini, menunjukkan bahwa seluruh jalur memiliki pengaruh yang kecil.

Tabel 4. 11 Hasil Uji *Relative Impact*

Pengukuran		q^2			Analisis
No	Jalur	Q^2_{in}	Q^2_{ex}	Σq^2	
P1	PE->BI	0.454	0.452	0,002	Kecil
P2	EE->BI	0.454	0.454	0,000	Kecil
P3	SI->BI	0.454	0.449	0,005	Kecil
P4	TR->BI	0.454	0.455	-0,001	Kecil
P5	PR->BI	0.454	0.449	0,005	Kecil
P6	FC->BI	0.454	0.452	0,002	Kecil
P7	FC->UB	0.450	0.422	0,028	Kecil
P8	HM->BI	0.454	0.447	0,007	Kecil

P9	PV->BI	0.454	0.445	0,009	Kecil
P10	HT->BI	0.454	0.374	0,081	Kecil
P11	HT->UB	0.450	0.426	0,024	Kecil
P12	BI->UB	0.450	0.396	0,055	Kecil

4.5 Interpretasi Data

4.5.1 Interpretasi Data Demografis

Berdasarkan hasil analisis demografis yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti melakukan interpretasi dan mendiskusikan laporan hasil analisisnya sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.2 tentang jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian adalah wanita yang berjumlah 152 orang (64,7%) dan sisanya berasal dari responden pria yang berjumlah 83 orang (35,3 %). Hal ini terjadi dikarenakan saat peneliti melakukan penyebaran kuesioner responden wanita cenderung lebih setuju untuk mengisi kuesioner dibandingkan dengan responden laki-laki.

2) Usia

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.3 tentang usia responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah responden yang berusia 20-30 tahun dengan jumlah 192 orang (81,7%), responden yang berusia <20 tahun dengan jumlah 28 orang (11,9%) dan responden yang berusia 31-40 dengan jumlah terkecil yaitu 15 orang (6,4%).

Hal ini sesuai dengan penelitian (Wibawa et al., 2016) yang menunjukkan bahwa usia 19-24 tahun memiliki frekuensi yang paling tinggi dalam segmentasi penonton bioskop di Indonesia.

3) Pekerjaan

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.4 tentang pekerjaan responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah sebanyak 165 orang (70,2%). Sedangkan responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta berjumlah 45 orang (19,1%), responden dengan pekerjaan pegawai negeri berjumlah 8 orang (3,4%) dan sisanya responden yang memiliki pekerjaan lainnya berjumlah 17 orang (7,2%).

Hasil ini sesuai dengan penelitian (Wibawa et al., 2016) yang menunjukkan bahwa 45% responden dari penelitiannya memiliki

tingkat Stara Satu/Diploma dan diikuti dengan 43% berpendidikan SMA.

4) Domisili

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.5 tentang domisili responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah responden yang berdomisili di Tangerang dengan jumlah responden sebanyak 101 orang (43%). Sedangkan responden lainnya yang berdomisili di Jakarta berjumlah 79 orang (33,6%), responden yang berdomisili di Depok berjumlah 25 orang (10,6%), responden yang berdomisili di Bogor berjumlah 18 orang (7,7%) dan responden berdomisili di Bekasi merupakan responden yang paling sedikit dengan jumlah 12 orang (5,1%).

Hal ini didukung dengan data dari *website* film indonesia 2019 yang menyatakan bahwa mayoritas penonton di pulau Jawa berasal dari daerah Jakarta Selatan dan Tangerang.

5) Frekuensi mengakses aplikasi *mobile* TIX ID

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, jumlah terbesar yaitu 120 orang mengakses aplikasi *mobile* TIX ID <1x dalam seminggu (51,1%). Sedangkan responden lainnya

63 orang mengakses minimal 1x dalam seminggu (26,8%), 19 orang mengakses 1x dalam seminggu (8,1%), dan 33 orang mengakses >1x dalam seminggu (14%). Sehingga disimpulkan bahwa sebagian besar responden membukan aplikasi *mobile TIX ID* lebih dari 1 kali dalam seminggu.

6) Frekuensi membeli tiket bioskop melalui aplikasi *mobile TIX ID*

Berdasarkan hasil kuesioner pada Gambar 4.7 dibawah ini menunjukan bahwa dari 235 responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti, jumlah terbesar yaitu 177 orang membeli tiket bioskop melalui aplikasi *mobile TIX ID* <1x dalam seminggu (75,3%). Sedangkan responden lainnya 30 orang mengakses minimal 1x dalam seminggu (12,8%), 9 orang mengakses 1x dalam seminggu (3,8%) dan 19 orang mengakses >1x dalam seminggu (8,1%). Dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah responden kurang dari 1x dalam pembelian tiket bioskop melalui aplikasi *mobile TIX ID*. peneliti beranggapan bahwa pembelian tiket bioskop tidak sesering responden mengakses aplikasi *mobile TIX ID*.

4.5.2 Interpretasi Data *Outer Model*

Berdasarkan hasil analisis *outer model* yang telah dijabarkan sebelumnya, model yang diajukan peneliti telah memiliki tingkat reabilitas dan validitas yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan seluruh indikator yang memiliki *outer loading* di atas 0,6 serta *composite reliability* diatas 0,7. Selain itu juga seluruh indikator memiliki nilai AVE diatas 0,5 serta *cross loading* dan *fornel-lacker* yang memiliki kriteria sesuai syarat yang ada.

4.5.3 Interpretasi Data *Inner Model*

Tahapan ini menjelaskan interpretasi dan laporan hasil dari enam tahapan pengujian analisis *inner model* yaitu *path coefficient* (β), *coefficient of determination* (R^2), *t-test* dengan metode *bootstrapping*, *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2) dengan metode *blindfolding* dan *relative impact* (q^2).

1. P1 = Apakah *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukan bahwa pengukuran pertama (P1) **ditolak** karena nilai *t-test* di bawah 1,96 yaitu 1,905. Hal ini menunjukan bahwa PE tidak memiliki pengaruh terhadap BI. Namun jika melihat hasil

pengujian *path coefficient* yaitu 0,123, PE memiliki signifikansi terhadap BI.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Pitchayadejanant, 2011; Aziz & Kamal, 2016) yang juga menyatakan bahwa harapan kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti, pada hasil pernyataan kedua menunjukkan bahwa aplikasi *mobile TIX ID* memiliki performa yang sangat bagus sedangkan item pernyataan ketiga yaitu tentang performa sesuai yang diharapkan menunjukkan skor terendah. Sehingga ditolaknya P1 dikarenakan performa aplikasi *mobile TIX ID* yang masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna sehingga variabel ekspektasi performa tidak mempengaruhi minat penggunaan. Selain itu peneliti beranggapan bahwa faktor pendukung penyebab ditolaknya H1 karena adanya promo-promo yang ditawarkan aplikasi membuat harga yang dikeluarkan pengguna lebih murah dalam membeli tiket bioskop menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t-test* pada variabel *price value* yang cukup tinggi.

2. P2 = Apakah *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kedua (P2) **ditolak** karena nilai *t-test* di bawah 1,96 yaitu 1,031 menunjukkan bahwa EE tidak memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, nilai *path coefficient* yang dimiliki hubungan ini juga menunjukkan bahwa EE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Pitchayadejanant, 2011; Aziz & Kamal, 2016; Lee & Song, 2013, Pertiwi & Ariyanto, 2017) yang juga menyatakan bahwa yang juga menyatakan bahwa harapan upaya tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa semua item menunjukkan aplikasi *mobile* TIX ID mudah untuk dipahami dan digunakan tetapi pengguna merasa kemudahan bukanlah yang dapat mempengaruhi mereka dalam niat menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID. Hal ini dikarenakan pembelian tiket secara manual juga dapat dilakukan dengan mudah sehingga kemudahan bukanlah pertimbangan mereka. Selain itu juga peneliti beranggapan penyebab ditolaknya P2 dikarenakan pengguna merasa mudah karena terbiasa menggunakan aplikasi *mobile* TIX

ID. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t-test* pada variabel *Habit* yang tinggi.

3. P3 = Apakah *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran ketiga (P3) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 2,375 yang menunjukkan bahwa SI memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,122 menunjukkan bahwa SI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Kang et al., 2014; Lee & Song, 2013) yang juga menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh yang positif terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dipengaruhi oleh lingkungan teman dan keluarga yang sebelumnya sudah menggunakan dan merekomendasikan aplikasi *mobile* TIX ID.

4. P4 = Apakah *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran keempat (P4) **ditolak** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* di bawah 1,96 yaitu 0,135 yang menunjukkan bahwa TR tidak memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,009 menunjukkan bahwa SI tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Koenig-Lewis, Palmer, & Moll, 2010; Goeke & Pousttchi, 2010; Luo et al., 2010) yang juga menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan peneliti, pengguna merasa bahwa kepercayaan bukanlah yang dapat mempengaruhi mereka dalam niat menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Hal ini dikarenakan pengguna yang percaya pada aplikasi *mobile TIX ID* belum tentu memiliki niat akan menggunakan aplikasi tersebut. Karena kepercayaan sifatnya multidimensional dimana responden merasa bahwa kepercayaan sesuai dengan persepsi pengguna masing-masing, yaitu apakah responden percaya kepada aplikasi *mobile TIX ID*, percaya kepada operator telepon

atau percaya kepada DANA sebagai pihak ketiga penyedia transaksi.

5. P5 = Apakah *Perceived Risk* (PR) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kelima (P5) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 2,219 yang menunjukkan bahwa PR memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu -0,093 menunjukkan bahwa SI memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap BI hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil risiko yang dirasa oleh pengguna semakin besar niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Lee & Song, 2013; Luo et al., 2010) yang juga menyatakan bahwa menerima risiko berpengaruh yang negatif terhadap niat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile TIX ID* dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan oleh pengguna. Peneliti beranggapan bahwa risiko seperti server error, saldo yang tidak *refund* serta konfirmasi tiket yang lama

merupakan risiko-risiko yang dapat dirasakan oleh pengguna, dimana semakin kecil risiko yang dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi juga niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*.

6. P6 = Apakah *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran keenam (P6) **ditolak** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* di bawah 1,96 yaitu 1,583 yang menunjukkan bahwa FC tidak memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,091 menunjukkan bahwa FC tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Aziz & Kamal, 2016, Pertiwi & Ariyanto, 2017) yang juga menyatakan bahwa fasilitas yang mendukung aplikasi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan peneliti, pengguna merasa bahwa fasilitas yang diberikan dari aplikasi *mobile TIX ID* tidak mempengaruhi mereka dalam niat menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Hal ini dikarenakan hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan ketiga yaitu pengguna memiliki teknologi yang cocok dengan aplikasi

(smartphone) menunjukkan skor tertinggi sehingga dapat dikatakan bahwa aplikasi *mobile* TIX ID sesuai dengan yang digunakan pengguna. Sedangkan pertanyaan pertama yaitu tentang pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan aplikasi *mobile* TIX ID menunjukkan skor terendah sehingga peneliti beranggapan bahwa pengukuran ini ditolak karena walaupun memiliki teknologi yang cocok akan tetapi pengguna tidak memiliki pengetahuan yang baik mengenai penggunaannya, pengguna tidak akan menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dalam membeli tiket bioskop.

7. P7 = Apakah *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran ketujuh (P7) diterima hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 4,853 yang menunjukkan bahwa FC memiliki pengaruh terhadap UB. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,249 menunjukkan bahwa FC memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap UB. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kondisi fasilitas aplikasi semakin tinggi pula perilaku pengguna terhadap aplikasi *mobile* TIX ID.

Hal ini sesuai dengan penelitian penelitian sebelumnya (Aziz & Kamal, 2016; Venkatesh et al., 2012) juga menyatakan

bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan peneliti, pengguna merasa bahwa fasilitas yang diberikan dari aplikasi *mobile TIX ID* mempengaruhi mereka dalam tingkat perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Hal ini dikarenakan semakin baik kondisi-kondisi yang memfasilitasi yang disediakan aplikasi maka semakin sering pengguna menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*.

8. P8 = Apakah *Price Value* (PV) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kedelapan (P8) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 3,388 yang menunjukkan bahwa PV memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,168 menunjukkan bahwa PV memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Kang et al., 2014; Rhamdani et al, 2017) yang juga menyatakan bahwa nilai harga berpengaruh yang positif terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna. semakin besar nilai harga yang diterima

oleh pengguna, semakin besar minat pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dipengaruhi adanya promo-promo yang diberikan oleh aplikasi, sehingga pengguna merasa dengan menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID biaya yang dikeluarkan oleh pengguna jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli secara manual. Sehingga variabel nilai harga mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID.

9. P9 = Apakah *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kesembilan (P9) diterima hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 2,747 yang menunjukkan bahwa HM memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,164 menunjukkan bahwa HM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Kang et al., 2014; Melisa & Indrawati, 2016; Rhamdani et al, 2017) yang juga

menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh yang positif terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dipengaruhi karena pengguna merasa senang dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID. peneliti beranggapan rasa senang dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID didasari karena aplikasi mudah digunakan serta promo-promo yang diberikan sehingga pengguna merasa senang dan tertarik menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID untuk membeli tiket bioskop.

10. P10 = Apakah *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kesepuluh (P10) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 8,00 yang menunjukkan bahwa HT memiliki pengaruh terhadap BI. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,422 menunjukkan bahwa HT memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Kang et al., 2014; Melisa & Indrawati, 2016; Rhamdani et al, 2017) yang juga

menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa minat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile TIX ID* dipengaruhi oleh kebiasaan karena kebiasaan menggunakan aplikasi mendukung adanya kemudahan dalam menggunakan aplikasi sehingga mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*.

11. P11 = Apakah *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kesebelas (P11) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 4,806 yang menunjukkan bahwa HT memiliki pengaruh terhadap UB. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,274 menunjukkan bahwa HT memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UB. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Rhamdani et al, 2017; Aziz, E. & Kamal, R.M., 2016) yang juga menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh yang positif terhadap perilaku penggunaan aplikasi.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa perilaku penggunaan dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dipengaruhi oleh kebiasaan dikarenakan kebiasaan membuat mereka ketagihan (*addicted*), sehingga menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dirasakan sebagai keharusan pada saat membeli tiket bioskop.

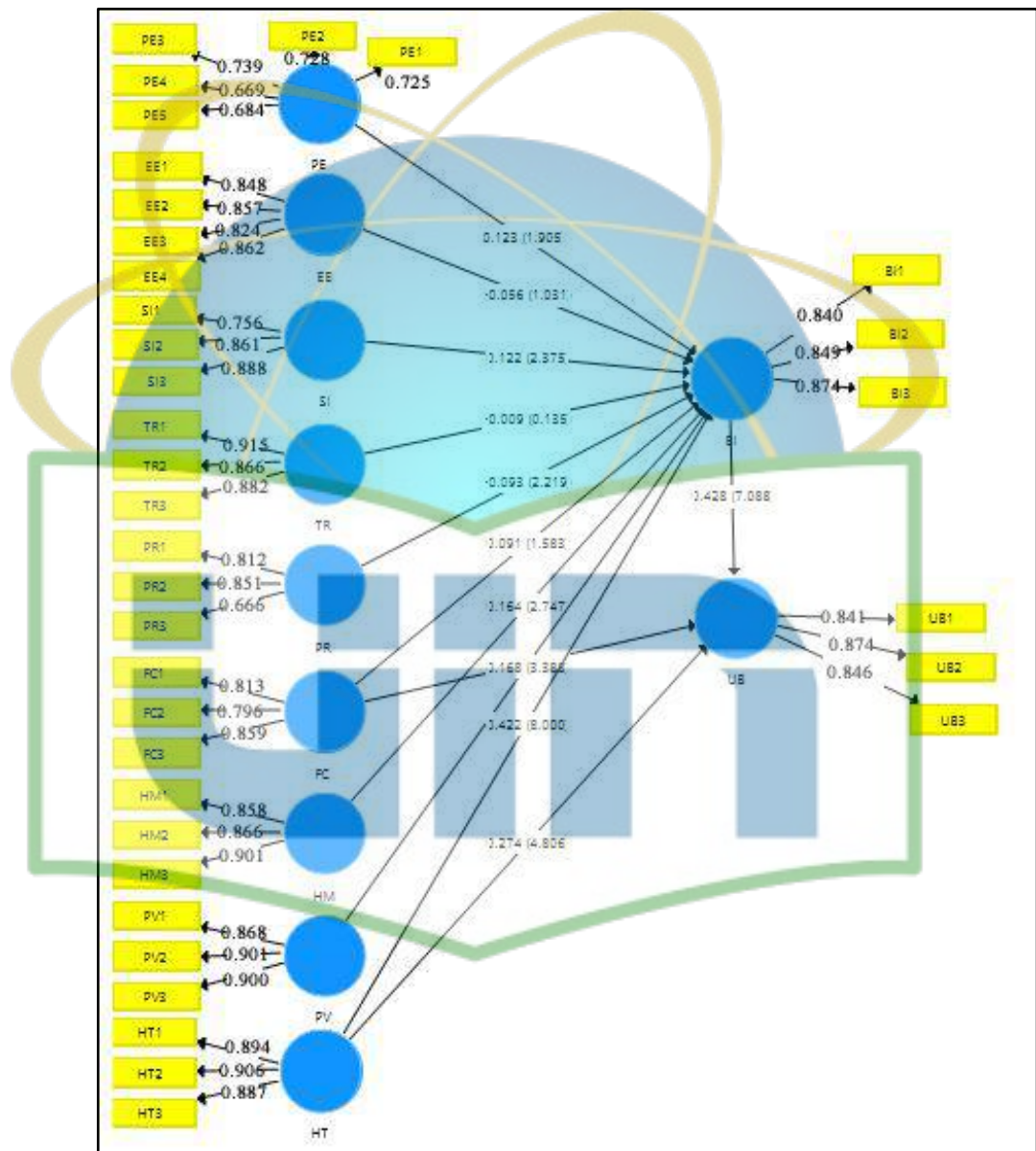
12. P12 = Apakah *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB)?

Berdasarkan hasil pengujian *t-test* pada analisis *inner model* menunjukkan bahwa pengukuran kedua belas (P12) **diterima** hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-test* yaitu 7,088 yang menunjukkan bahwa BI memiliki pengaruh terhadap UB. Selain itu, hasil nilai *path coefficient* yaitu 0,428 menunjukkan bahwa BI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UB. Jalur ini memiliki nilai pengaruh yang kecil berdasarkan f^2 dan q^2 .

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Pertwi & Ariyanto, 2017; Aziz, E. & Kamal, R.M., 2016) yang juga menyatakan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan aplikasi.

Hal ini juga didukung oleh observasi langsung yang dilakukan peneliti, bahwa perilaku penggunaan dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dipengaruhi oleh minat

penggunaan hasil kuesioner menunjukan bahwa pengguna akan memprediksi bahwa mereka akan terus berencana menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dimasa yang akan datang.



Gambar 4. 8 Gambar Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil data yang dipaparkan di atas, peneliti mengemukakan bahwa aplikasi *mobile* TIX ID masih memiliki kelemahan yaitu dapat dilihat pada ditolaknya empat pengukuran. Yaitu pengukuran pertama yang ditolak yaitu *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dengan nilai *t-test* 1.905 hal dikarenakan pengguna aplikasi *mobile* TIX ID merasa bahwa kinerja aplikasi masih belum sesuai dengan keinginan pengguna sehingga peneliti menyarankan kepada aplikasi *mobile* TIX ID untuk melakukan peningkatan dan pengembangan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi diantaranya fitur pembayaran selain menggunakan DANA dan adanya fitur pembatalan pembelian tiket dalam jangka waktu tertentu guna meningkatkan status penerimaan pengguna terhadap aplikasi.

Sedangkan pengukuran kedua yang ditolak yaitu *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dengan nilai *t-test* 1,031 hal ini dikarenakan pengguna masih merasa bahwa kemudahan bukan sebagai faktor niat menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID hal ini disebabkan pembelian tiket bioskop secara manual juga dapat dilakukan dengan mudah sehingga peneliti menyarankan aplikasi *mobile* TIX ID untuk terus meningkatkan proses-proses pembelian tiket bioskop agar semakin mudah digunakan oleh pengguna sehingga nantinya pembelian tiket bioskop dengan

aplikasi *mobile* TIX ID dirasa dapat menjadi salah satu faktor niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID.

Pengukuran ketiga yang ditolak yaitu *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dengan nilai *t-test* 1,583 hal ini dikarenakan pengguna merasa bahwa pengetahuan dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID dirasa kurang cukup sehingga peneliti menyarankan kepada aplikasi *mobile* TIX ID untuk memberikan prosedur atau tutorial yang mudah dipahami sehingga pengguna tidak mengalami kesalahan dalam pembelian tiket bioskop.

Pengukuran keempat yang ditolak yaitu *Trust* (TR) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dengan nilai *t-test* 0,135 hal ini dikarenakan kepercayaan sifatnya multidimensional dimana responden merasa bahwa kepercayaan sesuai dengan persepsi pengguna masing-masing, yaitu apakah responden percaya kepada aplikasi *mobile* TIX ID, percaya kepada operator telepon atau percaya kepada DANA sebagai pihak ketiga penyedia transaksi. Sehingga peneliti menyarankan pada aplikasi *mobile* TIX ID untuk terus meningkatkan responsifitas terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pengguna, baik dalam hal membeli tiket bioskop, *feedback* atas promo atau diskon, penanganan yang cepat terkait masalah-masalah yang dialami seperti saldo yang dikembalikan ataupun tiket yang dibatalkan. Sehingga kepercayaan akan menjadi

salah satu faktor niat penggunaan dalam menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID.

Selain kepada aplikasi *mobile* TIX ID sendiri, peneliti juga memberikan rekomendasi kepada pengembang aplikasi sejenis lainnya untuk memperhatikan faktor-faktor yang diterima aplikasi *mobile* TIX ID yaitu adanya promo-promo yang diberikan sehingga harga tiket bioskop jauh lebih murah, aplikasi dibuat dengan semenarik mungkin sehingga pengguna merasa senang dalam menggunakannya dan merasa terbiasa, meminimalisir risiko-risiko yang dapat terjadi saat pengguna membeli tiket, adanya upaya sosialisasi sehingga aplikasi semakin terkenal dan semakin banyak yang menggunakan aplikasi.

Selain dari faktor-faktor yang diterima, aplikasi sejenis juga melihat dari faktor-faktor yang ditolak baik dalam performa aplikasi, mudahnya aplikasi digunakan, fasilitas yang diberikan aplikasi dan kepercayaan. Sehingga aplikasi sejenis lainnya mampu bersaing dengan aplikasi *mobile* TIX ID.

Dapat dilihat pada tabel 4. 12 untuk mengetahui keunggulan maupun kekurangan yang terdapat pada aplikasi *mobile* TIX ID.

Tabel 4. 12 Hasil Pengukuran Aplikasi *Mobile TIX ID*

No	Keunggulan	Kekurangan	Kode
1	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aplikasi <i>mobile TIX ID</i> memiliki performa yang bermanfaat bagi pengguna. ❖ Aplikasi <i>mobile TIX ID</i> memiliki efisiensi untuk pembelian tiket bioskop 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Performa aplikasi <i>mobile TIX ID</i> belum sesuai dengan keinginan para pengguna seperti tidak adanya fitur pembatalan pembelian tiket bioskop. 	PE
2	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aplikasi <i>mobile TIX ID</i> dapat mudah digunakan oleh pengguna. ❖ Aplikasi <i>mobile TIX ID</i> dapat dipahami oleh pengguna. ❖ Mudah bagi pengguna untuk mahir dalam menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pembelian tiket bioskop secara manual lebih mudah dilakukan dalam pembelian secara spontanitas dibandingkan dengan menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i>. 	EE

3	❖ Penggunaan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID salah satunya dikarenakan rekomendasi dari seorang teman ataupun keluarga.		
4	❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID cocok dengan teknologi yang digunakan oleh pengguna.	❖ Pengguna belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID. seperti prosedur-prosedur saat terjadi error.	FC
5	❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID dapat dipercaya dan berkomitmen dalam proses pembelian tiket bioskop.	❖ Pengguna merasa kepercayaan terhadap aplikasi <i>mobile</i> TIX ID terbagi-bagi yaitu terhadap <i>operator service</i> , aplikasi <i>mobile</i> TIX ID	FC

		ataupun DANA sebagai pihak ketiga untuk proses transaksi.	
6	<ul style="list-style-type: none">❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memiliki kinerja yang baik saat server down.❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memberikan kompensasi yaitu berupa refund saldo jika terjadi error saat pembelian tiket.	HM	
7	<ul style="list-style-type: none">❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memberikan kesenangan tersendiri saat digunakan.❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memiliki tampilan yang menarik dan menghibur untuk digunakan.	PV	
8	<ul style="list-style-type: none">❖ Dengan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID, pembelian	HT	

	<p>tiket menjadi terjangkau.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan hasil yang didapatkan. ❖ Promo yang diberikan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID merupakan layanan yang bagus. 	
9	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dengan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID, pembelian tiket bioskop menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan. ❖ Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memberikan rasa <i>addictive</i> saat digunakan. 	



BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Penerimaan Aplikasi *Mobile TIX ID* ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti, dari 235 responden yang merupakan pengguna aplikasi *mobile TIX ID* diketahui sebanyak 178 atau 74% pengguna dapat menerima aplikasi *mobile TIX ID*. Selain itu 75,3% pengguna membeli tiket bioskop < 1 kali dalam seminggu menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna telah menerima dan menjadikan aplikasi *mobile TIX ID* sebagai alternatif untuk membeli tiket bioskop.
2. Dari delapan pengukuran yang diterima dan dapat dijadikan sebagai faktor penerimaan pengguna pada aplikasi *mobile TIX ID* yaitu sebagai berikut:
 - a. Faktor pengaruh sosial merupakan salah satu hal yang membuat seseorang memiliki niat menggunakan aplikasi *mobile TIX ID*.
 - b. Aplikasi *mobile TIX ID* memberikan risiko yang kecil pada saat digunakan.
 - c. Aplikasi *mobile TIX ID* sesuai dengan teknologi yang digunakan saat ini yaitu penggunaan *smartphone*.

- d. Promo-promo yang diberikan aplikasi *mobile* TIX ID membuat harga tiket bioskop menjadi lebih terjangkau.
- e. Aplikasi *mobile* TIX ID memberikan perasaan *addictive* sehingga seseorang terbiasa menggunakannya.
- f. Aplikasi *mobile* TIX ID memiliki fitur yang menarik dan menghibur saat digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk peneliti selanjutnya dengan topik sejenis, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya agar mengembangkan model penelitian baik dalam variabel baru seperti variabel *security*, *satisfaction*, dll.
2. Penelitian berikutnya dapat mengubah jalur yang ada, menghapus variabel yang ditolak ataupun mengembangkan dengan model lain seperti EUCS ataupun SERVQUAL untuk meneliti kepuasan aplikasi *mobile* TIX ID.
3. Penelitian berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik kedepannya peneliti diharapkan untuk mendapatkan data yang lebih banyak dan lebih luas mencakup berbagai wilayah di Indonesia sesuai dengan wilayah yang telah dijangkau oleh aplikasi *mobile* TIX ID.



DAFTAR PUSTAKA

- Azjen, I. (1988). *Theory of Planned Behavior/ Reasoned Action. Attitudes, personality, and behavior*. Milton-Keynes, England: Open University Press & Chicago.
- Eden, J. (2017). Dalam T. S. Methods, *Quantitative Research, Steps for* (hal. 1381-1383). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Fishbein, M., & Azjen, I. (1975). *"Belief, Attitude, Intentios and Bhevaioir:An Introduction to Theory and Research"*. Boston, MA: Addison-Wesely.
- Guritno, S., Sudaryono, & Rahardja, U. (2011). *Theory and Application of IT Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. Amerika: SAGE Publications.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural Equation Modeling*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi: Pedoman dan Contoh Melakukan Penelitian di Bidang Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Nurgiyantoro, Burhan. Gunawan. Marzuki. (2015). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial (Teori & Praktik dengan IBM SPSS Statistic 21)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Yogyakarta: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprayogi. (2015). *Statistik Deskriptif*. Universitas Pendidikan Indonesia .

Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Triandis, H. (1980). *Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior*. In University of Nebraska (Lincoln campus). Dept. of Psychology. Nebraska Symposium on Motivation. Nebraska: University of Nebraska Press.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Widi, R. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Infotek.

Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

JURNAL

Abdurahman, H., & Riswaya, A. (2014). Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit pada Bank Yudha Bhakti. *Jurnal Computech & Bisnis* , 61-69.

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of *mobile* banking by jordanian bank customers: extending UTAUT2 with trust. *Int. J. Inf. Manage* , 37, 99-110.

Amalia, F., Brata, A., Sulisty, R., & Diofanu, A. (2018). ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN SISTEM A-LEARNING MENGGUNAKAN BLOG GRATIS SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA PEMBELAJARAN PADA GURU. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)* .

Ananda, D. (2014). *Evaluasi Penerimaan Pengguna Sistem Otomatisasi Tulis pada Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Dengan Menggunakan Metode UTAUT*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Ayuninghemi, R., & Deharja, A. (2017). Pengembangan Layanan Aplikasi E-konsul. *Seminar Nasional Hasil Penelitian* .
- Aziz, E., & Kamal, R. M. (2016). Adopsi Teknologi Belanja Online Oleh Konsumen UMKM dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 . *CR Journal* , Vol. 02 No. 1, 19-38.
- Bahurekso, P. (2015). *Penonton Film Indonesia Didominasi Kelompok Terdidik*. [online] Tersedia di: <<http://www.metrotvnews.com/>>.
- Bawa, M. (2016). Literature: From Geographic Commerce to *Mobile* Commerce. *South Eastern University of Sri Lanka* .
- Bendi, K. R., & Aliyanto, A. (2014). Analisis Pengaruh Perbedaan Gender pada Model UTAUT. *SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI TERAPAN 2014* , 228-234.
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of Adoption of Technology in the Household: A Baseline Model Test an Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarerly* , 29(4), pp.399-426.
- Chang, L. Y., & Lee, Y. J. (2012). The Influence of E- Word Of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: a case of Body Care Products. *Journal Global Of Bussines Management* , ISSN 1817-3819.
- Chell, D., Colley, S., & Whitehouse, O. (2015). *The Mobile Application Hacker's Handbook*. Indiana: Wiley & Sons.

Christiono, A. T., & Tambotoh, J. J. (2017). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Studi Kasus: Flexible Learning (F-Learn) UKSW).

Dasgupta, S., Haddad, M., Weiss, P., & Bermudez, E. (2007). User Acceptance of Case Tools in System Analysis and Design: an Empirical Study. *Journal of Informatics Education* , 9(1), 51-78.

Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* , (13:3), September.

Dewi, A.D.R. (2019). *PENGARUH PADA PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA MARKETPLACE DENGAN MENGGUNAKAN EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL (ECM)*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Dredge, S. (2012, December 15th). *Mobile Payments? 'For The Consumer, This Is Doing Their Head in' . The Guardian: News, 21th November 2012* , hal. Accessed online 15th December 2012 from:<http://www.guardian.co.uk/technology/appsblog/2012/nov/21/mobile-payments-ovum-weve-foursquare>.

Goeke, L., & Pousttchi, K. (2010). scenario-based analysis of *mobile* payment acceptance. *Ninth International Conference on Mobile Business* , 13-15 June, Athens, 371-378.

Hermanto, J. (2017). Efektivitas Yoga Ketawa Terhadap Penurunan Tekanan Darah pada Lansia dengan Hipertensi Derajat II di Panti Wredha Salib Putih Salatiga. *Jurnal Kesehatan* , Vol VIII.

Hiswara, A., Rejeki, S., & Kustanto, P. (2017). ANALISIS APLIKASI *MOBILE* DENGAN MENGGUNAKAN METODE *UTAUT* (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY). *Jurnal Teknologi Informasi ESIT* , Vol. XI No. 02.

Hoong A.L.S., Thi, L.S., Lin, M. (2017). Affective Technology Acceptance Model: Extending Technology Acceptance Model with Positive and Negative Affect. *Knowledge Management Strategies and Applications*.

Huang, Y., & Liu, W. (2012). The Impact of Privacy Concer on Users' Usage Intention of Mobile Payment. *International Conference of Information Management, Innovation Management & Industrial Engineering*, (hal. 90-93). Sanya.

Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Modul Ajar: Universitas Brawijaya.

Hutahean, J., & Purba, E. (2016). Ranacang Bangun E-Ticket Bioskop dengan Metode Waterfall Berbasis Web. *Riau Journal Of Computer Science* , Vol.2 No.2.

Jati, N., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mmempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(2) , 1-15.

Jones, D. (2011). Pengenalan Sistem Informasi Tiket Bioskop Online.

Kang, M., Liew, B. T., Lim, H., Jang, J., & Lee, S. (2014). Investigating the Determinants of *Mobile Learning Acceptance* in Korea Using UTAUT2. *Departement of Educational Technology, Ewha Womans University Seoul*.

Kijsanayotin, B., Supasit, P., & Stuart, M. (2009). Factor Influencing Health Informaton Technology Adapotion in Thailand's Community Health Centers Applying the UTAUT Model. *Journal of Medical Informatics* , 78, 179-211.

Kim, G., Shin, B., & Lee, H. (2009). Understanding Dynamics Between Initial Trust and Usage Intentions of *Mobile Banking*. *Information Systems Journal* , 283-311.

Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of *mobile banking services*. *International Journal of Bank Marketing* , 28(5), 410-432.

Kurniabudi, & Assegaff, S. (2016). Analisis Perilaku Penerimaan EDMODO Pada Perkuliahan dengan Model UTAUT. *TEKNOSI* , Vol. 02.

Lee, J., & Song, C. (2013). Effect of Trust and Perceived Risk On User Acceptance of A New Technology Service. *Society for Persinality Research* , 587-598.

Lee, M. (2009). Factors influencing the adoption of *internet* banking: An integration of TAM and TPB with *perceived* risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications* , 130-141.

Lewis, William, Ritu, A., & Sambamurthy, V. (2003). "Source of Influence on Beliefs About Information Technology Use: An Empirical Study of Knowledge Worker". *MIS Quarterly* , Vol 27 No.4.

Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2) , 90-97.

Limayem, M., & al., e. (2007). How Habit Limits The Predictive Power Of Intention: The Case Of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly* , 31(4). 705-737.

Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. (2010). Examining Multi-dimensional Trust and Multi-faceted Risk in Initial Acceptance of Emerging Technologies: An Empirical Study of *Mobile* Banking Services. *Decision Support Systems*, 49(2) , 222-234.

Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An

empirical study of *mobile* banking services. *Decision Support Systems* , 222-234.

Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANED BEHAVIOR. *Journal of Information System*.

Malhorta, Y., & Galleta, D. F. (1999). "Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation:.. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*. USA.

Mardjo, A. (2018). Exploring Facebook user's willingness to accept f-commerceusing teh integrtaed unified theory of wacceptance and use of technology 2 (UTAUT 2), trust and risk under the moderating role og age and gender. *UTCC International Journal of Business and Economics* , Vol. 10 No.2, 139-166.

McKnight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures For E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3) , 334-359.

Melisa, & Indrawati. (2016). ANALYSIS OF CUSTOMER ACCEPTANCE OF ONLINE TRAVEL AGENT TECHNOLOGY USING UTAUT2 MODEL (A CASE STUDY ON E-COMMERCE TRAVELOKA IN INDONESIA). *SCBTii* .

Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adoption Information technology Innovation. *Information Systems Research* , (2:3), pp.192-222.

Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's About Time: Revisiting UTAUT2 to Examine Consumers' Intentions to Use NFC Mobile Payment in Hotel. *Int. J. Hosp. Manag.* , 53, 17-29.

Moskowitz, H., Beckley, H., & Resurreccion, A. (2012). *Sensory and Consumer Research in Food Product Design and Development, Second Edition.*

Nasir, M. (2013). Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa Palembang Menggunakan Model UTAUT. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)* .

Nasution, R. D. (2017). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi terhadap Eksistensi Budaya Lokal. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo* .

Pascual-Miguel, F. J., Agudo-Peregrina, A. F., & Chaparro-Palaez, J. (2015). Influences of gender and product type on online purchasing. *Journal of Business Research* .

Pertiwi, N. W., & Ariyanto, D. (2017). PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , Vol.18.2.

Pillai, A., & Mukherjee, J. (2011). User Acceptance of Hedonic Versus Utilitarian Social Networking Web Sites. *Journal Indian of Business Research* , 3 (3), 180-191.

Pitchayadejanant, K. (2011). INTENTION TO USE OF SMART PHONE IN BANGKOK EXTENDED UTAUT MODEL BY PERCEIVED VALUE. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON MANAGEMENT (ICM 2011) PROCEEDING* .

Putra, M. A. (2018). *Evaluasi Penggunaan pada produk Uang Elektronik E-Money Bank Mandiri Menggunakan Model UTAUT 2*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Putri, L. F., & Mahendra, I. (2017). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri* , Vol.13 No. 1.

Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., & Prabowo, S. A. (2017). PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN UANG ELEKTRONIK TELKOMSEL CASH MENGGUNAKAN PENDEKATAN UTAUT2 . *e-Proceeding of Management* , Vol.4 No. 1, 53-61.

Ringle, C., Silva, D., & Bido, D. (2014). Structural Equation Modeling With a SmartPLS. *REMark- Revista Brasileira De Marketing* .

Rustam, M. (2017). INTERNET DAN PENGGUNAANNYA. *Jurnal Komunikasi dan Media* , Vol 21 No. 1.

Sabarkah, D.R. (2018). *PENGUKURAN TINGKAT PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI UANG ELEKTRONIK DI TANGERANG SELATAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sedana, I., & Wijaya. (2010). UTAUT Model for Understanding Learning Management System. *Internetworking Indonesian Jurnal* , 27-31.

Setiawan, A. (2016). *Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Surat Keterangan Tinggal Sementara Online (SKTS) dengan Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction*. Surabaya: Skripsi. Universitas Airlangga.

Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 18*. Jakarta: Bumi Aksara.

Slade, E., Williams, M., & Dwivdei, Y. (2013). Extending UTAUT2 To Explore Consumer Adoption Of Mobile Payments. *AIS Electronic Library* .

Sutanto, Ghazali, I., & Handayani, S. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH (SIPKD DALAM PERPEKTIF THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AN

USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) DI KABUPATEN SEMARANG.

Jurnal Akuntansi dan Auditing , Vol.15 No.1, 37-68.

Suwarto, D. (2016). Analisis Segmentasi Penonton Bioskop Yogyakarta.

Informasi Kajian Ilmu Komunikasi , 46.

Taherdoost, H. (2016). Sampling Method in Research Methodology: How To

Choose a Sampling Technique for Research. *SSRN Electronical Journal* .

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoritical Extention of the Technology

Acceptance Model. *Management Science* , 46(2), 186-204.

Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of

Information Technology: Toward a Unified View. 27(3) , 425-478.

Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of

Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and

Use of Technology. *MIS Quarterly* .

Vergragt, P. (2006). How Technology Could Contribute to a Sustainable World.

Graet Transition Initiative: Towards a New Praxis Paper Series , 1-26.

Wibawa, B., Ariansah, M., & Respati, B. (2016). Memahami Kepenontonan Film

Indonesia. *Institut Kesenian Jakarta* .

Wong, K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin* .

Wu, M., Yu, P., & Weng, Y. (2012). A Study on User Behavior for I pass by UTAUT: Using Taiwan's MRT as an Example. *Asia Pacific Management Review* , 17(1), 91-111.

Yoon, S. (2002). The Antecedents and Consequences of Trust in Online Purchasing Decisions. *Journal of Interactive Marketing* , 16 (2), 47-63.

Zhou, T. (2012). Examining *Mobile* Banking User Adoption From The Perspective of Trust and Flow Experience. *Information Technology & Management*, 13(1) , 27-37.

INTERNET

Hidayat, A. (2017, Juni 2). Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail. <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html/amp>.

(t.thn.). Dipetik September 20, 2020, dari TIX ID: <https://www.tix.id/>

(2018, Februari 17). Dipetik September 20, 2019, dari Film Indonesia: <http://filmindonesia.or.id/article/kaleidoskop-2017-bioskop-yang-belum-ramah-bagi-semuatahun-2017-bioskop-yang-belum-ramah-bagi-semua>

(2019, Mei 13). Dipetik Mei 25, 2019, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190516152929-220-395469/jumlah-layar-bioskop-indonesia-mulai-kejar-korea-selatan>

(2019, Agustus). Dipetik Agustus 20, 2019, dari Google Play Store: <https://play.google.com/store>







Lampiran 1 :
Kuesioner Penelitian

Bagian Pertama

a. Profil Responden

Petunjuk: Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (x) pada pilihan jawaban yang sesuai:

1. Jenis Kelamin:

☐ Pria

☐ Wanita

2. Usia:

☐ <20

☐ 20-30

☐ 30-40

☐ >40

3. Pekerjaan:

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Pegawai Negeri

☐ Pegawai Swasta

☐ Lainnya

4. Pernah menggunakan aplikasi *mobile* TIX ID:

☐ Ya

☐ Tidak

5. Frekuensi mengakses aplikasi *mobile* TIX ID:

☐ minimal 1 kali dalam seminggu

☐ 1 kali dalam seminggu

☐ >1 kali dalam seminggu

☐ <1 kali dalam seminggu

6. Frekuensi membeli tiket bioskop pada aplikasi *mobile* TIX ID:

☐ minimal 1 kali dalam seminggu

☐ 1 kali dalam seminggu

☐ >1 kali dalam seminggu

☐ <1 kali dalam seminggu

Bagian Kedua

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
<i>Performance Expectancy</i>						
1	Pengguna percaya menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.					
2	Pengguna akan senang menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID bila kualitas terus ditingkatkan.					
3	Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID meningkatkan efesiensi dalam proses membeli tiket bioskop.					
4	Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID lebih baik dari pada sistem sebelumnya.					
5	Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.					
<i>Effort Expectancy</i>						
6	Mudah bagi saya untuk mempelajari bagaimana menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
7	Saya memahami dengan jelas proses interaksi saat menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
8	Saya merasa tidak sulit untuk membeli tiket dalam menggunakan aplikasi					

	<i>mobile</i> TIX ID.					
9	Mudah bagi saya untuk terampil/mahir dalam menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID					
<i>Social Influence</i>						
10	Orang-orang dekat saya merekomendasikan kepada saya untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
11	Orang-orang di dalam lingkungan saya mengatakan bahwa mereka lebih suka ketika saya membeli tiket bioskop dengan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID					
12	Orang-orang di lingkungan saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID untuk membeli tiket bioskop.					
<i>Facilitating Condition</i>						
13	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
14	Saya memiliki teman atau kelompok yang bersedia membantu dalam menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
15	Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID cocok dengan teknologi yang saya gunakan.					
<i>Trust</i>						
16	Dalam membeli tiket bioskop aplikasi <i>mobile</i> TIX ID dapat dipercaya.					
17	Aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memberikan kesan dapat dipercaya dan					

	berkomitmen.					
18	Saya percaya bahwa aplikasi <i>mobile TIX ID</i> ini adalah pilihan terbaik dipikiran saya.					
<i>Perceived Risk</i>						
19	Aplikasi <i>mobile TIX ID</i> memiliki kinerja yang buruk karena server yang down atau sistem dalam perbaikan.					
20	Saat melakukan transaksi pada aplikasi <i>mobile TIX ID</i> terjadi error, saya khawatir bahwa saya tidak mendapatkan kompensasi					
21	Belajar bagaimana untuk bertransaksi dengan aplikasi <i>mobile TIX ID</i> menyita banyak waktu saya.					
<i>Hedonic Motivation</i>						
22	Menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i> itu menyenangkan.					
23	Menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i> itu menghibur.					
24	Saya merasa tertarik untuk menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i> .					
<i>Price Value</i>						
25	Menggunakan aplikasi <i>mobile TIX ID</i> dalam membeli tiket bioskop cukup terjangkau.					
26	Biaya yang saya keluarkan dalam membeli tiket bioskop melalui aplikasi <i>mobile TIX ID</i> sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.					

27	Dengan harga sekarang ini, aplikasi <i>mobile</i> TIX ID memberikan layanan yang bagus.					
<i>Habit</i>						
28	Menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID telah menjadi kebiasaan bagi saya.					
29	Saya merasa kecanduan untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
30	Saya merasa harus menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID untuk membeli tiket bioskop.					
<i>Behavior Intention</i>						
31	Saya bermaksud untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID untuk kembali membeli tiket bioskop di waktu yang akan datang.					
32	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID didalam kehidupan saya sehari-hari.					
30	Saya memprediksi saya akan menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID di masa yang akan datang.					
<i>Use Behavior</i>						
31	Saya merasa senang menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					
32	Saya sering menggunakan aplikasi <i>mobile</i> TIX ID untuk membeli tiket bioskop.					
33	Saya menggunakan beberapa fitur pada aplikasi <i>mobile</i> TIX ID.					



Lampiran 2 :
Data Responden

P E 1	P E 2	P E 3	P E 4	P E 5	E E 1	E E 2	E E 3	E E 4	S I 1	S I 2	S I 3	F C 1	F C 2	F C 3	T R 1	T R 2	T R 3	P R 1	P R 2	P R 3	H M 1	H M 2	H M 3	P V 1	P V 2	P V 3	H T 1	H T 2	H T 3	B I 1	B I 2	B I 3	U B 1	U B 2	U B 3
4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4
4	5	3	3	3	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	4	4	2	4
5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	1	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	2	4	4	5	4	4	3	3	2	5	4	3	4	5	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	5	5	5	1	1	2	4	4	4	4	3	5
5	4	5	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	3	3	2	3	3	5	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	3	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	2
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	3	3	5	3	2	3	4	5	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	2	3
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	1	3	4	3	4	5	3	4
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3
4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	2	3	2	4	3	4	4	4	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	3	5	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

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

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

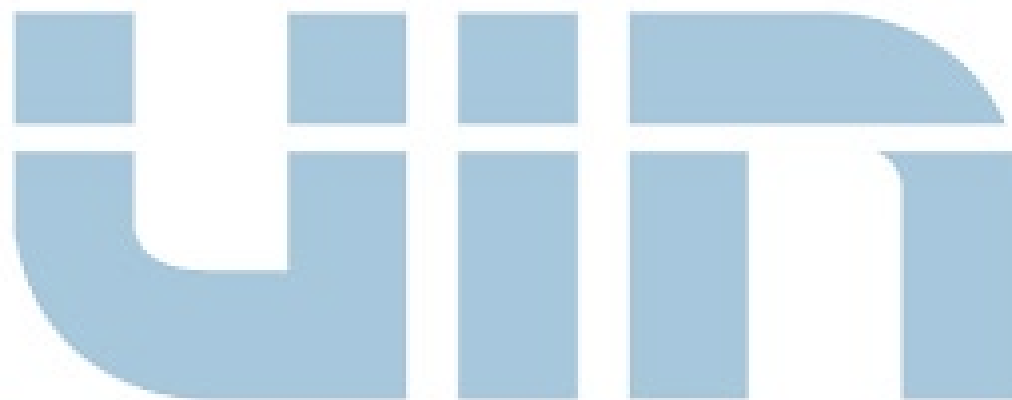
4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	1	1	3	3	3	3	4	3		
4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	3	5	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	2	1	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	
5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	3	3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

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

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

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

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







**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**

Jl. Ir. H. Juanda no. 95 Ciputat 15412 Indonesia
Telp.: (62-21) 7493606, 7493547 Fax.: (62-21) 7493315

Email : fst@uinjkt.ac.id
Website : <http://fst.uinjkt.ac.id>

Nomor : B- /F9/ PP.00.9/01/2020
Lampiran : -
Perihal : Undangan Seminar Hasil

Jakarta, 20 Januari 2020

Kepada Yth.

1. Zulfiandri, MMSI
2. Nuryasin, MKom

Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Kami mengundang Bapak/Ibu Dosen Pembimbing untuk mengikuti seminar hasil penelitian skripsi mahasiswa Sistem Informasi, yang diselenggarakan:

Hari, tanggal : Kamis, 23 Januari 2020

Pukul : 10.00 -12.00 WIB

Tempat : Ruang 4016 FST

Pada seminar ini dipresentasikan hasil penelitian skripsi mahasiswa Sistem Informasi

Nama : Desti Nuraini

NIM : 11150930000008

Judul : Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile TIX ID Menggunakan Model
UTAUT 2

Demikian undangan ini disampaikan dan kami sangat menghargai perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu untuk mengikuti acara ini.

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Ketua Prodi Sistem Informasi


JAKMAN Subiyakto, Ph.D
160219 200710 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Ir. H. Juanda No. 95 Ciputat 15412 Indonesia
Telp.: (62-21) 7493608, 7493547, Fax.: (62-21) 7493315

Email : fts@uinjkt.ac.id
Website : fts.uinjkt.ac.id

Nomor : B- 4370 / F9 / KM.01 / 07 / 2019
Lampiran : -
Perihal : Bimbingan Skripsi

Jakarta, 30 Juli 2019

Kepada Yth.

1. Zulfiandri, MMSI
2. Nuryasin, ST, MKom

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diharapkan kesediaan Saudara untuk menjadi pembimbing I/II/ (Materi/Teknis)* penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Desti Nuraini
NIM : 11150930000008
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : "Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile TIX ID Menggunakan Model UTAUT 2"

Judul tersebut telah disetujui oleh Program Studi bersangkutan pada tanggal 18 Juli 2019 dengan outline, abstraksi dan daftar pustaka terlampir. Bimbingan skripsi ini diharapkan selesai dalam waktu 6 (enam) bulan setelah ditandatanganinya surat penunjukan pembimbing skripsi.

Apabila terjadi perubahan terkait dengan skripsi tersebut selama proses pembimbingan, harap segera melaporkan kepada Program Studi bersangkutan.

Demikian atas kesediaan Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n Dekan
Wakil Bidang Akademik



Nashrul Hakiem, S. Si., M.T., Ph.D
NIP. 19710608 200501 1 005

