

TUGAS AKHIR - KS141501

ANALISIS FAKTOR EFEK LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN KEMBALI PADA PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE UNTUK RESERVASI HOTEL DENGAN MENGGUNAKAN STRUCTURAL EQUATION MODELING

ANALYSIS OF DIRECT AND INDIRECT EFFECTS
TOWARD INTENTION TO REUSE MOBILE
APPLICATION FOR MAKING HOTEL RESERVATION
USING STRUCTURAL EQUATION MODELING

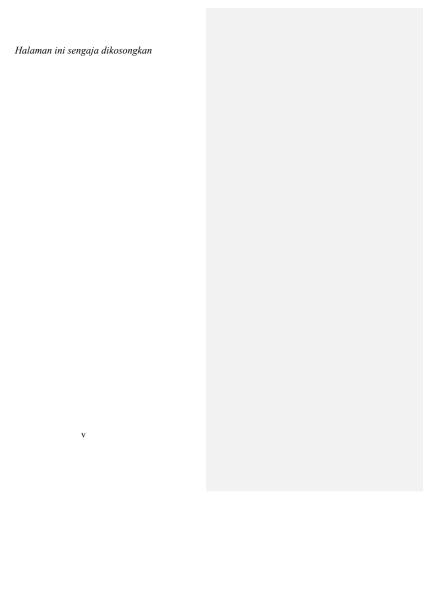
ASTARI KHAIRUNNISA ISNAN 05211640000126

Dosen Pembimbing
Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc
Dr. Mudjahidin, S.T., M.T

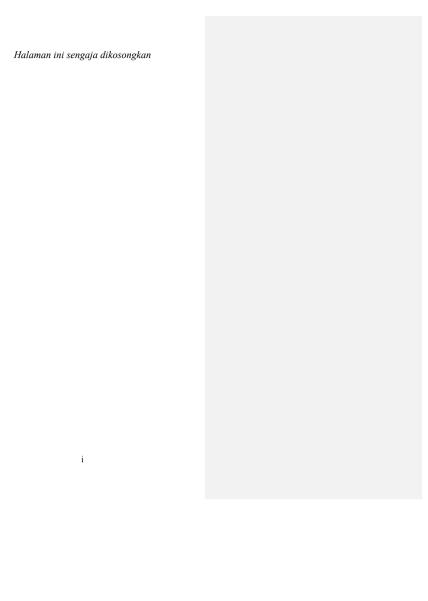
ATAS x2 cm

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya 2020











ANALISIS FAKTOR EFEK LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN KEMBALI PADA PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE UNTUK RESERVASI HOTEL DENGAN MENGGUNAKAN STRUCTURAL EQUATION MODELING

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)

pada

Departemen Sistem Informasi

Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas (ELECTICS)

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh

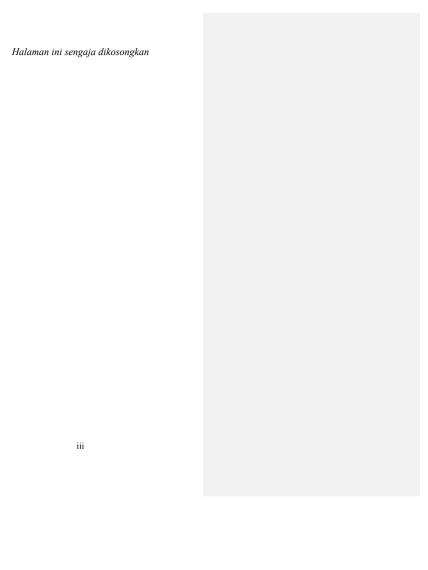
Astari Khairunnisa Isnan 05211640000126

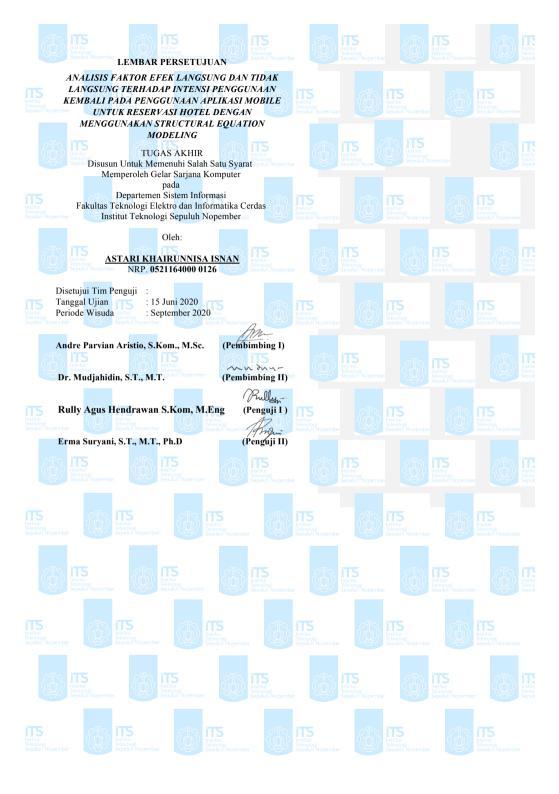
Surabaya, 18 Agustus 2020

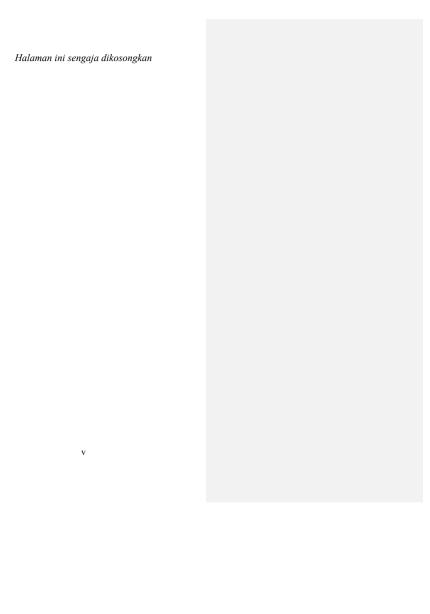
Kepala Departemen Sistem Informasi

Dr. Mudjahidin, ST., MT. NIP. 19701/1102003121001

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI







ANALISIS FAKTOR EFEK LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN KEMBALI PADA PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE UNTUK RESERVASI HOTEL DENGAN MENGGUNAKAN STRUCTURAL EQUATION MODELING

Nama Mahasiswa : Astari Khairunnisa Isnan NRP : 05211640000126

Departemen : Sistem Informasi FTIK-ITS

Pembimbing I : Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc

Pembimbing II : Dr. Mudjahidin, S.T., M.T

ABSTRAK

Konteks: Beberapa tahun terakhir ini salah satu industri paling banyak mengadopsi manfaat dari internet atau aplikasi mobile adalah industri perhotelan. Pemanfaatan internet pada industri hotel adalah adanya reservasi hotel secara online. Perusahaan penyedia aplikasi pemesanan hotel berhasil meningkatkan penjualannya melalui penggunaan aplikasi mobile sebagai saluran pemasaran dan penjualan. Pada tahun 2018, jumlah pemesanan hotel melalui aplikasi mobile meningkat sebesar 10,4% dari tahun sebelumnya atau setara dengan \$694.41 miliar

Permasalahan: Permasalahan yang dihadapi adalah masih sedikit para pelaku bisnis perhotelan yang memahami dan fokus terhadap pentingnya meningkatkan intensi pelanggan dalam menggunakan kembali aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel. Dampak yang dihasilkan oleh tingginya tingkat perpindahan aplikasi membuat para pelaku bisnis perhotelan harus mengeluarkan biaya 6 kali lebih besar untuk menarik pelanggan baru dan 20 kali lebih besar untuk menarik pelanggan yang sudah kecewa. Namun selalu ada tantangan bagi para pelaku bisnis perhotelan dalam mengetahui faktor

Formatted: Centered, Space After: 8 pt, Line spacing: multiple 1.08 li

dan strategi peningkatan intensi penggunaan kembali aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel.

Tujuan: Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor keinginan individu, penerimaan terhadap teknologi, dan risiko yang dirasakan serta memberikan rekomendasi perbaikan strategi dan faktor-faktor lain dalam peningkatan intensi penggunaan kembali aplikasi pemesanan hotel (Trivago, Agoda, OYO) dengan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh sebagai upaya meningkatkan intensitas pengguna dalam menggunakan aplikasi pemesanan hotel

Metode: Pengambilan data dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang relevan untuk proses pengambilan data yaitu responden yang pernah melakukan pemesanan hotel melalui aplikasi Trivago, Agoda, dan OYO dengan memanfaatkan platform google form , Metode yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggabungkan 3 teori yaitu UTAUT predictors, perceived risk, dan locus of control sebagai pentuk upaya untuk meningkatkan intensitas pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel.

Hasil: Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh faktor – faktor yang memengaruhi intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi pemesanan hotel di Indonesia secara signifikan, yakni effort expectancy (EE) memengaruhi sebesar $\beta=1.033$ (direct effect), performance expectancy (PE) memengaruhi sebesar $\beta=0.36$ (direct effect), facilitating condition (FC) memengaruhi) sebesar $\beta=0.404$ (direct effect), internal control (IC) melalui effort expectancy (EE) memengaruhi sebesar $\beta=0.079$ (indirect effect), chance control (CH) melalui effort expectancy (EE) memengaruhi sebesar $\beta=-0.060$ (indirect effect), chance control (CH) melalui perceived risk (PR) memengaruhi sebesar $\beta=-0.000$ (Indirect effect), powerful others (PO) melalui facilitating condition memengaruhi sebesar $\beta=0.017$ (indirect effect), Dari

hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa effort expectancy, perceived risk, dan facilitating condition sebagai variabel mediasi memiliki nilai total effect sebesar 1.003, -0.058, del mediasi memiliki nilai total effect sebesar 1.003, -0.058, del mediasi memiliki nilai total effect sebesar 1.003, -0.058, del memiliki penambahan variabel yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, dan rekomendasi untuk meningkatkan faktor yang memeiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel yang dapat membantu perusahaan penyedia aplikasi pemesanan hotel (Trivago, Agoda, dan OYO) dalam mengembakan aplikasinya.

Nilai tambah: Nilai tambah yang ada pada penelitian ini yaitu memiliki keterbaruan dalam penerapan software AMOS yang tidak digunakan sebelumnya yaitu, terdapat tingkat signifikani yang baik untuk pendekatan maximum likelihood. Selain itu diberikan rekomendasi penambahan variabel yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya dan penelitian ini dapat dijadikan referensi terkait studi penelitian selanjutnya dengan memberikan saran terkait penelitian.

Kata Kunci: Intensi penggunaan kembali; UTAUT; Perceived risk; Locus of control; Aplikasi mobile booking hotel; Structural Equation Modeling

viii

ANALYSIS OF DIRECT AND INDIRECT EFFECTS TOWARD INTENTION TO REUSE MOBILE APPLICATION FOR MAKING HOTEL RESERVATION USING STRUCTURAL EQUATION MODELING

Name : Astari Khairunnisa Isnan

NRP : 05211640000126

Department : Information System FTIK-ITS
Supervisor I : Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc

Supervisor II : Dr. Mudjahidin, S.T., M.T

ABSTRACT

Context: Based from the past few years, Hospitality Industry is one of the industries that maximize the usage of the internet or smartphone application. The utilization from the said industry arises from the online hotel reservation. Many hotel owners successfully increased their sales through the online application, as their marketing and sales source. Back in 2018, the amount of hotel reservation online was raised until 10.4% then the previous years, or equal with \$604.41 million.

Problem: the problem of the issue is, many hotel owners did not aware and understand the importance of the customer's Intensity which in this case, online – based to book their hotel. The result of this problem is, hotel owners have to spend 6 times bigger cost due to the high rate of application shifting, in order to be able to attract new customers which has been disappointed. However, there are always new challenges for the hotel owners to know the factors and strategies of the customer's Intensity to book the hotel online.

Objectives: this final research is made to analyse the influence factor of the individual urge, to accept the technology, and the risk with the recommendation to fix the strategies and any other

factors to decrease the customer's Intensity based from the factors

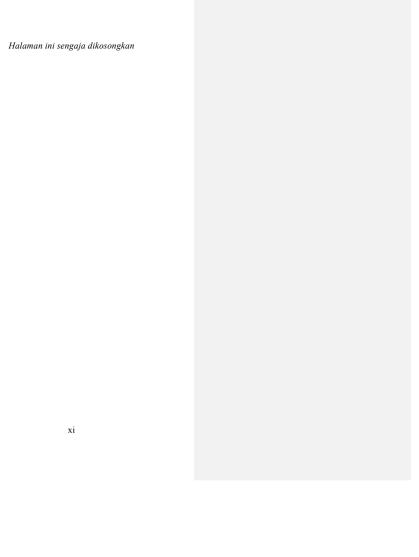
Method: Questionaire was spread due to the collecting of data. the questioner was spread based on online, by google form and validated to various respondents in advance. After the validation, the questioner was also spread to the relevant respondent to collect another data. The Author was using the Structural Equation Modelling (SEM) and combining 2 (three) theories, UTAUT predictors, perceived risk, and locus of control.

Results: The result from this research are, effort expectancy, performance expectancy, and facilitating condition. Those 3 (three) are the influenced variables for the customer's Intensity to re-use the application of online hotel reservation. Intention to reuse (IN) significantly influenced by Effort expectancy (EE) of $\beta = 1.033$ (direct effect), Intensity to reuse (IN) significantly influenced by performance expectancy (PE) of $\beta = 0.36$ (direct effect), Intensity to reuse (IN) significantly influenced by facilitating condition (FC) sebesar $\beta = 0.404$ (direct effect). In addition, recommendations are given for the addition of variables, that can be considered for further research, and recommendations for increasing factors that have significant effect, which can affect the intention to reuse for making hotel reservation.. To the hotel owners, the analysis of the variables, that affect the Intensity to reuse mobile applications for hotel reservations.

Value Added: research is useful for reccomendation and improvement to hotel owners from an analysis of the variables that have influenced the intention to reuse mobile application for making hotel reservation

Keywords: Intention to Reuse; UTAUT; Perceived risk; Locus of control; Mobile Application for Making Hotel Reservation; Structural Equation Modeling

Х



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Astari Khairunnisa Isnan : 05211640000126

NRP Tempat/ tanggal lahir : Jakarta, 12 Juni 1998

: Fakultas Teknologi Elektro dan Fakultas

Informatika Cerdas

Departemen : Sistem Informasi

: astarikhairunnisa.isnan@gmail.com Email

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian/ makalah/ Tugas Akhir saya yang berjudul:

ANALISIS FAKTOR EFEK LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN KEMBALI PADA PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE UNTUK MENGGUNAKAN HOTEL DENGAN RESERVASI STRUCTURAL EQUATION MODELING

Bebas Dari Plagiarisme dan Bukan Hasil Karya Orang Lain

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian penelitian/ makalah/ Tugas Akhir tersebut terdapat indikasi plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Juli 2020

ari Knammaisa Isnan NRP. 05211640000126



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan buku yang sederhana ini dengan judul Analisis Faktor Efek Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Intensi Penggunaan Kembali Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Untuk Reservasi Hotel Dengan Menggunakan Structural Equation Modeling (Studi Kasus: Trivago, Agoda, Oyo). Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis diiringi oleh pihak-pihak yang selalu memberi dukungan, saran, dan doa sehingga penelitian berlangsung dengan lancar. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih dari lubuk hati terdalam kepada:

- Allah SWT., yang selalu menemani dan membimbing penulis dalam segala aspek kehidupan.
- Bapak Dr. Mudjahidin, S.T., M.T selaku Ketua Departemen Sistem Informasi ITS Surabaya.
- 3. Bapak Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc dan Bapak Dr. Mudjahidin, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap tenaga, waktu dan pikiran dalam penelitian ini, memberikan motivasi yang membangun, serta telah mendengarkan keluhan penulisa selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Bapak Rully Agus Hendrawan S.Kom, M.Eng, Ibu Erma Suryani, S.T., M.T., Ph.D., Ibu Mahendrawathi ER. S.T., M.Sc., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membuat kualitas penelitian ini lebih baik lagi.
- Segenap dosen dan karyawan Departemen Sistem Informasi
- Bapak M. Isnan Risuljani Pawennei dan Ibu Wida Widiastuti, selaku orang tua penulis yang tiada hentinya mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
- Loude, Bella, Sasha, Indira, Liba, dan Caca yang telah mendengarkan curahan hati penulis selama pengerjaan

- Tugas Akhir dan membantu menyemangati penulis selama pengerjaan Tugas Akhir Ini.
- Ghea, Davi, Ilham, Binug, Gerald, dan Mirza yang telah menemani penulis mengerjakan Tugas Akhir selama di Surabaya.
- Akmal, Maritza, Dhila, Gushan, Rere, Refing, Ucup, Alif, dan Rifqy yang telah banyak berkontribusi membantu penulis dalam membenarkan kesalahan penulisan dan menemani penulis mengerjakan Tugas Akhir hingga tengah malam di Lab SE.
- Gienzka, Eji, Lifi, Fafa, Puspa, dan Anggra yang selalu sabar dan membantu penulis tanyakan mengenai pengerjaan Tugas Akhir.
- Teman-teman kosan yang selalu mendukung penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir.
- Teman-teman Alhamdulillah teman, yang telah menemani penulis selama di Surabaya dan menemani penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Teman-teman CRM club yang selalu menyemangati satu sama lain.
- 14. Teman-teman Artemis yang selalu saling membantu.
- 15. Pihak lainnya yang berkontribusi dalam tugas akhir yang belum dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun sebagai upaya menjadi lebih baik lagi ke depannya. Semoga buku tugas akhir ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca.

Surabava, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR	R PENGESAHAN	
LEMBAR	R PERSETUJUAN	iv
ABSTRA	K	vi
	CT	
KATA PE	ENGANTAR	xiv
DAFTAR	ISI	xv
	R GAMBAR	
DAFTAR	TABEL	xxi
	KLATUR	
BAB I PE	NDAHULUAN	1
1.1.	Latar Belakang	
1.2.	Rumusan Masalah	
1.3.	Tujuan	
1.4.	Metode	
1.5.	Batasan Permasalahan	
1.6.	Manfaat	
1.7.	Relevansi	
1.8.	Target luaran	
	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Penelitian Sebelumnya	
2.2	Teori dasar	
2.3	Structural equation modeling (SEM)	23
2.3.1		
2.3.2		
2.3.3		
2.4	Model yang diimplementasikan	
2.4.1	P	
2.4.2		
2.4.3		35
2.4.4	P	
2.5	Cara pengambilan data	
2.6	Pengujian dan validasi	
2.6.	Pre-processing data	37

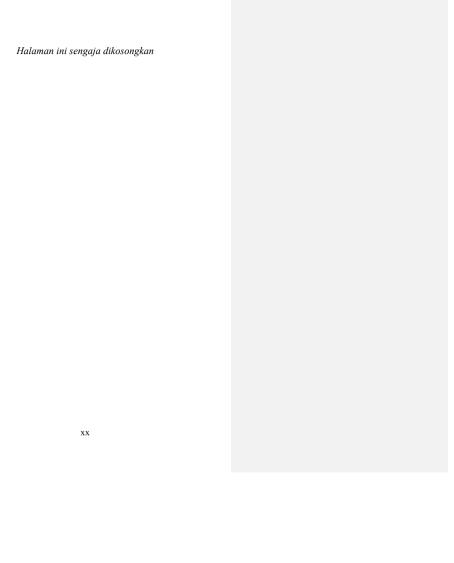
2.6.2 Uji Asumsi Klasik	38
4 BAB III METODOLOGI	
3.1 Metodologi penelitian	45
3.2 Uraian metodologi	47
3.3 Jadwal penelitian	
BAB IV IMPLEMENTASI	
4.1. Tahapan Implementasi	
4.2. Pembuatan Instrumen Pengambilan Data.	
4.2.1. Penyusunan Kuesioner	
4.2.2. Tahap Validasi Kuesioner	
4.2.3. Hasil Validasi Kuesioner	
4.3. Pengambilan Data	
4.4. Analisis Data	
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Implementasi	
5.1.1 Hasil Implementasi Model	
5.1.2 Peningkatan Variabel Terukur	
5.1.3 Penambahan Variabel	
BAB VI PENUTUP	
5 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN A. INSTRUMEN WAWANCARA	
LAMPIRAN B. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
EE	147
LAMPIRAN C. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
	151
LAMPIRAN D. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
IC	
LAMPIRAN E. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
LAMPIRAN F. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
LAMPIRAN G. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL	
	164
LAMPIRAN H. GRAFIK QQ PLOT UJI NORMALITA	
BIODATA PENULIS	177

xvii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi di Indonesia	2
Gambar 1.2 Model Riset (Fong & Lam, 2017)	
Gambar 1.3 Kerangka kerja riset lab	10
Gambar 2.1 Model SEM	
Gambar 2.2 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	47
Gambar 4.1 Model beserta persamaan matematika	54
Gambar 4.2 Screenshot penyebaran kuesioner	melalui
instastory	74
Gambar 4.3 Screenshot penyebaran kuesioner melalui	
chat	75
Gambar 4.4 Screenshot penyebaran kuesioner melal	ui group
chat	76
Gambar 5.1 Hasil uji kesesuaian model (model akhir)	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 5.2Hasil pada IN	102
Gambar 5.3 Hasil pada PE	102
Gambar 5.4Hasil pada EE	
Gambar 5.5 Hasil pada EE	
Gambar 5.6 Hasil pada FC	
Gambar 5.7 Hasil pada FC	104
Gambar 5.8Hasil pada IC	105
Gambar 5.9 Hasil pada IC	
Gambar 5.10 Hasil pada PO	106
Gambar 5.11 Nilai standardized indirect effect variabe	el Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 5.12 Hubngan peran mediasi	
Gambar 5.13 Hubungan peran mediasi	
Gambar 5.14 Hubungan peran mediasi	
Gambar 5.15 Penambahan variabel	116



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terkait	13
Tabel 2. 2 Notasi Sem	25
Tabel 2.3 Tabel Hipotesis	35
Tabel 2.4 Goodness of fit indeks	40
Tabel 3.1 Jadwal kegiatan penelitian	52
Tabel 4.1 Keterangan skala likert	55
Tabel 4.2 Pernyataan Kuesioner	57
Tabel 4.3 Validasi Kuesioner	64
Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.	78
Tabel 4.5 Jumlah responden berdasarkan domisili	78
Tabel 4.6 Jumlah responden berdasarkan usia	78
Tabel 4.7 Jumlah responden berdasarkan profesi	79
Tabel 4.8 Responden berdasarkan tingkat pendidikan	terakhir
	80
Tabel 4.9 Jumlah responden berdasarkan penggunaan	80
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 5.2 Hasil uji reliabilitas	
Tabel 5.3 Hasil uji skewness dan kurtosis	
Tabel 5.4 Hasil Uji Skewness dan Kurtosis	86
Tabel 5.5 Hasil multikolinearitas	89
Tabel 5.6 Hasil validitas performance expectancy	90
Tabel 5.7 Hasil validitas effort expectancy	90
Tabel 5.8 Hasil validitas social influence	91
Tabel 5.9Hasil validitas facilitating condition	91
Tabel 5.10Hasil validitas perceived risk	
Tabel 5.11Hasil validitas internal control	92
Tabel 5.12Hasil validitas powerful others	
Tabel 5.13Hasil validitas chance control	93
Tabel 5.14 Hasil validitas intention to reuse	94
Tabel 5.15 Hasil reliabilitas performance expectancy	95
Tabel 5.16Hasil reliabilitas effort expectancy	95
Tabel 5.17Hasil reliabilitas facilitating condition	95

Tabel 5.18 Hasil reliabilitas perceived risk	95
Tabel 5.19 Hasil reliabilitas internal control	96
Tabel 5.20 Hasil reliabilitas powerful others	96
Tabel 5.21 Hasil reliabilitas chance control	96
Tabel 5.22Hasil reliabilitas intention to reuse	97
Tabel 5.23Hasil uji kesesuaian model	97
Tabel 5.24Hasil iterasi ke-0	99
Tabel 5.25 Hasil uji kesesuaian model setelah iterasi ke-1	100
Tabel 5.26 Hasil variabel dari hipotesis	108
Tabel 5.27Nilai koefisien mediator ke dependen	108
Tabel 5.28Pengaruh hipotesis	109
Tabel 5.29 Peningkatan variabel terukur	112
Tabel 5.30Perbaikan variabel terukur	116
Tabel 5.31 Hipotesis penambahan variabel	117
Tabel 5.32 Perbandingan hasil penelitian	118



NOMEKLATUR

AGFI	:	Adjusted goodness of fit index adalah modifikasi GFI untuk degree of freedom dalam suatu model
PE	:	dalah statu inder. Performance expectancy adalah tingkat dimana seseorang individu percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi pemesanan hotel, akan memperoleh manfaat dan keuntungan.
EE	:	Effort expectancy adalah tingkat kemudahhan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan aplikasi pemesanan hotel kembali.
SI	:	Social Influnce adalah pengaruh orang lain dalam untuk memengaruhi seseorang unttuk kembali menggunakan kembali aplikasi pemesanan
FC	:	Facilitating condition adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur dan perusahaan mendukuung pengguna dalam kembali menggunakan aplikasi pemesanan hotel.
PR	:	Perceived risk merupakan risiko yang dirasakan oleh pengguuna dalam kembali menggunakan aplikasi pemesanan hotel.
IC	:	Internal control keinginan sesorang keinginan dari sendiri tanpa pengaruh orang lain untuk kembali menggunakan aplikasi pemesanan hotel.
PO	:	
СН	:	Chance control merupakan kesempatan yang dimiliki oleh seseorang utuk

xxiv

menggunakan kembali aplikasi

pemesanan hotel.

IN : Intention to reuse merupakan intensi seseorang untuk kembali menggunakan

aplikasi pemesanan hotel.

CFA : Confirmatory analysis adalah pengujian

yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik variabel-variabel yang diukur dalam penelitian mewakili jumlah konstruk atau indikator yang lebih sedikit.

CFI : Comperative fit index bentuk revisi dari NFI yang digunakan untuk memperhitungkan ukuran sampel yang

dapat menguji dengan baik.

CMIN/DF: CMIN/DF sebuah pengukuran untuk

mengidentifikasi tingkat fit yang dimiliki oleh sebuah model.

GFI : Goodness of fit index merupakan ukuran

yang digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu model dalam

menghasilkan *matix covariance*.

AMOS : Analysis of moment structure adalahh

kepanjangan dari nama software yang digunakan untuk menguji dan menghitung metode SEM dengan model penelitian

yang sudah ada.

NFI : Normal fit index adalah sebuah pengukuran yang digunakan untuk

mengukur besarnya ketidaksesuaian antara model yang menjadi target dengan

model yang menjadi patokan.

 $RMSEA \qquad : \ \textit{Root mean square error of approximation}$

adalah sebuah pengukuran yang digunakan untuk mengukur penyimpangan nilai parameter dari suatu model dengan matriks covariance

populasinya.

SEM : Structural equation modeling merupakan analisis multivariat yang dapat digunakan

analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menganalisis variabel secara

kompleks.

SPSS : SPSS adalah aplikasi yang digunakan

untuk melakukan analisis statistic tingkat

lanjut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum mengenai dasar dari penulisan penelitian tugas akhir (TA) dibuat. Dasar dari penulisan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan permasalahan, metode, manfaat, relevansi dan target luaran dari penelitian ini. Dari uraian tersebut diharapkan penjelasan umum permasalahan dan solusi penelitian ini dapat dipahami

1.1. Latar Belakang

Dengan semakin maraknya pengguna smartphone (Ariwibowo, 2015) hal tersebut membuka peluang pelaku bisnis untuk melakukan penjualan menggunakan aplikasi mobile, salah satu industri yang paling banyak mengadopsi manfaat dari internet atau aplikasi mobile adalah industri hotel (Carroll & Sileo, 2007). Salah satu contoh dari pemanfaatan internet pada industri hotel adalah adanya reservasi hotel secara online. Dari 627 juta konsumen, lebih dari 86 juta dari konsumen melakukan reservasi hotel secara online (Nielsen, 2010). Perusahaan penyedia layanan aplikasi untuk pemesanan hotel dan agen perjalanan online, berhasil meningkatkan penjualannya melalui penggunaan aplikasi mobile sebagai saluran pemasaran dan penjualan. Pada tahun 2018, jumlah pemesanan kamar hotel seluruh dunia meningkat sebesar 10.4% dari tahun sebelumnya atau setara dengan \$694.41 miliar (Braze, 2019) . Sebagian besar para perusahaan semakin menekankan pemesanan langsung melalui aplikasi mobile, dan mengejar konsumen dengan menjajikan layanan dan harga yang terbai (Braze, 2019).

INDONESIA AIRLINE TICKETY RESERVATIONS 55% CLOTHING EBOOKS 40% EVENT TICKETS 349

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi di Indonesia

Dari Gambar 1.1. Dapat dilihat bahwa sekitar setengah dari konsumen Indonesia berencana membeli tiket pesawat secara online (55%), serta berencana melakukan pemesanan hotel dan biro perjalanan (46%). Empat dari sepuluh konsumen (40%) berencana untuk membeli ebook, 37% berencana untuk membeli pakaian/aksesoris/sepatu, dan lebih dari sepertiga konsumen merencanakan untuk membeli tiket acara (34%) secara online (Nielsen, 2014). Hal ini menunjukkan pandangan bahwa ketertarikan masyarakat Indonesia melakukan pembelian kamar hotel secara online cukup tinggi.

Pengguna aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel merupakan tipe pengguna yang konsumtif dan melakukan perpindahan aplikasi yang tinggi. Sebanyak 59,9% dari 1115 responden mengungkapkan bahwa mereka melakukan perpindahan aplikasi sepanjang tahun 2018, 39,2% persen diantaranya ingin berganti menggunakan aplikasi lain, dan 40% persen yang mengungkapkan bahwa mereka tidak ingin menggunanakan aplikasi lain dalam melakukan reservasi hotel (Choi, et al., 2018). Perilaku kecenderungan perpindahan aplikasi yang tinggi bisa berdampak buruk pada aplikasi-aplikasi yang ada, karena dengan perpindahan penggunaan aplikasi yang tinggi berarti tingkat loyalitas menurun, seperti yang telah dibuktikan dalam penelitian (Dharmmesta & Handoko, 2008)

bahwa tingkat perpindahan aplikasi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas. Loyalitas ini berarti konsumen memiliki intensi untuk melakukan kembali melakukan pemesanan hotel menggunakan aplikasi mobile (Imasari & Nursalin, 2011). Tingginya perpindahan aplikasi vang terjadi sangat mengancam tingkat loyalitas pelanggan. Kerugian yang timbul akibat fluktuasi dan penurunan loyalitas adalah berkurangnya sumber pendapatan serta sulitnya memperoleh pelanggan baru. Sejalan dengan survei yang dilakukan oleh (Chandra, 2008) bahwa dibutuhkan biaya 6 kali lebih besar untuk menarik pelanggan baru dan 20 kali lebih besar untuk menarik kembali pelanggan yang sudah kecewa. Maka dari itu para pelaku bisnis perhotelan online harus mulai fokus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Imasari & Nursalin, 2011). Pada jangka pendek, mempertahankan penggunaan kembali aplikasi mobile oleh pelanggan akan memberikan profit terhadap penjualannya, profit merupakan salah satu faktor suatu bisnis akan bertahan (Soeling, 2007). Dalam jangka panjang, mempertahankan penggunaan kembali aplikasi mobile oleh pelanggan akan lebih menguntungkan, karena harga bukan jadi masalah utama untuk pelanggan dalam melakukan pembelian, maka apabila terjadi kenaikan harga pelanggan tetap akan menggunakan aplikasi ponsel untuk melakukan pemesanan hotel, pelanggan yang sudah loyal juga akan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru (Gee, et al., 2008). Dengan semakin banyaknya aplikasi yang memberikan penawaran pemesanan hotel, konsumen memiliki banyak pilihan aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel yang sesuai ukuran keinginan dan kebutuhannya (Imasari & Nursalin, 2011).

Maka dari itu perlunya dilakukan analisis efek langsung (direct effecct) yang terdiri dari Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Internal controls, facilitating condition, dan Perceived risk. Analisis ini dilakukan untk mengetahui apakah kemduahan penggunaan aplikasi, manfaat yang didapatkan, pengaruh sosial, dan risiko yang didapatkan apabila menggunakan aplikasi (Venkatesh, et

3

.

al., 2012), memengaruhi intensi pelanggan dalam menggunakan kembali aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel. Selain it perlu juga dilakukan analisis efek tidak langsnung (inderect effect) yang terdiri dari apakah internal control, chance control, dan control powerful by others. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan dari psikologis seseorang dapat memengaruhi intensi pengguna dalam menggnakan kembali aplikasi pemesanan hotel, dengan bantuan dari, Effort expectancy, Facilitating conditions, dan Perceived risk sebagai mediator.

Beberapa penelitian telah dilakukan, (Amaro & Duarte, 2015) meneliti faktor yang memengaruhi niat pelanggan dalam menggunakan kembali aplikasi mobile untuk membeli travel online. Penelitian yang dilakukan oleh (Casalo, et al., 2010) juga meneliti faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen untuk menggunakan kembali mobile hotel booking (MHB) untuk mempertaankan pelanggan yang sudah ada. Penelitian ini dikembangkan oleh (Ozturk, et al., 2016) dengan mengajukan self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, dan perceived convenience. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah perceived convenience, compatibility, dan perceived ease of use, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyality intention. Penelitian yang dilakukan oleh (Wang & Wang, 2010) meniliti faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan implementasi mobile hotel reservation (MHR). Data 235 kuesioner yang digunakan diuji menggunakan structural equation modelling (SEM), penelitian ini mendapatkan hasil bahwa perception of information quality dan system quality merupakan 2 komponen yang sangat memengaruhi nilai dari MHR.

Penelitian Tugas Akhir (TA) ini bertujuan untuk melakukan analisis terkait variabel-variabel yang dapat memengaruhi intensi penggunaan kembali konsumen dalam penggunaan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel sehingga dapat diketauhi hubungan struktural variabel yang dapat memengaruhi intensi penggunaan kembali. Selain itu juga mendapatkan cara untuk meningkatkan variabel terukur serta mengidentifikasi variabel lain yang dapat memengaruhi intensi

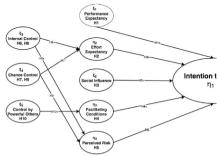
penggunaan kembali konsumen dalam penggunaan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel. Analisis dan pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode yang mengacu pada metode penelitian (Fong & Lam, 2017) menggunakan structural equation modeling (SEM) yang digunakan untuk pengujian suatu rangkaian hubungan yang relatif rumit dan simultan. Software yang digunakan adalah AMOS. Uji asumsi klasik untuk menentukan apakah data sudah lulus uji normalitas dan multikolinearitas. Serta uji kesesuaian model untuk mengidentifikasi apakah model SEM yang dibentuk sudah sesuai atau belum.

Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural dari penelitian (Fong & Lam, 2017) seperti pada Gambar 1.2 untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan antara anteseden intention to reuse yaitu faktor-faktor dari teori locus of control, UTAUT predictors, dan perceived risk. Total pemodelan ini memiliki 9 variabel. Hipotesis yang bersifat positif antara kedelapan variabel tersebut, yaitu:

- Performance expectancy berpengaruh positif terhadap intention to reuse
- Effort expectancy berpengaruh positif terhadap intention to reuse
- Social influence berpengaruh positif terhadap intention to reuse
- Facilitating conditions berpangaruh positif terhadap intention to reuse
- Internal control berpengaruh positif terhadap intention to reuse melalui effort expectancy dan perceived risk
- Control by powerful others berpengaru postif terhadap intention to reuse melalui facilitating condition

5

O



Gambar 1.2 Model Riset (Fong & Lam, 2017)

Hipotesis yang bersifat *negative* antara kedelapan variable tersebut, yaitu:

- Perceived risk berpengaruh negatif terhadap intention to reuse
- Chance control berpengaruh negatif terhadap intention to reuse melalui effort expectancy dan Perceived risk
- Control by powerful others berpengaruh negatif terhadap intention to reuse melalui facilitating condition

Performance expectancy adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu. Effort expectancy adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem/teknologi oleh pengguna. Social influence adalah sejauhmana persepsi seseorang bahwa pihak lain percaya bahwa sebaiknya menggunakan sistem/teknologi. Facilitating conditions adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi variabel

Penelitian yang dilakukan oleh (Fong & Lam, 2017) telah menjadi acuan dalam beberapa penelitian baik diimplementasikan atau dikembangkan modelnya. (Lei, et al.,

2019)melakukan penelitian dengan cara menyelidiki dan membandingkan pelaku bisnis perhotelan dengan pelanggan terhadap aplikasi mobile hotel. Penelitian ini mengembangkan model dari penelitian dari (Fong & Lam, 2017) dengan menggunakan penggabungan 2 teori yaitu UTAUT dan perceived risk. Selain itu (Agag & Elmasry, 2018) melakukan penelitian mengenai intensitas pelanggan untuk berpartisipasi dalam online travel community. Partisipasi dari pelanggan merupakan kunci bagi para pelaku bisnis online travel community. Pada taun 2019 (Liu, et al., 2019) melakukan penelitian mengenai eksplorasi karakteristik unik yang dimiliki wirausahawan milenial, pengaruhnya terhadap motivasi wirausaha, dan ambisi dari usaha yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan pemodelan dengan 2 gabungan teori yaitu locus of control dan UTAUT predictors.

1.2. Rumusan Masalah

Para penyedia layanan aplikasi pemesanan hotel di Indonesia masih sulit membuat para pengguna nya setia hanya dengan menggunkan satu aplikasi saja untuk melakukan pemesanan hotel. Perilaku kecenderungan perpindahan aplikasi tinggi bisa berdampak buruk pada aplikasi-aplikasi yang ada, karena dengan perpindahan pengguna berarti tingkat penggunaan kembali menurun dan pengguna tidak memiliki intensi untuk menggunakan aplikasi itu kembali. Berdasarkan tersebut para pelaku bisnis perhotelan mengembangkan aplikasi agar meningkatkan intensi pengguna untuk menggunakan aplikasi kembali. Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan. Seperti keinginan individu, dimana para pelaku bisnis ini harus mempertimbangkan seseorang ingin menggunakan aplikasi ini karena keinginan diri sendiri, apakah pengguna puas saat menggunakan aplikasi ini apa tidak. Sehabis itu, aspek penerimaan terhadap teknologi, dimana menunjukan seperti performa dan kinerja dari aplikasi itu sendiri, dan ada risiko yang dirasakan, maksutnya ialah pengguna harus merasa aman saat menggunakan aplikasi

7

~ 1

tersebut, tidak ada penipuan dsb. Seluruh aspek tersebut berpengaruh terhadap intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi *mobile* untuk melakukan reservasi hotel. Permasalahan dari TA ini, para penyedia layanan aplikasi pemesanan hotel perlu mengidentifikasi hal apa yang dapat memengaruhi intensi pengguna dan meningkatkan intensi pengguna dalam melakukan pemesanan hotel kembali dengan menggunakan aplikasi *mobile*.

1.3. Tujuan

Berdasarkan uraian diatas, tujuan pembuatan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- Mendapatkan hubungan antar seluruh faktor langung (direct effect) yaitu penerimaan terhadap teknologi, dan risiko yang dirasakan terhadap intensi penggunaan kembali aplikasi mobile dan faktor tidak langsung (indirect effect) yaitu keinginan individu, untuk melakukan reservasi hotel secara online berdasarkan model penelitian yang dibuat oleh Fong & Lam.
- 2. Memberikan saran rekomendasi peningkatan faktor yang berpengaruh pada perusahaan penyedia aplikasi mobile untuk reservasi hotel dan rekomendasi terkait penambahan faktor lain yang dapat berpengaruh untuk diterapkan pada model penelitian Fong & Lam berdasarkan studi literatur agar dapat meningkatkan intensi pelanggan untuk melakukan pemesanan hotel kembali menggunakan aplikasi mobile.

1.4. Metode

Dalam penelitian ini, proses pengambilan data pada pengguna aplikasi pemesanan hotel (Trivago, Agodam dan OYO) dilakukan dengan penyebaran secara *online* memanfaatkan platform *google forms*, disebarkan dengan *purposive sampling* kepada 200 responden yang relevan sebagai objek penelitian.

Metode yang digunakan adalah structural equation modeling (SEM) dengan model yang digunakan adalah mengintegrasikan 3 teori yaitu locus of control, UTAUT

predictors, dan variabel dependen yaitu perceived risk. Model ini dikembangkan Fong & Lam. Hubungan antar variabel ditandai dengan garis-garia (path) yang bersifat positif dan negatif. Positif artinya satu variabel memberikan pengaruh positif terhadap variabel lain, nagatif artinya satu variabel memberikan pengaruh negatif terhadap variabel.

1.5. Batasan Permasalahan

Sesuai dengan deskripsi permasalahan yang telah dijelaskan, adapun batasan permasalahan dari penyelesaian Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

- Sampel penelitian diambil dari responden yang pernah menggunakan Trivago, Agoda, dan OYO di Pulau Jawa, untuk melakukan reservasi hotel.
- Sampel penelitian ini diambil dari responden yang memiliki umur 17 – 39 tahun.
- Jumlah data yang dibutuhkan sebanyak 200 data berdasarkan pendekatan maximum likelihood.
- Subjek penelitian ini berfokus kepada responden secara umum yang pernah melakukan hotel reservasi menggunakan aplikasi mobile.
- Aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi Trivago, Agoda, dan OYO.

Analisis intensi penggunaan aplikasi *mobile* untuk reservasi hotel pada penelitian ini menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM).

1.6. Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dibedakan menjadi dua belah sudut pandang sebagai berikut:

- 1. Sudut Pandang Teoritis
 - a. Hasil:
 - Analisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi penggunaan dalam menggunakan layanan aplikasi mobile untuk reservasi hotel berdasarkan model penelitian.

9

9

b. Manfaat:

Dapat digunakan sebagai referensi penelitian terkait intensi penggunaan dalam menggunakan *mobile* apps untuk reservasi hotel.

2. Sudut Pandang Perusahaan

a. Hasil:

Rekomendasi perbaikan dalam pengembangan aplikasi *mobile* untuk hotel reservasi.

b. Manfaat:

Dapat membantu pihak layanan dalam mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi intensi pengguna dalam menggunakan mobile apps untuk reservasi hotel dan pengembangan mobile reservasi hotel kedepannya.

1.7. Relevansi



Gambar 1.3 Kerangka kerja riset lab

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sebagai Sarjana Komputer Departemen Sistem Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya. Laboratorium Sistem Enterprise ITS memiliki berbagai topik utama. Dapat dilihat pada Gambar 1.3. Penelitian

tugas akhir ini mengambil Manajemen Hubungan Pelanggan sebagai topik utamanya dengan relevansi mata kuliah yang berkaitan dengan topik ini adalah Manajemen Hubungan Pelanggan (MHP) yang berkontribusi pada tujuan penelitian Labolatorium Sistem Enterprise nomor dua yaitu meningkatkan ekselensi operasional, mengarahkan pertumbuhan organisasi, dan meningkatkan produktivitas individu.

1.8. Target luaran

Target luaran yang diharapkan dari tugas akhir ini adalah buku tugas akhir dan jurnal POMITS. Sehingga dengan adanya tugas akhir ini dapat bermanfaat unttuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan intensitas penggunaan aplikasi mobile untuk reservasi hotel.

Halaman ini sengaja dikosongkan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tinjauan pustaka yang akan digunakan dalam penelitian ini, yang berisikan penelitian sebelumnya, dasar teori, dan metode yang akan digunakan sebagai acuan atau landasan dalam pengerjaan tugas akhir ini.

2.1 Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian tugas akhir ini yang disajikan pada Tebel 2.1 dengan dua kolom yakni telaah artikel yang merupakan artikel yang memiliki keterkaitan yang merupakan penelitian dengan menggunakan atau mengembangkan model pada artikel yang ditelaah.

Tabel 2.1 Penelitian terkait

	Tabel 2.1 renentian terkan				
No	Artikel yang terkait	Implementasi/ pengembangan artikel			
1.	Studi ini mempertimbangkan hal hal yang memengaruhi seseorang melakukan reservasi hotel melalui mobile apps. Prediksi ini diasumsikan menggunakan UTAUT, perceived risk, dan	Studi (Law, et al., 2018) menganalisis 92 artikel terkait yang diterbitkan dalam jurnal perhotelan dan pariwisata untuk penelitian penggunaan teknologi mobile dimasa depan dalam industri perhotelan dan pariwisata. Salah satu artikel yang			
	LOC. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji intensi pelanggan untuk dan keinginan seseorang menggunakan kembali mobile apps untuk	digunakan adalah artikel yang ditulis oleh (Fong & Lam, 2017). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan UTAUT predictors.			

melakukan pemesanan hotel. Hipotesis diperiksa dengan menggunakan sampel dari (Fong & Lam, 2017) Penelitian ini meneliti (Pappas, 2016) faktor-faktor mengembangkan penelitian yang (Amaro & Duarte, 2015) memengaruhi niat meneliti faktor-faktor seseorang untuk membeli tiket maupun hubungan antara strategi hotel secara online, pemasaran dan perceived risk, karena semakin dan consumer trust untuk maraknya pembelian melakukan pemesanan tiket tiket atau hotel secara dan hotel secara online. online. Metode yang Hasilnya adalah strategi dilakukan adalah pemasaran, perceived risk. dengan mengumpulkan dan consumer trust data melalui kuesioner memengaruhi pelanggan secara online. dalam melakukan pemesanan pengukuran dilakukan tiket secara online. dengan 5 skala. PLS-SEM dilakukan dalam menilai hipotesis ini. Analisis menggunakan SmarttPLS2.0 programme (Amaro & Duarte, 2015). Semakin maraknya Penelitian yang dilakukan pelajar mengikuti oleh (Fong & Lam, 2017) perkuliahan online mengembangkan penelitian maka penelitian ini (Joo, et al., 2013) untuk meneliti prediktor menganalisis faktor-faktor kepuasan, prestasi, dan UTAUT predictors, perceived kegigihan dari pelajar risk, dan locus of control

yang mengikuti online university dengan tujuan meningkatkan pemahaman mengenai universitas online. Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menganalisis dari penyebab antara variabel Pesertanya terdiri dari 897 pelajar yang mendaftar di universitas online pada tahun 2019, setelah itu melakukan survei online. Setelah pengumpulan data dilakukan lah analisis data untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa locus of control, self-efficacy, dan nilai tugas adalah prediktor yang signifikan dari kepuasan pelajar, sedangkan selefficacy dan nilai tugas memprediksi pencapaian dari mahasiswanya. Terakhir kepuasan dari mahasiswa secara signifikan

memengaruhi intensi pelanggan dalam menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel. Hasilnya tidak semua faktor locus of control memengaruhi intensi pelanggan dalam menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel. meningkatkan prediktor kegigihan. Dari temuan ini maka meningkatkan pemahaman kita tentang mahasiswa yang belajar di lingkungan universitas online (Joo, et al., 2013).

Dengan semakin maju nya mobile teknologi, mobile hotel booking (MHB) telah menjadi salah satu saluran distribusi penting untuk hotel dan agen online travel agencies (OTA). Dengan memahami niat loyalitas pengguna MHB terhadap teknologi ini telah menjadi sama pentingnya bagi penyedia layanan MHB. Untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Penelitian yang diuji secara empiris terhadap perusahaan mengenai loyalitas pemesanan hotel. Model yang diuji menggunakan Structural Equation (SEM) Modeling dengan menggunakan data empiris yang

Penelitian yang dilakukan oleh (Park & Huang, 2017) mengembangkan penelitian dari (Ozturk, et al., 2016) untuk mengidentifikasi faktorfaktor motivator (self-efficacy, perceived behavioural control. dan perceived benefits) dan inhibitor (perceived cost dan anxiety) dalam memengaruhi perilaku pelanggan untuk melakukan MHB. Hasil menunjukan bahwa perceived behavioural berpengaruh signifikan secara positif terhadap perilaku pelanggan. Anxiety berpengaruh secara negatif terhadap perilaku pelanggan.

dikumpulkan dari 396 pengguna MHB. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kenyamanan, kompabilitas dan persepsi penggunaan kembali memiliki dampak signifikan pada niat loyalitas pengguna terhadap teknologi MHB. Selain itu kompabilitas secara signifikan pada kesetiaan dan kenyamanan. (Ozturk, et al., 2016)

Deregulasi air travel market telah menghadirkan peluang baru bagi maskapai penerbangan, dan dampak utamanya adalah naiknya sektor maskapai penerbangan berbiava rendah. dengan tingkat pertumbuhan dalam jumlah pelanggan. Dengan mencari faktorfaktor penentu pembelian dari situs web maskapai berbiaya rendah dapat meningkatkan layanan dari situs web maskapai.

Penelitian yang dilakukan oleh (Khalilzadeh, et al., 2017; Agag & Elmasry, 2018) mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh (Escobar-Rodriguez & Carvajal-Trujillo, 2014) untuk meneliti mobile payment technology dalam industry travel market dengan mengembangkan model dari menggabungkan teori UTAUT dan TAM. Hadil, menunjukan model yang diusulkan memberikan 20% akurasi dibandingkan dengan model UTAUT yang sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan satu kumpulan (set) measurement items, quitionnaire, pre-test, mengambil data sampling dengan beberapa nonrandom sampling yang berbedabeda, analisis regresi yang berdasarkan pada teknik optimasi PLS untuk menguraikan model yang mewakili hubungan antara 14 faktor, evaluasi. Hasil yang ditemukan dari penelitian sebagai penentu utama pembelian adalah kepercayaan, kebiasaan, penghematan biaya, kemudahan penggunaan, kinerja, dan faktor sosal. Dari faktor-faktor tersebut niat pembeliaan online, kebiasaan dan kemudahan adalah hal yang paling berpengaruh (Escobar-Rodriguez & Carvajal-Trujillo, 2014).

2.2 Teori dasar

Pada bagian ini menjelaskan seluruh tahapan yang dilakukan penelitian berdasarkan metodologi yang digambarkan pada.

1. Mobile apps

Aplikasi *mobile* merupakan aplikasi yang dikembangkan untuk *smartphone* dan tablet. Dengan sistem operasi yang sering digunakan adalah IOS (Apple) dan Android (Google). Adanya apliksi *mobile* memiliki peran penting dalam perkembangan *smartphone* (Porterfield, 2018). Hampir semua jenis *smartphone* harus memiliki aplikasi *mobile* agar dapat operasikan. *Aplikasi* mobile memiliki 3 tipe yang berbeda, yaitu (Cofer, *et al.*, 2018):

- a. Native Apps adalah jenis aplikasi yang hanya dikembangkan sesuai dengan jenis platform dari 12 perangkat smartphone. Pengguna smartphone harus menginstall aplikasinya melalui masing-masing toko aplikasi yang tersedia pada smartphone, misalnya Apple App Store untuk perangkat Iphone, atau Google Playstore untuk perangkat Android.
- b. Web Based Apps adalah aplikasi yang tidak terinstall langsung pada perangkat semartphone, melainkan harus diakses dengan menggunakan web browser seperti Chrome, Mozilla, dan lainnya. Web based apps memiliki kelebihan yaitu tidak membutuhkan ruang penyimpanan yang besar karena tidak langsung diinstal pada perangkat. Namun, kelemahan dari web based apps ini adalah ketika mengakses aplikasi ini harus membutuhkan koneksi internet. Sehingga ketika tidak ada koneksi internet, pengguna tidak akan bisa mengakses aplikasi dengan tipe web ini.
- Hybrid Apps adalah aplikasi yang dikombinasikan dari native apps dan web based apps. Sehingga aplikasi

dengan model hybrid apps ini dapat diakses dengan langsung menggunakan aplikasi yang terinstall pada perangkat smartphone, maupun diakses dengan menggunakan web browser. Adanya aplikasi dengan jenis hybrid apps ini memudahkan pengguna dalam mengakses aplikasi. Hybrid apps dikembangkan dengan bahasa pemrograman yang sama dengan web based apps dengan ditambahkan kode pemrograman yang sesuai dengan native apps. Oleh karena itu, hybrid apps menjadi aplikasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan akses pengguna.

2.2.1 UTAUT

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model terpadu yang dikembangkan oleh (Vankatesh, et al., 2003) berdasarkan teori sosial kognitif dengan kombinasi delapan model penelitian terkemuka mengenai penerimaan teknologi informasi. Model UTAUT telah terbukti berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi yang lain dalam menjelaskan hingga 70% yarjan pengguna, Model UTAUT (Vankatesh, et al., 2003) kemudian mengalami perkembangan dengan penambahan beberapa variabel (Venkatesh, et al., 2012). Model UTAUT lama yang digunakan dalam penelitian ini memiliki empat kunci konstruksi, yaitu harapan kinerja (performance expectancy), harapan usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan kondisi fasilitas (facilitating conditions) yang memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Performance expectancy adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu. Effort expectancy adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem/teknologi oleh

pengguna. Social influence adalah sejauhmana persepsi seseorang bahwa pihak lain percaya bahwa sebaiknya menggunakan sistem/teknologi. Facilitating conditions adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi variabel (Venkatesh, et al., 2012).

2.2.2 Perceived risk

Pengertian Perceived Risk (PR) telah berubah sejak transaksi online populer. Di masa lalu, Perceived Risk (PR) utamanya dianggap sebagai penipuan dan kualitas produk. Sekarang Perceived Risk (PR) mengacu pada tipe tertentu dari keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik dan risiko waktu ketika konsumen melakukan transaksi online. Menurut Kim, Perceived Risk (PR) diartikan sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi online (Kim, 2008).

2.2.3 Locus of control

LOC adalah keyakinan bahwa seorang individu dapat atau tidak dapat mengendalikan kejadian yang memengaruhi mereka. Dalam hal pembelajaran sosial, (Rotter, 1966). menyatakan bahwa individu menerima kekuatan yang berbeda pada beberapa kondisi.

LOC dibagi menjadi dua dimensi yaitu, Internal LOC dan external LOC. Individu dengan internal LOC yang tinggi, memiliki pengendalian diri yang lebih baik dibandingkan dengan individu dengan external locus of control (Anderson, 1997). Pada penelitian ini menggunakan tiga kunci konstruksi, yaitu internal control, chance control, dan control powerful by others

2.2.4 Intensi pengguna

Intensi pengguna merupakan intensitas pengguna dalam kesediaannya untuk menyelesaikan suatu perilaku tertentu (Engel, et al., 1990). Niat perilaku merupakan salah satu pertimbangan untuk melakukan sesuatum, Intensi pengguna menentukan prefrensi suatu individu untuk suatu produk (Wu & Wang, 2005). Intensi pengguna merupakan salah satu penggerak dari penggunaan layanan di perangkat seluler. Oleh karena itu kebutuhan pengguna harus lebih ditekankan daripada pengembangan teknologi. Pengguna dengan intensi yang tinggi untuk menggunakan suatu layanan cenderung akan mengadopsi layanan dengan probabilitas yang lebih tinggi dibandingkan pengguna yang tidak memiliki intensi untuk menggunakan layanan tersebut (Taniar, 2009).

2.2.5 Kebutuhan data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang berbentuk kuesioner mengenai intensi pengguna *mobile apps* untuk melakukan pemesanan hotel. Responden yang menjadi target pada penelitian ini adalah generasi yang memiliki umur 17-39 tahun. Berikut data responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Responden yang pernah melakukan hotel reservation melalui aplikasi Trivago, Agoda, dan OYO.
- 2. Generasi yang memiliki umur 17-39 tahun.
- 3. Tidak terbatas pekerjaan yang dimiliki.
- 4. Responden warga negara Indonesia.
- 5. Responden berasal dari pulau Jawa.

2.2.6 Survei

Salah satu metode penelitian yang sering dilakukan adalah survei. Survei terdiri dari 2 jenis yaitu deskriptif dan analitik. Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode survei dengan

menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 200 sampel data. Hal ini mengacu pada estimasi ukuran sampel *maximum likelihood* untuk mengurangi bias pada semua jenis estimasi.

2.2.7 AMOS

AMOS merupakan salah satu software statistik yang dimiliki oleh perusahaan SPSS. AMOS banyak digunakan oleh berbagai kalangan, seperti peneliti, akaemisi, dan praktisi. Kelebihan software AMOS terutama ada pada sifat software yang user friendly, sehingga dapat digunakan bagi para pemula di bidang SEM sekalipn. Software AMOS ini dapat dignakan untuk melakukan SEM. (Arbuckle, 2019)

2.3 Structural equation modeling (SEM)

Structural Equation Modelling adalah analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menganalisis antar variabel secara kompleks. Metode SEM memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan, sebagai berikut: (Haryadi & julianta, 2015)

1. Spesifikasi Model

Spesifikasi model adalah tahap dilakukannya identifikasi permasalahan hingga dilakukan pembentukan model. Model yang dibentuk sesuai dengan variabel-variabel yang ditemukan dalam penelitian. Pada penelitian ini, spesifikasi model tidak dilakukan karena penelitian ini telah menggunakan model yang dikembangkan oleh Fong & Lam (Fong & Lam, 2017).

2. Indetifikasi Model

Identifikasi model adalah tahap dilakukannya analisis terhadap model. Apakah model dapat digunakan pada penelitian atau tidak. Pada penelitian ini, spesifikasi model tidak dilakukan karena penelitian ini telah

menggunakan model yang dikembangkan oleh Fong & Lam (Fong & Lam, 2017).

3. Estimasi Model

Estimasi model adalah tahap dilakukannya penentuan nilai estimasi setiap parameter model yang membentuk matriks. Sehingga, nilai parameter tersebut menjadi lebih dekat dengan nilai yang terdapat dalam matriks. Metode yang digunakan adalah Maximum Likelihood Estimation, Generalized Least Square, dan Weighted Least Square.

4. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model adalah tahap dilakukannya pengujian apakah model yang digunakan sudah sesuai atau tidak. Untuk melakukan uji kecocokan model terdapat beberapa ukuran yang digunakan. Ukuran tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada sub berikutnya.

5. Respesifikasi Model

Respesifikasi model adalah tahap dilakukannya modifikasi model apabila model yang dibentuk tidak memiliki kecocokan dengan ukuran yang sudah ditetapkan. Modifikasi model ini dilakukan dengan cara melihat modification indicates pada output model SEM

2.3.1 Variabel - variabel dalam SEM

Pada SEM terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk menjelaskan hubungan pada model SEM, istilah dan notasi pada Tabel 2.2.

Tabel 2. 2 Notasi Sem

Tabel 2. 2 Notasi Sciii				
Variabel SEM	X	X	Indikator yang mengukur variabel eksogen	
1.	у	Y	Indikator yang mengukur variabel endogen	
2.	ξ	Ksi	Variabel laten eksogen yang diukur dengan indikator x	
3.	η	Eta	Variabel laten endogen yang diukur dengan indikator y	
4.	λ	Lambda	Factor loading yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikatornya	
5.	γ	Gamma	Ukuran yang mengukur hubungan kausal (koefisien regresi) antara variabel eksogen dan endogen	
6.	β	Beta	Ukuran yang mengukur hubungan kausal (koefisien regresi) antara variabel endogen dan endogen	
7.	δ	Delta	Measurement error yang berasosiasi dengan nilai estimate indikator x	
8.	ε	Epilson	Measurement error yang berasosiasi dengan nilai estimate indikator y	
9.	ζ	Zeta	Structural error yang menggambarkan kovarian di antara kontruk error variabel endogen	

2.3.2 Hubungan antar variabel

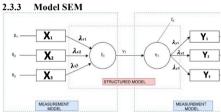
Hubungan antar variabel dinyatakan dalam garis dua panah. Jika tidak ada garis dua panah berarti tidak memiliki hubungan keterkaitan.

a. Garis anak panah satu arah

Hubungan antara variabel dengan garis anak panah satu arah menunjukkan adanya kausalitas (regresi) yang dihipotesiskan. Variabel yang dituju oleh garis anak panah satu arah ini merupakan variabel endogen (dependen) hal ini tidak dituju pada variabel eksogen (independen).

b. Garis anak panah dua arah

Menunjukkan adanya korelasi hubungan antara dua variabel. Dalam melakukan regresi terhadap dua atau lebih variabel independen terhadap satu atau beberapa variabel dependen, maka syarat yang harus dipenuhi adalah korelasi antar variabel independen tidak signifikan. Jika korelasi yang ada sama – sama signifikan maka dipilih korelasi paling tinggi.



Gambar 2.1 Model SEM

a. Model pengukuran

Dalam model pengukuran dinyatakan hubungan variabel laten dengan indikator. Dalam model pengukuran terdapat 2 jenis meliputi model pengukuran untuk variabel endogen dan model pengukuran untuk variabel eksogen. Nilai yang menghubungkan variabel laten diberi dengan simbol lambda (λ). Terdapat kesalahan pengukuran pada model pengukuran. Kesalahan pengukuran pada variabel manifest untuk variabel laten eksogen (X) diberi simbol (delta) δ dan variabel manifest untuk variabel laten endogen (Y) diberi simbol (epsilon) ε.

Model pengukuran untuk variabel eksogen persamaan umum pada model pengukuran untuk variabel laten eksogen dapat dituliskan sebagai berikut:

$$X = \lambda_x \, \xi + \delta \tag{2.1}$$

Keterangan:

variabel manifest untuk X =variabel laten eksoge $\lambda_x =$ matriks koefisien X terhadap ξ (ksi) Variabel laten ξ = eksogen δ = (delta) Vektor residual

> (error) untuk X Comment [MJ1]: Keterangan dibuat table saja tapi tannpa garis, sehingga rapi dan lurus. Perbaiki semua ya

Model pengukuran untuk variabel en Comment [MJ2]: Untuk semua yang seperti ini. Spasi persamaan umum pada model pengukuran dirapatkan, batas table bisa dilebarkan ke kanan variabel laten endogen dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \Lambda_{\nu} \eta + \varepsilon \tag{2.2}$$

Keterangan:

Y =variabel manifest untuk variabel laten endogen

 $\Lambda_{\nu} =$ matriks koefisien Y terhadap η

(eta) variabel endogen $\eta =$

(epsilon) vektor residual (error) untuk Y

b. Model struktural

Model struktural merupakan model vang menggambarkan hubungan antara variabel laten. Kesalahan hubungan antara variabel tersebut umumnya linear dengan persamaan sebagai berikut:

$$\eta_j = \beta_{ji}\eta_i + \gamma_{jb}\xi_b + \zeta_b \tag{2.3}$$

Keterangan:

η = (eta), variabel laten endogen

ξ (ksi) Variabel laten eksogen

ß (beta), matriks koefisien jalur untuk hubungan antar variabel latenendogen

(gamma), matriks koefisien jalur untuk hubungan variabel laten endoge dan variabel laten eksogen

(zeta), kesalahan pengukuran ζ = (error) dalam persamaan struktural

Prediksi yang dilakukan tidak mungkin sempurna. Sehingga dalam SEM perlu untuk memasukkan kesalahan struktural yang ditulis dengan lambang \(\zeta \) (zeta). Kesalahan ini hanya dapat dikorelasikan pada variabel laten endogen. Dari penjelasan mengenai model pengukuran dan model struktural tersebut maka Gambar 2.4 memiliki persamaan - persamaan pengukuran sebagai berikut:

$$X_1 = \lambda_{x1}\xi_1 + \delta_1$$
 (2.4)

$$y_1 = \lambda_{y1}\eta_1 + \varepsilon_1$$
 (2.5)

Keterangan:

 $X_1 =$ Indikator

variabel laten eksogen

Indikator variabel laten end Variabel laten eksogen

ε₁

Matriks koefisien antara indikator indikator X1 dengan variabel eksogen

 (ξ_1)

Vektor residual untuk indikator X₁

Variabel endogen

Matriks koefien antara indikator y1

dengan variabel endogen η1 Vektor residual untuk indikator y1.

Pada persamaan struktural Gambar 2.4 memiliki persamaan struktural sebagai berikut:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \zeta_1 \tag{2.6}$$

Keterangan:

Variabel variabel endogen $\eta_1 =$

Matriks koefisien jalur untuk hubunga γ_1

laten eksogen

Kesalahan pengukuran pada persamaan ζ_1

struktural

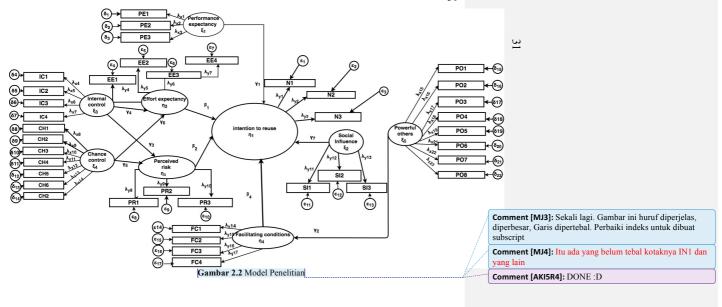
2.4 Model vang diimplementasikan

Model yang diimplementasikan digunakan untuk tugas akhir ini mengacu pada model yang sebenarnya sudah di uji pada penelitian berjudul (Fong & Lam, 2017) "How locus of control shapes intention to reuse mobile apps for making hotel reservation: Evidence from chinese consumers". Dalam penelitian ini dilakukan analisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi pengguna dalam menggunakan kembli aplikasi mobile untuk melakukan hotel reservation.

2.4.1 Model penelitian

Model penelitian yang digunakan untuk tugas akhir ini mengacu pada model yang sebelumnya sudah di uji pada penelitian (Fong & Lam, 2017) yang berjudul "How locus of control shapes intention to reuse mobile apps for making hotel reservations: Evidence from chinese consumers". Model penelitian disajikan pada Gambar 2.2.

Pada model penelitian tersebut terdapat 9 variabel yang terdiri dari variabel endogen (variabel laten yang dipengaruhi oleh variabel laten yang lain atau variabel dependen), dan variabel eksogen (variabel laten yang tidak dipengaruhi variabel laten lain atau variabel independen).



Masing-masing variabel memiliki dasar untuk diuji dan memiliki kategorisasi teori yang berbeda dan dijelaskan lebih lanjut untuk setiap konsep yang mendasari fokusnya

2.4.2 Persamaan matematis model

Persamaan matematika dari model pada penelitian ini dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut

• Performance expectancy (PE)

$$PE1 = \lambda_{x1} \, \xi_1 + \, \delta_1 \tag{2.7}$$

$$PE2 = \lambda_{x2} \, \xi_1 + \, \delta_2 \tag{2.8}$$

$$PE3 = \lambda_{x3} \xi_1 + \delta_3$$
 (2.9)

Maksudnya adalah setiap indikator PE memberikan pengaruh sebesar λx terhadap variable PE ditambah dengan *measurement error* δ .

Social influence (SI

$$SI1 = \lambda_{x4} \, \xi_2 + \, \delta_4 \tag{2.10}$$

$$SI2 = \lambda_{x5} \xi_2 + \delta_5$$
 (2.11)

$$SI3 = \lambda_{x6} \xi_2 + \delta_6 \tag{2.12}$$

Maksudnya adalah setiap indikator SI memberikan pengaruh sebesar λy terhadap variable SI ditambah dengan measurement error δ .

Internal control (IC)

$$IC1 = \lambda_{x7} \, \xi_3 + \, \delta_7 \tag{2.13}$$

$$IC2 = \lambda_{x8} \, \xi_3 + \, \delta_8 \tag{2.14}$$

$$IC3 = \lambda_{x9}\,\xi_3 + \delta_9 \tag{2.15}$$

$$IC4 = \lambda_{x10} \, \xi_3 + \, \delta_{10} \tag{2.16}$$

Maksudnya adalah setiap indikator IC memberikan pengaruh sebesar λx terhadap variable IC ditambah dengan *measurement error* δ .

Chance control (CH)

$$CH1 = \lambda_{x11} \, \xi_4 + \, \delta_{11} \tag{2.17}$$

$$CH2 = \lambda_{x12} \, \xi_4 + \, \delta_{12} \tag{2.18}$$

$$CH3 = \lambda_{x13} \, \xi_4 + \, \delta_{13} \tag{2.19}$$

$$CH4 = \lambda_{x14} \, \xi_4 + \, \delta_{14} \tag{2.20}$$

$$CH5 = \lambda_{x15} \, \xi_4 + \, \delta_{15} \tag{2.21}$$

$$CH6 = \lambda_{x16} \, \xi_4 + \, \delta_{16} \tag{2.22}$$

$$CH7 = \lambda_{x17} \, \xi_4 + \, \delta_{17} \tag{2.23}$$

Maksudnya adalah setiap indikator CH memberikan pengaruh sebesar λx terhadap variable CH ditambah dengan measurement error δ .

Control by others (PO)

From the following (16):
$$P01 = \lambda_{x18} \xi_5 + \delta_{18} \qquad (2.24)$$

$$P02 = \lambda_{x19} \xi_5 + \delta_{19} \qquad (2.25)$$

$$P03 = \lambda_{x20} \xi_5 + \delta_{20} \qquad (2.26)$$

$$P04 = \lambda_{x21} \xi_5 + \delta_{21} \qquad (2.27)$$

$$P05 = \lambda_{x22} \xi_5 + \delta_{22} \qquad (2.28)$$

$$P06 = \lambda_{x23} \xi_5 + \delta_{23} \qquad (2.29)$$

$$P07 = \lambda_{x24} \xi_5 + \delta_{24} \qquad (2.30)$$

$$P08 = \lambda_{x25} \xi_5 + \delta_{25} \qquad (2.31)$$

Maksudnya adalah setiap indikator PO memberikan pengaruh sebesar λx terhadap variable P0 ditambah dengan *measurement error* δ .

• Intention to reuse (IN)

$$IN1 = \lambda_{y1} \eta_1 + \varepsilon_1 \tag{2.32}$$

$$IN2 = \lambda_{y2} \eta_1 + \varepsilon_2 \tag{2.33}$$

$$IN3 = \lambda_{y3} \, \eta_1 + \, \varepsilon_3 \tag{2.34}$$

Maksudnya adalah setiap indikator IN memberikan pengaruh sebesar λy terhadap variable IN ditambah dengan *measurement error* ε .

• Effort expectancy (EE)

$$EE1 = \lambda_{v4} \eta_2 + \varepsilon_4 \tag{2.35}$$

$$EE2 = \lambda_{y5}\eta_2 + \varepsilon_5 \tag{2.36}$$

$$EE3 = \lambda_{y6} \eta_2 + \varepsilon_6 \tag{2.37}$$

$$EE4 = \lambda_{y7} \, \eta_2 + \, \varepsilon_7 \tag{2.38}$$

Maksudnya adalah setiap indikator EE memberikan pengaruh sebesar λy terhadap variable EE ditambah dengan *measurement error* ε .

Perceived risk (PR)

$$PR1 = \lambda_{y8} \, \eta_3 + \, \varepsilon_8 \tag{2.39}$$

$$PR2 = \lambda_{y9} \,\eta_3 + \,\varepsilon_9 \tag{2.40}$$

$$PR3 = \lambda_{y10} \, \eta_3 + \, \varepsilon_{10} \tag{2.41}$$

33

Maksudnya adalah setiap indikator PR memberikan pengaruh sebesar λy terhadap variable PR ditambah dengan *measurement error* ε .

Facilitating conditions (FC)

$$FC1 = \lambda_{y14} \eta_4 + \varepsilon_{16} \tag{2.42}$$

$$FC2 = \lambda_{y15} \, \eta_4 + \, \varepsilon_{15} \tag{2.43}$$

$$FC3 = \lambda_{y16} \, \eta_4 + \, \varepsilon_{16} \tag{2.44}$$

$$FC4 = \lambda_{\nu 17} \, \eta_4 + \, \varepsilon_{17} \tag{2.45}$$

Maksudnya adalah setiap indikator CH memberikan pengaruh sebesar λy terhadap variable CH ditambah dengan measurement error ε .

Persamaan matematika yang akan digunakan untuk model struktural adalah persamaan matematika yang diambil dari variabel endogen dapat dilihat pada persamaan 2.46 hingga 2.49, yaitu sebagai berikut:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \beta_1 \eta_2 + \beta_2 \eta_3 + \beta_3 \eta_4 + \beta_4 \eta_5 + \zeta_1$$
 (2.46)

$$\eta_2 = \gamma_4 \xi_3 + \gamma_6 \xi_4 + \zeta_2 \tag{2.47}$$

$$\eta_3 = \gamma_3 \xi_3 + \zeta_3$$
(2.48)

$$\eta_4 = \gamma_2 \xi_4 + \zeta_4 \tag{2.49}$$

Keterangan:

 ξ_1 = Variabel PE (*Performance expectancy*)

 ξ_2 = Variabel SI (Social Influence)

 ξ_3 = Variabel IC (*Internal control*)

 ξ_4 = VariabelCH(Chancecontrol)

 ξ_5 = Variabel PO (*Control by others*)

 η_1 = Variabel IN (*Intention to reuse*)

 $\eta_2 = \text{Variabel EE} \left(\textit{Effort expectancy} \right)$

 $\eta_3 = \text{Variabel PR } (Perceived \ risk)$ $\eta_4 = \text{Variabel FC } (Facilitating \ condition)$

2.4.3 Hipotesis model implementasi

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hipotesis yang diuji dapat dilihat pada Tabel 2.3:

Tabel 2.3 Tabel Hipotesis

Kode Hipotesis	Pernyataan
H1	Performance expectancy berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse
H2	Effort expectancy berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse
НЗ	Social Influence berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse
Н4	Facilitating Condition berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse
Н5	Perceived Risk berpengaruh secara tidak signifikan terhadap intention to reuse
Н6	Internal control berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse melalui Effort expectancy
Н7	Chance control berpengaruh secara tidak signifikan terhadap intention to reuse melalui Effort expectancy
Н8	Internal control berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse melalui Perceived risk
Н9	Chance control berpengaruh secara tidak signifikan terhadap intention to reuse melalui Perceived risk
H10	Control by others berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse melalui Facilitating Conition

2.4.4 Hipotesis model implementasi

Pada penelitian ini data yang dibutuhkan adalah data primer, dimana data tersebut dikumpulkan secara langsung dalam bentuk kuesioner mengenai intensi menggunakan apliksi mobile untuk melakukan reservasi hotel. Responden yang menjadi target pada penelitian ini adalah generasi millennials yang berusia 17-39 tahun. Hal ini dikarenakan generasi yang sudah diperbolehkan untuk melakukan pemesanan hotel dikarenakan sudah memiliki kartu tanda penduduk (KTP) dan generasi millennials merupakan generasi yang sudah familiar dengan adanya teknologi dan mudah menerima dan memahami teknologi baru. Berikut adalah data responden yang dibutuhhkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Responden yang pernah melakukan transaksi pembelian menggunakan salah satu aplikasi mobile Trivago, Agoda, dan OYO untuk melakukan reservasi hotel
- Generasi millennials yang berusia 17-39 Tahun.
- Tidak terbatas pada laki-laki dan perempuan.
- Tidak terbatas dengan pekerjaan yang dimiliki.
- · Responden berasal dari pulau Jawa.

2.5 Cara pengambilan data

Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan metode survei dalam bentuk kuesioner. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini minimal 200 sampel data. Hal ini mengacu pada estimasi ukuran sampel maximum likelihood untuk mengurangi bias pada semua jenis estimasi SEM.

Kuesioner akan dilakukan menggunakan google form. Penyebaran kuesioner akan dilakukan melalui online. Media yang digunakan adalah *media social* (Instagram) dan juga *instant messaging* (Whatsapp dan Line).

2.6 Pengujian dan validasi

Berikut ini merupakan pengujian dan validasi yang perlu dilakukan dalam penelitian tugas akhir ini.

Pre-processing data adalah tahap untuk pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner. Dengan tujuan untuk mengidentifikasi data kuesioner menggambarkan permasalahan yang diteliti. Pengujian pada tahap pre-processing data dibagi menjadi 2 vaitu:

1. Uji Validitas

Pengujian data dengan uji validatas dilakukan untuk memperoleh data yang valid. Jika data tidak valid maka data tersebut akan dihapus. Rumus dari pengukuran validitas adalah berikut (Sugiyono, 2010):

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$
(2.51)

Keterangan:

r = koefisien relasi

n = jumlah sampel penelitian

x = skor masing-masing item

y = skor total keseluruhan item

2. Uji Reliabilitas

Pengujian data dengan uji reabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memperoleh data yang realiable atau data yang konsisten. Sebuah data hasil kuesioner dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi ditunjukan dengan nilai alpha mendekat 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas dianggap sudah cukup memuaskan jika nilai cronbach alpha ≥0.7 maka reliabilitas mencukupi. Apabila alpha ≥ 0.8 ini memsugestikam seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsistem memiliki reliabilitas yang kuat. Jika alpha ≥ 0.9 maka reliabilitas sempurna, jika alpha 0.60-0.70 maka reliabilitas moderat, dan jika alpha ≤ 0.5 maka reliabilitas rendah (Gumilar, 2007). Jika data tidak reliable memiliki alpha rendah maka data akan dihapus. Rumus dari pengukuran cronbach alpha adalah berikut (Sugiyono, 2010):

~1

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right] \tag{2.52}$$

Keterangan:

r = nilai *cronbach alpha* k = jumlah pertanyaan σ = varians

b = indeks pertanyaan t = total keseluruhan

2.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dilakukan sebagai pemenuhan syarat sebelum dilakukannya analisis regresi, untuk memastikan bahwa model penelitian bebas dari asumsi normalitas dan multikolinearitas (Sarjono & Julianita, 2015).

- Normalitas
 Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut (Ghozali, et al., 2016) normalitas dibagi menjadi dua vait:
 - Normalitas univariat
 Normalitas univariat dapat diuji menggunakan data
 ordinal ataupun continous. Normalitas dilakukan
 dengan melihat hasil perhitungan Z_{skewness} dan
 Z_{kurtosis} berdasarkan rumus sebagai berikut.
 Sebuah variabel dapat dikatakan normal apabila nilai
 Z_{skewness} ≤ 3 dan nilai Z_{kurtosis} ≤ 8. Perumusan
 dapat dilihat sebagai berikut (Kline, 2011):

$$Z_{skewness} = \frac{nilai \, skewness}{nilai \, standard \, error \, skewness} (2.53)$$

$$Z_{kurtosis} = \frac{nila\ kurtosis}{nilai\ standard\ error\ kurtosis}$$
 (2.54)

· Normalitas multivariat

Uji normalitas multivariat hanya dapat dilakukan pada data continous. Untuk memeriksa data apakah berdistribusi normal multivariat, dapat dilihat dari Q-Q plot (Rusli, et al., 2017). Jika plot menggambarkan garis lurus maka data tersebut dapat dinyatakan sebagai normal multivariat (Maulidya, et al., 2014). Apabila suatu data memiliki normalitas multivariat, maka data tersebut pasti memiliki normalitas univariat. Tetapi apabila data normalitas univariat, belum tentu data tersebut juga normalitas multivariat (Ghozali, et al., 2016).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil menunjukan indikasi adanya masalah multikolinearita. Untuk mendeteksi multikolinearitas bisa dilihat dari nilai tolerance <0.1 dan nilai VIF>10 maka dapat diindikasikan adanya multikolinearitas (Hair, et al., 2014)

2.6.3 Uji Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory Factor Analysis dilakukan dengan mengukur model dilakukan dengan tujuan mengukur model yang menunjukkan adanya sebuah variabel laten yang diukur oleh satu atau lebih variabel. Terapat 2 tahap yaitu uji validitas model dan uji reliabilitas model. (Hair, et al., 2014)

1. Uji Validitas Model

Uji validitas model pada CFA dilakukan dengan cara, memgukur setiap loading factor dari masing masing indikator yang ada pada penelitian. Tujuannya untuk memastikan apakah indikator tersebut valid atau tidak berdasarkan nilai loading factornya. Setiap indikator akan terlihat hasilnya valid atau tidak. Ketika hasil tidak valid, maka indikator tersebut harus dihapus. Standard yang digunakan agar loading factor diterima ialah > 0.5 (Hair, et al., 2014).

2. Uji Reliabilitas Model

Uji reliabilitas model pada CFA dilakukan dengan cara mengukur *construct reliability* dari masing-masing indikator yang terdapat di masing-masing variabel penelitian. Dasar kepuutusan suat model dikatakan

reliabel berdasarkan hasil construct reliability apabila nilai ≥ 0.60 dan average variance extracted bernilai ≥ 0.70 . Reliabilitas berarti konsistensi dari suatu pengukuran. Kalau reliabilitas tinggi manaka indikator memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruknya. (Hair, et al., 2014).

2.6.4 Uji kesesuaian model

Uji kesesuaian model ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model yang dibuat didasarkan pada data observasi sesuai dengan model teori atau tidak diperlukan acuan indeks kecocokan model (Sarjono & Julianita, 2015). Berikut ini nilai-nilai indeks kecocokan model yang sering digunakan dalam SEM:

Tabel 2.4 Goodness of fit indeks

Goodness of Fit Index	Cut off Value		
Chi Square	Diharapkan kecil mendekati 0		
CMIN/DF	≤ 2,00		
GFI	≥ 0,90		
AGFI	≥ 0,90		
NFI	≥ 0,90		
CFI	≥ 0,95		
RMSEA	≤ 0,08		

1. Chi-square

Perhitungan statistik untuk membandingkan perbedaan yang diperkirakan oleh matriks kovarians. *Chi-Square* merupakan salah satu ukuran yang memiliki uji statistic terhadap signifikansinya dan merupakan dasar dari goodness-of-fit measures (Hair, et al., 2014).

2. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan sebuah ukuran untuk mengidentifikasi tingkat fit sebuah model. CMIN/DF dihasilkan dari perhitungan Chi-square dibagi dengan degree of freedom (df). Model dapat dikatakan fit apabila CMIN/DF ≤ 2. CMIN/DF memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, et al., 2014):

$$X^{2} = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{(F_{o} - F_{e})^{2}}{F_{e}}$$
 (2.55)

$$CMIN/DF = \frac{X^2}{df} \tag{2.56}$$

Keterangan:

X2 Hasil Chi-square

Fo = Frekuensi Observasi

Fe = Frekuensi Ekspektasi (Harapan)

df = degree of freedom

3. Normed-fit index (NFI)

Indeks pertama yang muncul dalam output AMOS adalah Normed Fit Index (NFI). Statistik ini menilai model dengan membandingkan nilai χ2 dari model dengan x2 dari model nol. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki NFI lebih besar atau sama dengan 0,9 (NFI ≥ 0,9) dan dikatakan fit marginal apabila memiliki NFI diantara 0,8 dan 0,9 $(0.8 \le NFI \le 0.9)$. NFI memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, et al., 2014):

NFI =
$$\frac{(X_i^2 - X_k^2)}{X_i^2}$$
 (2.57)
Keterangan:

 X_i^2 = chi-square dari null atau independence

 X_k^2 = chi-square dari model yang dijadikan hipotesis

4. Comparative fit index (CFI)

Comparative Fit Index (CFI) adala bentuk revisi dari NFI yang mempertimbangkan sampel ukuran (Byrne, 1998) yang berkinerja baik bahkan ketika ukuran sampel kecil (Tabachnick, 2007). Ini Indeks pertama kali diperkenalkan oleh Bentler. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 (CFI ≥ 0,9) dan dikatakan fit marginal 4

apabila memiliki CFI diantara 0.8 dan 0.9 ($0.8 \le \text{CFI} \le 0.9$) CFI memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, *et al.*, 2014):

$$X^2 = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$
 (2.58)

Keterangan:

X2 = Hasil Chi-square

Fo = Frekuensi Observasi

Fe = Frekuensi Ekspektasi (Harapan)

df = degree of freedom

5. Goodness of fit index (GFI)

Statistik Goodness-of-Fit (GFI) dibuat oleh Jöreskog dan Sorbom sebagai alternatif dari Chi-Square menguji dan menghitung proporsi varian yang dicatat oleh estimasi kovarians populasi (Tabachnick, 2007). Dengan melihat varian dan kovarian yang diperhitungkan oleh modelnya menunjukkan seberapa dekat model datang untuk mereplikasi matriks kovarians yang diamati (Diamantopoulos & Siguaw, 2000). GFI akan menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks covariance. Model akan dianggap fit jika GFI lebih besar atau sama dengan 0,9 (GFI ≥ 0,9). GFI memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, et al., 2014):

$$GFI = 1 - \frac{F_k}{F_0} \tag{2.59}$$

Keterangan:

 F_k = Nilai minimum fit setelah model diestimasikan dengan sebagai df (S- Σ k)

 F_0 = Nilai fit semua parameter 0

6. Adjusted goodness of fit index (AGFI)

Adjusted Goodness of Fit Index merupakan modifikasi dari GFI untuk degree of freedom dalam suatu model. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki AGFI lebih besar atau sama dengan $0.9~(\mathrm{AGFI} \ge 0.9)$ dan dikatakan fit marginal apabila memiliki AGFI diantara $0.8~\mathrm{dan}~0.9~(0.8 \le \mathrm{AGFI} \le 0.9)$. AGFI memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, et al., 2014):

$$AGFI = 1 - \frac{P}{df_k} (1 - GFI)$$
 (2.60)

Keterangan:

P = Jumlah varian dan kovarian dari variabel teramati

 df_k = Degree of freedom dari model yang dihipotesiskan

7. Root mean square error of approximation (RMSEA) RMSEA adalah statistik fit kedua yang dilaporkan dalam program AMOS dan pertama kali dikembangkan oleh Steiger dan Lind (Steiger, 1990). RMSEA memberi tahu kita seberapa baik modelnya, dengan yang tidak diketahui tetapi secara optimal estimasi parameter yang dipilih akan sesuai dengan matriks kovarians populasi (Byrne, 1998). Suatu model akan dikatakan close fit apabila nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 (RMSEA ≤ 0,05) dan suatu model akan dikatakan good fit apabila memiliki nilai RMSEA diantara 0,05 dan 0,08 (0,05 ≤ RMSEA ≤ 0,08). RMSEA memiliki persamaan perhitungan sebagai berikut (Hair, et al., 2014):

RSMEA =
$$\sqrt{\frac{(X^2 - df_k)}{(N-1)}}$$
 (2.61)

43

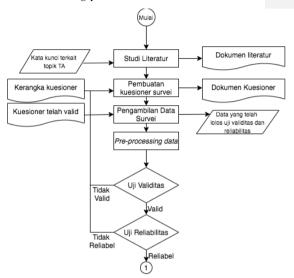
Keterangan:

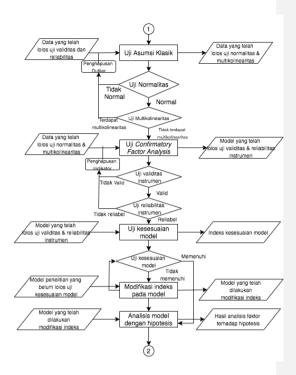
X2 = Chi-square df_k = degree of freedom dari model yang dihipotesiskan

BAB III METODOLOGI

Pada bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan sebagai panduan dalam mengerjakan tugas akhir. Selain itu juga terdapat deskripsi dan penjelasan tahapan yang akan akan dilakukan

3.1 Metodologi penelitian





Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.2 Uraian metodologi

Berdasarkan metodologi penelitian Gambar 3.1 Penjelasan setiap tahap akan dijelaskan sebagai berikut.

3.2.1 Studi literatur

Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan informasi, dilakukan dua tipe penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kuantitaf berupa pembelajaran metode statistika deskriptif, structural equation model (SEM), pembelajaranan menggunakan tools software seperti AMOS. Pembelajaran AMOS ini dilakukan dengan cara menonton video di youtube, tutorial cara menggunakan AMOS. Jenis perhitungan SEM apa yang digunakan, bagaimana cara mendapatkan hubungan dan pengaruhh antar variabel dalam model penelitian dan bagaimana perannya dalam pengaruh yang akan dihhahsilkan (UTAUT, locus of control, perceived risk), bagaimana pengujian dan model matematisnya, bagaimana AMOS bekerja dalam penelitian ini dan jenis teknik apa yang dilakukan. Pada pembelajaran literatur kualitatif dilakukan pembelajran mengenai CRM, locus of control, performance expectancy, effort expectancy, social Influence, facilitating conditions, dan perceived risk. Pencarian dilakukan menggunakan keyword Intensi penggunaan kembali, loyalitas, pemesanan hotel online, intensi penggunaan kembali aplikasi ponsel untuk pemesanan hotel, dll. Pencarian dilakukan melalui situs Science direct, 4

Researchgate, dan Google scholar. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari jurnal penelitian (Fong & Lam, 2017). Hasil dari stdi literatur menghasilkan dokumen literatur.

3.2.2 Pembuatan kuesioner survei

Pada tahapan ini, akan dilakukan pembuatan kuesioner yang akan disebarkan melalui media online. Pembuatan kuesioner ini mengacu pada penelitian (Fong & Lam, 2017) sehingga pernyataan yang akan dibuat berdasarkan variabel yang terdapat pada Gambar 2.2. Sebelum kuesioner ini disebarkan, akan dilakukan uji pilot terlebih dahulu kepada 20 responden untuk memastikan apakah kuesioner ini layak disebarluaskan atau tidak. Dalam pengambilan sampel ini dilakukan metode nonrandom sampling dengan jenis quota sampling, metode ini dilakukan untuk menentukan jumlah responden yang diambil dari suatu populasi terlebih dahulu (Mufidah, 2016). Jika kuesioner sudah dinyatakan lolos uji validasi, maka akan dilakukan penyebarluasan kuesioner. Skenario yang ditetapakan dimana seolah-olah responden akan melakukan traveling dan akan melakukan reservasi hotel secara online. Luaran dari tahap ini adalah dokumen kuesioner.

3.2.3 Pengambilan data srvei

Pada tahap pengambilan data untuk TA ini dilakukan dengan dua cara yaitu pengambilan data secara *online*. Berikut adala penjelasannya.

1. Pengambilan data secara online

Pengambilan data dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner melalui beberapa media sosial contohnya Instagram, Whatsapp, Line. Pada tahap pengambilan data sebelum responden diminta untuk mengisi kuesioner responden diminta untuk memastikan bukti bahwa pernah melakukan transaksi pemesanan hotel melalui salah satu aplikasi. jumlah sampel data yang diambil minimal yang didapatkan adalah 200 data. Dengan mengacu pada estimasi maximum likelihood. Data yang diambil diuji keakuratannya dengan mengumpulkan email dan

nomor telepon responden, setelah itu dilakukan survei menggunakan nonrandom sampling, dimana teknik ini merupakan pengambilan sampel tidak dipilih secara acak karena faktor lain yang sebelumnya telah direncanakan oleh peneliti (Mufidah, 2016). Nonrandom sampling yang digunakan dalam tahap ini adalah Quota sampling dimana sampel yang akan diambil berjumlah 10% yaitu 20 responden dari total data yang didapatkan (Mufidah, 2016).

2. Pengambilan data secara offline

Pengambilan data secara offline didapatkan dengan cara menyebarkan beberapa form kuesioner diruang publik, sebelum melakukan pengisian responden akan ditanya terlebih dahulu apakah pernah melakukan pemesanan hotel melalui Trivago, Agoda, dan OYO. Apabila responden pernah menggunakannya maka pengisian form akan dilanjutkan, tetapi apabila belum pernah maka pengisian form dihentikan.

3.2.4 Pre-processing data

Pada tahap ini akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan. Uji validitas pengujian validitas dilakukan agar data yang didaptkan valid sehingga sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Pengujian validitas dilakukan menggunakan aplikasi AMOS. Apabila terdapat data yang tidak valid maka data tersebut akan dihapus dan dilakukan pengambilan data kembali. Uji validitas dilakukan menggunakan Persamaan 2.51. Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan memperileh data yang konsisten. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi AMOS. Jika terdapat data yang tidak konsisten maka data akan dihapus. Pengujian ini dilakukan menggunakan Persamaan 2.52.

3.2.5 Uji asumsi klasik

Pada tahap ini data yang di dapatkan berdasarkan survei yang telah dilakukan akan diuji normalitas dan multikolinearitas. Uji ini memberikan kepastian bahwa



persamaan regresi yang didaptkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisas, dan konsisten. Sebaran data memenuhi asumsi normal dan data tidak multikolinear

a. Uji normalitas

Pada tahap ini akan dilakukan uji normalitas univariat dilakukan dengan nilai $Z_{skewness} \leq 3$ dan $Z_{kurtosis} \leq 8$. Uji $Z_{skewness}$ dilakukan menggunakan Persamaan 2.53, dan uji $Z_{kurtosis}$ menggunakan Persamaan 2.54. Selain dengan skewness dan kurtosis dilakkan pengujian dengan melihat Q-Q plot pengerjaan pengunjian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah sebua model regresi ada interkorelasi atau multikolinearitas antar variabel bebas.

3.2.6 Uji Confirmatory Analysis

Confirmatory Factor Analysis (CFA) model dilakukan dengan tujuan mengukur model yang menunjukan adanya sebuah variabel latem yang diukur oleh satu atau lebih variabel teramati. Uji CFA digunakan untuk mengurangi kesalahan pengukuran dengan memiliki banyak indikator dalam satu variabel latem. Terdapat 2 tahap yaitu uji validitas instruumen dan uji reliabilitas instrmen.

3.2.7 Uji kesesuaian model

Tahap Uji Kesesuaian Model ini mengacu pada indikator yang ada. Dimana indikator yang diukur meliputi ndikasi yaitu Chi-square, CMIN/DF pada Persamaan 2.55 & Persamaan 2.56, normalized fit index (NFI) pada Persamaan 2.57, comparative fit index (CFI) pada Persamaan 2.58, goodness of fit index (GFI) pada Persamaan 2.59, adjusted goodness of fit index (AGFI) pada Persamaan 2.60 dan RMS error of approximation (RMSEA) pada Persamaan 2.61. Nilai dari indikator-indikator in larus memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam melakukan analisis terhadap faktor sesuai dengan ketentuan dari persamaan yang ada.

3.2.8 Modifikasi indeks pada model

Tahap modifikasi model ini dilakukan jika pada saat melakukan uji model ini dilakukan dengan cara menambahkan hubungan *error covariance* berdasarkan *modification indices* pada output model SEM. Modifikasi model dilakukan hingga seluruh indeks uji kesesuaian terpenuhi.

3.2.9 Analisis model dengan hipotesis

Pada tahap ini akan dilakukan analisis terhadap model dengan hipotesis penelitian yang dilakukan dengan membandingkan model yang memenuhi uji kesesuaian dengan nilai antar variabel. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengacu pada paper utama yang digunakan dan dapat dilihat pada Tabel 2.3.

3.2.10 Penyusunan saran dan rekomendasi

Pada tahap ini dilakukan penyusunan saran berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian dari hipotesis yang telah dilakukan. Saran ini didapatkan dari analisis signifikans melalui masing-masing hubungan tiap faktor terhadap pengaruhnya kepada intensi pengguna. Selain itu juga diberikan saran untuk penelitian selanjutnya untuk faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap intensi pengguna berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan. Saran ini bertujuan untuk membantu pengembang aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel.

Rekomendasi didapatkan dari analisis signifikasi dari masing-masing hubungan tiap variable dan akan menjadi jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini.

Rekomendasi diharapkan mampu menjadi analisa yang dapat memberikan pengetahuan untuk lebih memahami dan menjelaskan faktor spesifik yang membuat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel.

3.2.11 Pembuatan luaran tugas akhir

Setelah seluruh tahap pada metodologi penelitian ini telah dikerjakan, akan dilakukan penulisan laporan Tugas Akhir dan jurnal mahasiswa ITS.

3.3 Jadwal penelitian

Dalam proses pengerjaan tugas akhir ini terdapat jadwal pengerjaan. Rincian jadwal kegiatan selama penelitian tugas akhir berlangsung dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Jadwal kegiatan penelitian

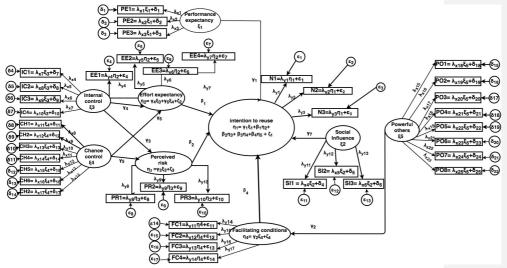
							1	Bul	lar								
.	T Z • 4	1 2				. 3	2			_	1		=				
No	Kegiatan	_	1	_	_	L			1 2 3		۲.			_	_		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Studi Literatur																
2	Pembuatan																
	Kuesioner survei																
3	Pengambilan Data																
3	Survei																
4	Pre-processing																
4	data																
5	Uji asumsi klasik																
6	Uji CFA																
7	Uji kesesuaian model																
8	Modifikasi indeks																
0	model																
9	Analisis model dengan																
,	hipotesis																
10	Penyusunan saran																
10	& rekomendasi																
11	Pembuatan luaran																
11	tugas akhir																

BAB IV IMPLEMENTASI

Pada bab ini menjelaskan terkait implementasi yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini meliputi metode yang digunakan dalam pengambilan data survei, pembuatan instrumen pengambilan data survei, proses pegambilan data dan hasil pengambilan data. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tahapan

4.1. Tahapan Implementasi

Sebelum melakukan pengolahan data, maka dilakukan penyusunan kuesioner, dan pencarian data yang dilakukan melalui survei. Selain itu, juga dicantumkan hasil kuesioner. Model yang diterapkan dalam implementasi tugas akhir ini menggunakan model yang diusulkan oleh Lam (Fong & Lam, 2017).Untuk penggambaran konseptual model dapat dilihat pada Gambar 4.1. Pada Gambar 4.1 merupakan gambar yang mendetilkan hubungan antara variabel laten dengan variabel penyusunnya.



Gambar 4.1 Model beserta persamaan matematika

Berdasarkan model penelitian seperti pada Gambar 4.1, terdapat 10 hipotesis pada penelitian ini. Seluruh hipotesis yang ada, akan dilakukan pengujian berdasarkan hubungan pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hipotesis dapat dilihat pada Tabel 2.3.

4.2. Pembuatan Instrumen Pengambilan Data

Pada bagian ini terdapat beberapa sub-bagian yang menjelaskan langkah-langkah dari pembuatan instrumen pengambilan data.

4.2.1. Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner berdasarkan variabel-variabel pada model penelitian dikembangkan oleh Lam (Fong & Lam, 2017). Pada Gambar 4.1 model penelitian ini terdapat sejumlah 9 variabel yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, Perceived Risk, internal control, chance control, control powerful by others, dan intention to reuse. Kuesioner ini mengukur persepsi, intensi, serta pendapat responden terhadap pernyataan yang berbentuk tanggapan positif maupun negatif. Pengukuran didasarkan pada 7 skala likert yang terdapat dalam setiap pernyataan yang dijelaskan Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Keterangan skala likert

Skala	Keterangan			
1	Sangat Tidak Setuju			
2	Tidak Setuju			
3	Cukup Tidak Setuju			
4	Netral			
5	Cukup Setuju			
6	Setuju			
7	Sangat Setuju			

Kuesioner dalam penelitian ini akan menggunakan pertanyaan terstruktur (Structured questions) seperti pada Lampiran A. Sesuai dengan bagan kuesioner survei. Berikut merupakan penjelasan dari setiap bagian yang terdapat dalam bagan tahap pembuatan kuesioner tersebut:

1. Bagian 1: Perkenalan Diri

Pada tahap ini terdapat kata pengantar kuesioner, perkenalan surveior yang terdiri dari identitas, institusi, tujuan dari pengambilan data, tema dari penelitian yang dilakukan, serta kontak yang bisa dihubungi

2. Bagian 2: Bukti Transaksi

Pada tahap ini terdapat pertanyaan "Apakah anda pernah melakukan reservasi hotel melalui salah satu aplikasi" dengan tujuan untuk menyaring responden yang mengisi kuesioner ini pernah melakukan pemesanan hotel melalui salah satu aplikasi dari Trivago, Agoda, atau OYO. Selanjutnya apabila responden menjawab pernah maka responden diminta untuk mengunggah bukti transkasi yang pernah dilakukan.

3. Bagian 3: Data Demografi Responden

Pada tahap ini bertujuan untuk mengetahui informasi pribadi tentang demografi responden seperti: nama, alamat email, nomor *handphone*, jenis kelamin, kota domisili, usia, dan profesi dari pemesan hotel.

4. Bagian 4: Pernyataan Penelitian

Pada bagian ini, terdapat pedoman pengisian kuesioner yang meliputi keterangan opsi jawaban pada setiap pertanyaan yang diberikan. Pada tahapan pernyataan penelitian berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab oleh responden untuk mengetahui intensi penggunaan aplikasi untuk pemesanan hotel yang bisa diukur melalui: Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating

Conditions (FC), Perceived Risk (PR), Internal Control (IC), Chance Control (CH), Control by Powerful Others (PO), dan Intention to Reuse (IN).

Terdapat 2 tahap dalam pembuatan kuesioner penelitian yaitu dengan uji coba kepada responden mengenai kepemahaman terhadap pernyataan yang diajukan, kemudian dilakukan pembuatan kuesioner yang sebanernya.

4.2.2. Tahap Validasi Kuesioner

Pernyataan-pernyataan pada kuesioner dibuat mengacu pada paper penelitian utama. Pernyataan dibuat untuk masingmasing pernyataan tertera pada Tabel 4.2. Dilakukan validasi kuesioner kepada 20 orang responden mengenai pemahamannya mengenai kuesioner yang sudah dibuat. Pada tahapan validasi kuesioner, responden bebas memberikan evaluasi berupa kritik dan saran terhadap isi kuesioner.

Tabel 4.2 Pernyataan Kuesioner

Tabel 4.2 I chrystaan Ruesioner					
Variabel	Kode	Pernyataan Iterasi 1			
Performance Expectancy (PE)	PE 1	Saya menemukan menggunakan aplikasi untuk pemesanan hotel sangat membantu saya			
	PE 2	Menggunakan aplikasi mobile membantu saya lebih cepat untuk reservasi hotel			
	PE 3	Menggunakan aplikasi meningkatkan			

		produktivitas untuk			
		melakukan reservasi			
		hotel			
		Belajar			
		menggunakan			
	EE 1	aplikasi untuk			
		pemesanan hotel			
		sangat mudah			
		Interaksi saya			
		dengan aplikasi			
	EE 2	pemesanan hotel			
		sangat jelas dan			
Effort Expectancy		mudah dipahami			
(EE)		Saya menemukan			
		reservasi hotel			
	EE 3	menggunakan			
		aplikasi sangat			
		mudahh			
		Saya merasa mudah			
		menjadi terampil			
	EE 4	untuk melakukan			
		reservasi hotel			
		melakukan aplikasi			
		Orang penting bagi			
		saya mengusulkan			
	SI 1	saya untuk			
	511	melakukan reservasi			
		hotel menggunakan			
Social Influence (SI)		aplikasi			
Boeiui Injinence (BI)		Orang yang			
		memengaruhi			
	SI 2	perilaku saya			
	5.2	berfikiran saya			
		harus menggunakan			
		aplikasi untuk			

	T				
		melakukan reservasi			
		hotel			
		Orang yang			
		pendapatnya saya			
	SI 3	hargai lebih suka			
	51.5	saya melakukan			
		reservasi otel			
		melalui aplikasi			
		Saya memiliki			
		sumber daya untuk			
	FC1	melakukan reservasi			
		hotel menggunakan			
		aplikasi			
		Saya memiliki			
		pengetahuan yang			
	EG 2	diperlukan untuk			
	FC 2	melakukan reservasi			
		hotel menggunakan			
		aplikasi			
		Aplikasi mobile			
Facilitating		untuk resevasi hotel			
Conditions (FC)	FC 3	sesuai dengan			
` /		teknologi yang saya			
		gunakan			
		Saya bisa			
		mendapatkan			
		pertolongan dari			
		oranglain ketika			
		saya mendapatkan			
	FC 4	kesulitan saat			
		menggunakan			
		aplikasi untuk			
		melakukan reservasi			
		hotel			
		Saya tidak merasa			
Perceived Risk (PR)	PR 1	aman membagikan			
	I	aman membagikan			

	I					
		informasi pribadi ke				
		aplikasi untuk				
		melakukan				
		pemesanan hotel				
		Saya khawatir				
		untuk melakukan				
		pemesanan hhotel				
	PR 2	melalui aplikasi				
	rk 2	karena mungkin				
		saya orang lain				
		dapat mengakses				
		akun saya				
		Saya tiddak merasa				
		aman mengirimkan				
		informasi yang				
	PR 3	sensitive pada				
		aplikasi untuk				
		melakukan				
		pemesanan hotel				
		Saya biasanya dapat				
	IC 1	melindungi				
	IC I	kepentingan pribadi				
		saya				
		Ketika saya				
		memiliki rencana,				
	IC 2	rencana tersebut				
1. 1.0 . 1.00		pasti hampir				
Internal Control (IC)		terlaksanakan				
		Saya mendapatkan				
		apa yang saya				
	IC 3	inginkan, karena				
		saya bekerja keras				
		untuk hal tersebut				
	10.4	Hidup saya				
	IC 4	ditentukan oleh				
	1					

l l				
		tindakan saya		
		sendiri		
		Hidup saya		
	PO 1	ditentukan oleh		
		orang lain		
		Saya merasa apa		
		yang terjadi di		
	PO 2	hhidup saya		
		ditentukan olehh		
		orang sekitar saya		
		Saya memiliki		
		kemampuan		
		kepemimpinan yang		
	PO 3	baik tapi		
		kemampuan		
		tersebut tidak saya		
		gunakan		
		Menurut saya		
Control by Powerful		kecelakaan mobil		
Others (PO)	PO 4	biasanya tergantung		
		dengan siapa yang		
		menyupir		
		Agar rencana saya		
		berhasil, saya selalu		
		memastikan apakah		
	PO 5	rencana tersebut		
	103	sesuai atau tidak		
		dengan keinginan		
		orang-orang sekitar		
		saya		
		Orang seperti saya		
		memiliki peluang		
	PO 6	yang kecil untuk		
		melindungi		
		kepentingan pribadi		
		ketika bertentangan		

		dengan orang-orang			
		yang memiliki			
		kekuasaan			
		Untuk mendapatkan			
		apa yang saya			
		inginkan saya perlu			
	PO 7	menyenangkan			
	ro /	orang-orang yang			
		bertanggung jawab			
		atas saya terlebih			
		dahulu			
		Jika orang-orang			
		penting			
		memutuskan			
	PO 8	mereka tidak			
İ	PO 8	menyukai saya,			
		mungkin saya tidak			
		memiliki banyak			
		teman			
		Ketika saya			
		mendapatkan apa			
	CH 1	yag saya inginkan			
		itu karena saya			
		beruntung			
		Saya memiliki			
		beberapa teman			
		sepenuhnya			
Chance Control (CH)	CH 2	dikarenakan takdir,			
		bukan karena saya			
		pandai			
		bersosialisasi			
		Saya tidak pernah			
		melakukan			
	CH 3	perencanaan			
		kehidupan jauh			
		kedepan			

		dikarenakan banyak
		hal yang dapat
		berubah menjadi
		lebih baik ataupun
		lebih buruk
		Saya bisa menjaddi
		pemimpin
	CH 4	tergantung apakah
	CH 4	saya berada di
		tempat dan waktu
		yang tepat
		Sering sekali saya
		tidak memiliki
	CH	kesempatan
	CH 5	melindungi diri
		saya dari nasib
		buruk
		Sebagian besar
	CH 6	kejadian di hidup
		saya terjadi karena
		tidak sengaja
		Saya percaya
		seseorang tidak
		mengalami
	CH 7	kecelakaan mobil
		sebagian besar
		dikarenakan
		keberuntungan
		Saya akan
		melakukan reservasi
	IN 1	hotel dengan
Intention to Reuse	IN I	menggunakan
(IN)		aplikasi mobile
. 7		dimasa depan
	DI 2	Saya akan selalu
	IN 2	melakukan reservasi

		hotel menggunakan
		aplikasi mobile
		Saya berencana
		akan selalu
	IN 3	menggunakan
	1IN 3	aplikasi mobile
		untuk melakukan
		reservasi hotel

4.2.3. Hasil Validasi Kuesioner

Pernyataan pada Tabel 4.2 dievaluasi untuk masingmasing pernyataan. Setelah melakukan validasi kuesioner terhadap 20 responden, didapatkan saran dan perbaikan kuesioner yang menjadi dasar untuk dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang baru. Hasil dari saran dan perbaikan telah dievaluasi sehingga mendapatkan susunan pernyataan kuesioner yang sudah divalidasi. Perbandingan pernyataan pada kuesioner antara iterasi pertama dengan pernyataan yang sudah divalidasi yang akan digunakan pada kuesioner tertera pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Validasi Kuesioner

Tabel 4.5 validasi Kuesionei						
Variabel	Kode	Pernyataan Iterasi 1	Pernyataan Kuesioner			
Performance Expectancy (PE)	PE 1	Saya menemukan menggunakan aplikasi untuk pemesanan hotel sangat membantu saya	Menurut saya menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel sangat membantu dan memudahkan saya dalam melakukan pemesanan hotel			

	PE 2	Menggunakan aplikasi mobile membantu saya lebih cepat untuk reservasi hotel	Menurut saya menggunakan aplikasi mobile memudahkan saya melakukan reservasi hotel menjadi lebih cepat
	PE 3	Menggunakan aplikasi meningkatkan produktivitas untuk melakukan reservasi hotel	Menurut saya menggunakan aplikasi mobile meningkatkan produktivitas dalam melakukan reservasi hotel
	EE 1	Belajar menggunakan aplikasi untuk pemesanan hotel sangat mudah	Menurut saya belajar menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel merupakan hal yang mudah
Effort Expectancy (EE)	EE 2	Interaksi saya dengan aplikasi pemesanan hotel sangat jelas dan mudah dipahami	Menurut saya aplikasi untuk melakukan reservasi hotel sudah jelas dan mudah dipahami saat digunakan
	EE 3	Saya menemukan reservasi hotel menggunakan aplikasi sangat mudahh	Menurut saya melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi <i>mobile</i> mudah dilakukan
	EE 4	Saya merasa mudah menjadi terampil untuk	Mudah bagi saya menjadi terampil dalam melakukan

		melakukan reservasi hotel melakukan aplikasi	reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
Social Influence (SI)	SI 1	Orang penting bagi saya mengusulkan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi	Orang di sekitar saya menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
	SI 2	Orang yang memengaruhi prilaku saya berfikiran saya harus menggunakan aplikasi untuk melakukan reservasi hotel	Orang sekitar saya yang memengaruhi perilaku saya menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
	SI 3	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya melakukan reservasi otel melalui aplikasi	Sescorang yang pendapatnya saya hargai menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
Facilitating Conditions (FC)	FC 1	Saya memiliki sumber daya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile (Smartphone, Tablet, Ipad, dll)

Perceived Risk (PR)	PR 2	ke aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel Saya khawatir untuk melakukan pemesanan	ke aplikasi untuk melakukan reservasi hotel Saya khawatir melakukan reservasi hotel melalui aplikasi
	PR 1	Saya tidak merasa aman membagikan informasi pribadi	Saya tidak sepenuhnya merasa aman memberikan informasi pribadi saya
	FC 4	Saya bisa mendapatkan pertolongan dari orang lain ketika saya mendapatkan kesulitan saat menggunakan aplikasi untuk melakukan reservasi hotel	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
	FC 3	Aplikasi mobile untuk resevasi hotel sesuai dengan teknologi yang saya gunakan	Aplikasi mobile untuk reservasi hotel sesuai dengan teknologi yang saya gunakan
	FC 2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile

		mungkin saya	seseorang dapat
		orang lain dapat	mengakses akun saya
		mengakses akun	
		saya	
		Saya tidak	Saya tidak merasa
		merasa aman	aman mengirimkan
		mengirimkan	informasi yang
	PR 3	informasi yang	sensitif melalui
	PK 3	sensitif pada	aplikasi mobile untuk
		aplikasi untuk	melakukan reservasi
		melakukan	hotel
		pemesanan hotel	
		Saya biasanya	Saya biasanya dapat
		dapat melindungi	melindungi
	IC 1	kepentingan	kepentingan pribadi
		pribadi saya	saya
		Ketika sava	V-tiles
	IC 2	Ketika saya memiliki	Ketika saya membuat rencana. rencana
			tersebut pasti hampir
		rencana, rencana tersebut pasti	terlaksanakan
		hampir	teriaksanakan
		terlaksanakan	
Internal		***************************************	Ketika sava
Control (IC)	IC 3	Saya	
		mendapatkan apa	mendapatkan apa
		yang saya	yang saya inginkan,
		inginkan, karena	biasanya karena saya
		saya bekerja keras untuk hal	bekerja keras untuk hal tersebut
		tersebut	nai terseout
			37 77 111
		Hidup saya	Nasib hidup saya
	IC 4	ditentukan oleh	ditentukan oleh
	IC 4		r

Control by Powerful Others (PO)	PO 1	Hidup saya ditentukan oleh orang lain	Nasib hidup saya ditentukan oleh orang lain
	PO 2	Saya merasa apa yang terjadi di hhidup saya ditentukan olehh orang sekitar saya	Saya merasa apa yang terjadi di hidup saya sebagian besar ditentukan oleh orang lain sekitar saya
	PO 3	Saya memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik tapi kemampuan tersebut tidak saya gunakan	Saya memiliki kemampuan kemimpinan yang baik, tetapi kemampuan tersebut tidak saya gunakan
	PO 4	Menurut saya kecelakaan mobil biasanya tergantung dengan siapa yang menyupi	Menurut saya kecelakaan mobil biasanya tergantung dengan siapa yang menyupir
	PO 5	Agar rencana saya berhasil, saya selalu memastikan apakah rencana tersebut sesuai atau tidak dengan keinginan orang- orang sekitar saya	Agar rencana saya berhasil, saya memastikan bahwa rencana tersebut sesuai dengan keinginan dari orang- orang sekitar saya
	PO 6	Orang seperti saya memiliki peluang yang kecil untuk	Orang-orang seperti saya memiliki peluang sangat kecil untuk melindungi

		melindungi	kepentingan pribadi
		kepentingan	ketika bertentangan
		pribadi ketika	dengan orang-orang
		bertentangan	yang memiliki
		dengan orang-	kekuasaan
		orang yang	
		memiliki	
		kekuasaan	
	PO 7	Untuk	Untuk mendapatkan
		mendapatkan apa	apa yang saya
		yang saya	inginkan saya perlu
		inginkan saya	menyenangkan orang-
		perlu	orang yang
		menyenangkan	bertanggung jawab
		orang-orang	atas saya terlebih
		yang	dahulu
		bertanggung	
		jawab atas saya	
		terlebih dahulu	
	PO 8	Jika orang-orang	Jika orang-orang
		penting	penting memutuskan
		memutuskan	mereka tidak
		mereka tidak	menyukai saya,
		menyukai saya,	mungkin saya tidak
		mungkin saya	memiliki banyak
		tidak memiliki	teman
		banyak teman	teman
		Ketika saya	Ketika saya
Chance Control (CH)		mendaopatkan	mendapatkan apa
	CH 1	apa yag saya	yang saya inginkan,
		inginkan itu	biasanya karena saya
		karena saya	beruntung
		beruntung	ocialitang
	-	Saya memiliki	Saya memiliki
	CH 2	beberapa teman	beberapa teman
	CH 2		
		sepenuhnya	sepenuhnya

		dikarenakan	dikarenakan takdir,
		takdir, bukan	bukan karena saya
		karena saya	pandai bersosialisasi
		pandai	
		bersosialisasi	
		Saya tidak	Saya tidak pernah
		pernah	melakukan
		melakukan	perencanaan
		perencanaan	kehidupan jauh
		kehidupan jauh	kedepan dikarenakan
	CII a	kedepan	banyak hal yang dapat
	CH 3	dikarenakan	berubah menjadi lebih
		banyak hal yang	baik ataupun lebih
		dapat berubah	buruk
		menjadi lebih	
		baik ataupun	
		lebih buruk	
		Saya bisa	Saya bisa menjadi
		menjaddi	pemimpin tergantung
		pemimpin	pada apakah saya
		tergantung	berada di tempat dan
	CH 4	apakah saya	waktu yang tepat
		berada di tempat	wakta yang tepat
		dan waktu yang	
		tepat	
		Sering sekali	Sering sekali tidak ada
		saya tidak	kesempatan bagi saya
		memiliki	untuk melindungi
	CH 5	kesempatan	kepentingan pribadi
	СПЗ	melindungi diri	saya dari nasib buruk
		saya dari nasib	Saya dari masio ouruk
		buruk	
}		Sebagian besar	Sebagian besar
		kejadian di hidup	kejadian di hidup saya
	CH 6	saya terjadi	terjadi karena tidak
		saya terjadi	3
			sengaja

		karena tidak sengaja	
	CH 7	Saya percaya seseorang tidak mengalami kecelakaan mobil sebagian besar dikarenakan keberuntungan	Saya percaya seseorang tidak mengalami kecelakaan mobil sebagian besar dikarenakan keberuntungan
	IN 1	Saya akan melakukan reservasi hotel dengan menggunakan aplikasi mobile dimasa depan	Saya akan melakukan reservasi hotel dengan menggunakan aplikasi mobile dimasa depan
Intention to Reuse (IN)	IN 2	Saya akan selalu melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile	Saya akan selalu melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile
	IN 3	Saya berencana akan selalu menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel	Saya berencana akan selalu menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel

4.3. Pengambilan Data

Pengambilan data pada kuesioner ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online. Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang didapatkan langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner ditunjukan kepada responden menggunakan layanan pemesanan hotel menggunakan aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah 39 pernyataan. Responden dari penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di pulau Jawa dengan usia 17-39 tahun. Kuesioner ini disebarkan secara *online* dengan menggunakan sosial media seperti Line, Whatsapp, dan Instagram. Kuesioner dapat diakses melalui link http://bit.ly/surveyTAstari. Pengambilan kuesioner dilakukan dengan cara seperti berikut:

Penyebaran melalui Instagram dilakukan dengan cara memposting poster melalui fitur instastory, fitur ini dapat menarik responden yang cukup banyak, karena fitur ini adalah salah satu fitur yang banyak digemari oleh banyak orang. Melalui direct message (dm) di Instagram saya menyapa beberapa travel blogger untuk membantu saya dalam mempublikasikan poster kuesioner saya melalui instastory dari masing-masing akun, dan beberapa travel blogger menjawab dm sava dengan semangat ingin membantu. Beberapa akun travel blogger yang membantu sava adalah @Kartupostinsta, @Shhanindyan, @Biteandbrew. @Dimasramdahan, @Ramelvitra, @SRL789, @Kev.Anda, @Kabutipis, @Marischkaprue, @Catatanbackpacker, @Couplewanders, @Rudiinway, @Stephanyiosephine. @rhhaneputri. @pergiyuk, @barrykusuma. Selain bantuan dari para travel blogger saya juga mendapat bantuan dari beberapa teman saya, selain itu saya juga melakukan paid promote ke beberapa akun di Instagram. Pengambilan data degan cara instastory dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 Screenshot penyebaran kuesioner melalui instastory

2. Penyebaran melalu private chat pada social media Line dan Whatsapp, pengambilan data secara pribadi untuk mendapatkan data dari responden secara satu per satu kepada kerabat, sahabat, dan orang lain yang memenuhi kriteria responden yang telah ditentukan. Private chat juga digunakan utnuk menyebarkan validasi kuesioner. Pngambilan data dengan cara private chat dapat dilihat pada Gambar 4.3.



Gambar 4.3 Screenshot penyebaran kuesioner melalui personal chat

3. Penyebaran pesan dengan cara mengirim pesan ke beberapa grup seperti grup angkatan kuliah, grup SMA, grup SMP, grup kepanitiaan, grup organisasi, dan grup magang. Demografi dari grup berbeda-beda sehingga membuat sudut pandang dan pendapat dalam menjawab kueisioner yang berbeda juga. Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner online melalui pembicaraan grup dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Screenshot penyebaran kuesioner melalui group chat

Dari metode penyebaran kuesioner secara online, metode penyebaran dari Instagram menghasilkan jumlah responden yang paling banyak dari metode-metode lain dikarenakan penyebaran dilakukan melalui official account. Metode Instagram ini efektif dam efisien karena dalam penyebaran bisa didapatkan kurang lebih sekitar 30 responden. Penyebaran dari Instagram melalui akun-akun yang telah ter verifikasi dengan jumlah follower yang sudah diatas 10 ribu meningkatkan penyebaran menjadi lebih efektif, karena dapat melakukan direct link pada kuesioner dengan cara melakukan swipe up pada Instastory. Penyebaran kuesioner dengan metode-metode ini dapat dilakukan dikarenakan pengguna aplikasi pemesanan hotel berada pada usia 17-39 dimana kebanyakan merupakan pengguna dari sosial media. Penyebaran kuesioner secara online dilakukan dengan metode pemberian hadiah OVO/Go-

pay/Dana sebesar Rp. 100.000 kepada 5 orang yang melakukan pengisian dengan valid, sehingga dengan adanya hadiah dapat meningkatkan tingkat respon dari responden dan membuat penyebaran kuesioner menjadi lebih efektif.

4.4. Analisis Data

Penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 27 Desember 2019 hingga 15 Maret 2020. Selama kurun waktu tersebut, dilakukan uji pemahaman dan penyebaran kuesioner penelitian vang sebenarnya kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan setiap hari saat pagi hari sampai malam hari. Uji pemahaman kuesioner dilakukan kepada 20 responden dengan tujuan untuk memastikan bahwa tata bahasa yang digunakan dapat mudah dimengerti. Terdapat 322 responden yang mengisi kuesioner dapat dilihat pada Lampiran B terdapat data responden terhadap variabel performance expectancy dan effort expectancy, Lampiran C terdapat data responden terhadap variabel social influence dan facilitating condition, Lampiran D terdapat data responden terhadap variabel perceived risk dan internal control, Lampiran E terdapat data responden terhadap variabel powerful others, Lampiran F terdapat data responden terhadap variabel chance control, dan pada Lampiran G terdapat data responden terhadap variabel Intention to reuse. Dari data yang didapatkan hanya 213 yang digunakan, demografi responden diperoleh sebagai berikut:

Jenis Kelamin

Jenis kelamin terdiri dari 2 kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk hasil distribusi jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	71	33.3%
Perempuan	142	66.7%

b. Domisili Responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui survei kuesioner, berikut merupakan hasil pesebaran domisili responden yang mengisi kuesioner yang terdapat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Jumlah responden berdasarkan domisili

* * * * * * * * * * * * * * * * * * * *				
Provinsi	Jumlah	Persentase		
Jawa Timur	42	19.71%		
Jawa Tengah	13	6.10%		
Jawa Barat	47	22.06%		
Banten	12	5.63%		
DIYogyakarta	7	3.28%		
DKI Jkarta	92	43.19%		

c. Usia

Pada kuesioner ini, persebaran usia dibagi menjadi 5 kelompok yaitu 17-21 tahun, 22-26 tahun, 27-31 tahun, 31-35 tahun, 36-39 tahun. Untuk hasil distribusi usia responden dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Jumlah responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-21 tahun	58	27.2%
22-26 tahun	71	33.3%
27-31 tahun	37	17.4%

31-35 tahun	32	15%
36-39 tahun	15	7%

d. Profesi

Pada penelitian ini, pekerjaan dibagi menjadi 7 kelompok antara lain adalah pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negri, wiraswasta, ibu rumah tangga, *freelance*, dan lain-lain. Berikut adalah hasil distribusi pekerjaan responden yang terdapat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Jumlah responden berdasarkan profesi

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	73	34.3%
Pegawai Swasta	74	34.7%
Pegawai Negri	13	6.1%
Wiraswasta	30	14.1%
Ibu Rumah Tangga	9	4.2%
Freelance	3	1.4%
Lain-lain	11	5.2%

e. Tingat pendidikan terakhir

Pada penelitian ini, tingkat pendidikan terakhir responden dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu SMA/SMK, sarjana (S1), magister (S2), doctor (S3). Berikut merupakan hasil distribusi tingkat pendidikan terakhir responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8 Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	72	33.8%
Sarjana (S1)	123	57.7%
Magister (S2)	18	8.5%
Doktor (S3)	-	-

f. Frekuensi Pengguna

Pada penelitian ini, frekuensi penggunaan dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu 1 kali, 2-5 kali, 6-10 kali, >10 kali. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi penggunaan responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Jumlah responden berdasarkan penggunaan

Frekuensi penggunaan	Jumlah	Persentase
1 kali	51	23.9%
2-5 kali	89	41.8%
6-10 kali	35	16.4%
>10 kali	38	17.8%

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan akan dijabarkan mengenai hasil pengujian dan pembahasan model baik secara *structural* maupun pengukuran. Hasil pengujian didasarkan pada tahapatahapan pada metodologi penelitian.

5.1 Hasil Implementasi

Dalam penelitian Tugas Akhir ini, dilakukan beberapa pengujian antara lain *pre-processing* data yang terdiri dari Uji Validitas yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.51 dan Uji Reliabilitas yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.52, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.53 sampai dengan Persamaan 2.54 dan Uji Multikolinearitas, Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Kesesuaian Model yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.55 sampai dengan Persamaan 2.61, dan Modifikasi pada Model.

5.1.1 Hasil Implementasi Model

Pada tahap implementasi model, dilakukan beberpa pengujian. Tahap-tahap tersebut ialah sebagai berikut:

1. Hasil Pre-Processing Data

Pada tahap ini dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.51 dan Uji Reliabilitas yang perhitungannya sesuai dengan Persamaan 2.52. Tahapan ini dilakukan untuk memastikan data yang diolah telah siap digunakan dan bebas dari data yang tidak valid dan tidak reliabel. Pada tahapan ini menggunakan 50 data responden sebagai data yang diuji dengan metode nonrandom sampling. Hal ini mengahsilkan bahwa data

yang diuji sudah cukup terwakilkan, yang mana hasil yang sudah valid dan reliabel.

a. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah data responden sudah valid atau tidak. Uji Validitas ini mengukur tingkat valid atau tidaknya suatu data. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner bisa mewakili keseluruhan kuesioner dan responden benar-benar memahami apa maksut pernyataan dari indikator kuesioner. Uji Validitas dilakukan menggunakan SPSS dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*. Untuk mengetahhui valid atau tidaknya data, perlu R tabel, uji validitas dinyatakan lolos jika R hitung > R tabel. Hasil uji validitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Hasil Uii Validitas

Tabel 5.1 Hash Oji Vanditas			
Indikator	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
PE 1	0.805	0.3610	valid
PE 2	0.805	0.3610	valid
PE 3	0.811	0.3610	valid
EE 1	0.896	0.3610	valid
EE 2	0.851	0.3610	valid
EE 3	0.912	0.3610	valid
EE 4	0.872	0.3610	valid
SI 1	0.877	0.3610	valid
SI 2	0.938	0.3610	valid
SI 3	0.936	0.3610	valid
FC 1	0.670	0.3610	valid
FC 2	0.810	0.3610	valid
FC 3	0.810	0.3610	valid
FC 4	0.664	0.3610	valid

PR 1	0.917	0.3610	valid	
PR 2	0.908	0.3610	valid	
PR 3	0.941	0.3610	valid	
IC 1	0.643	0.3610	valid	
IC 2	0.775	0.3610	valid	
IC 3	0.756	0.3610	valid	
IC 4	0.740	0.3610	valid	
PO 1	0.641	0.3610	valid	
PO 2	0.593	0.3610	valid	
PO 3	0.575	0.3610	valid	
PO4	0.368	0.3610	valid	
PO5	0.690	0.3610	valid	
PO 6	0.622	0.3610	valid	
PO 7	0.726	0.3610	valid	
PO 8	0.427	0.3610	valid	
CH 1	0.496	0.3610	valid	
CH 2	0.666	0.3610	valid	
CH 3	0.6994	0.3610	valid	
CH 4	0.408	0.3610	valid	
CH 5	0.684	0.3610	valid	
CH 6	0.759	0.3610	valid	
CH 7	0.596	0.3610	valid	
IN 1	0.681	0.3610	valid	
IN 2	0.938	0.3610	valid	
IN 3	0.965	0.3610	valid	

Berdasarkan hasil pengujian validasi kuesioner dapat dilihat bahwa keseluruhan nilai R hitung lebih besar dari R tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang ada dalam kuesioner dinyatakan valid. Kuesioner valid berarti responden telah memahami isi dari kuesioner yang diberikan.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan melihat *eronbach's alpha* pada data yang telah diperoleh. Kuesioner dapat dikatakan reliable apabila nilai *eronbach's alpha* lebih dari 0,6 hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items		
0.904	39		

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas kuesioner pada Tabel 5.2 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang ada dalam kuesioner penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki cronbach's alpha sebesar 0 940

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada tahapan uji asumsi klasik, terdapat dua jenis pengujian yang harus dilakukan untuk memastikan apakah data yang didapatkan terdistribusi normal dapat dilihat pada Persamaan 2.53 sampai dengan Persamaan 2.54. Dua jenis pengujian tersebut yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas.

a. Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dua jenis tahapan uji normalitas yaitu *univariate* dengan perhitungan skewness dan kurtosis serta uji normalitas dengan uji Q-Q plot. Hasil dari pengujian normalitas ini akan diuraikan secara detil sebagai berikut.

· Hasil Uji Skewness dan Kurtosis

Skewness merupakan derajat kesimetrisan suatu distribusi, sedangkan kurtosis merupakan derajat keruncingan suatu distribusi. Uji skewness dan kurtosis merupakan salah satu cara untuk melakukan uji normalitas univariat. Hasil dari tahapan uji normalitas skewness dan kurtosis menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS dan Excel yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 5.3.

Tabel 5.3 Hasil uji skewness dan kurtosis

Tabel 5.3 Hasil uji skewness dan kurtosis				
	Skewi	ness	Kurt	osis
Indikator	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
PE 1	0.183	0.167	-1.122	0.332
PE 2	0.119	0.167	-1.137	0.332
PE 3	-0.050	0.167	-1.080	0.332
EE 1	-0.207	0.167	-0.959	0.332
EE 2	-0.230	0.167	-0.959	0.332
EE 3	-0.130	0.167	-1.313	0.332
EE 4	-0.186	0.167	-1.180	0.332
SI 1	-0.258	0.167	-1.208	0.332
SI 2	-0.235	0.167	-0.540	0.332
SI 3	-0.306	0.167	-0.824	0.332
FC 1	-0.051	0.167	-1.436	0.332
FC 2	0.231	0.167	-1.286	0.332
FC 3	0.119	0.167	-1.340	0.332
FC 4	-0.379	0.167	0.076	0.332
PR 1	0.273	0.167	-0.769	0.332
PR 2	0.291	0.167	-0.786	0.332
PR 3	0.189	0.167	-0.935	0.332
IC 1	-0.236	0.167	-0.359	0.332
IC 2	-0.364	0.167	0.089	0.332
IC 3	-0.529	0.167	-0.395	0.332
IC 4	-0.130	0.167	-0.598	0.332

PO 1	0.230	0.167	-0.428	0.332
PO 2	0.332	0.167	-0.235	0.332
PO 3	0.061	0.167	-0.267	0.332
PO4	0.133	0.167	-0.512	0.332
PO5	0.019	0.167	-0.604	0.332
PO 6	-0.280	0.167	-0.551	0.332
PO 7	-0.227	0.167	-0.604	0.332
PO 8	-0.046	0.167	-0.240	0.332
CH 1	0.133	0.167	-0.215	0.332
CH 2	0.439	0.167	-0.330	0.332
CH 3	0.180	0.167	-0.641	0.332
CH 4	-0.430	0.167	-0.005	0.332
CH 5	0.149	0.167	-0.341	0.332
CH 6	0.188	0.167	-0.233	0.332
CH 7	0.159	0.167	-0.533	0.332
IN 1	-0.207	0.167	-1.080	0.332
IN 2	-0.243	0.167	-1.003	0.332
IN 3	-0.379	0.167	0.76	0.332

Dalam tahapan uji normalitas ini, suatu variabel dapat dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai z skewness sebesar $\leq \pm 3$ dan nilai z kurtosis sebesar $\leq \pm 8$. Berikut merupakan hasil perhitungan z skewness dan z kurtosis dari penelitian Tugas Akhir ini.

Tabel 5.4 Hasil Uji Skewness dan Kurtosis

- mo				
Indikator	Z-Skewness	Z-Kurtosis	Ket.	
PE 1	1.095808383	-3.379518072	Normal	
PE 2	0.71257485	-3.424698795	Normal	
PE 3	-0.299401198	-3.253012048	Normal	
EE 1	-1.239520958	-2.888554217	Normal	
EE 2	-1.377245509	-2.888554217	Normal	

EE 3	-0.778443114	-3.954819277	Normal
EE 4	-1.113772455	-3.554216867	Normal
SI 1	-1.54491018	-3.638554217	Normal
SI 2	-1.407185629	-1.626506024	Normal
SI 3	-1.832335329	-2.481927711	Normal
FC 1	-0.305389222	-4.325301205	Normal
FC 2	1.383233533	-3.873493976	Normal
FC 3	0.71257485	-4.036144578	Normal
FC 4	-2.269461078	0.228915663	Normal
PR 1	1.634730539	-2.31626506	Normal
PR 2	1.74251497	-2.36746988	Normal
PR 3	1.131736527	-2.81626506	Normal
IC 1	-1.413173653	-1.081325301	Normal
IC 2	-2.179640719	0.268072289	Normal
IC 3	-3.167664671	-1.189759036	Normal
IC 4	-0.778443114	-1.801204819	Normal
PO 1	1.377245509	-1.289156627	Normal
PO 2	1.988023952	-0.707831325	Normal
PO 3	0.365269461	-0.804216867	Normal
PO4	0.796407186	-1.542168675	Normal
PO5	0.113772455	-1.819277108	Normal
PO 6	-1.676646707	-1.659638554	Normal
PO 7	-1.359281437	-1.819277108	Normal
PO 8	-0.275449102	-0.722891566	Normal
CH 1	0.796407186	-0.647590361	Normal
CH 2	2.628742515	-0.993975904	Normal
CH 3	1.077844311	-1.930722892	Normal
CH 4	-2.574850299	-0.015060241	Normal

CH 5	0.892215569	-1.027108434	Normal
CH 6	1.125748503	-0.701807229	Normal
CH 7	0.952095808	-1.605421687	Normal
IN 1	-1.239520958	-3.253012048	Normal
IN 2	-1.45508982	-3.021084337	Normal
IN 3	-2.269461078	2.289156627	Normal

· Hasil Q-Q Plot

Uji Q-Q plot merupakan salah satu alternatif uji normalitas yang cukup efektif untuk mendeteksi apakah suatu set data masuk akal dari beberapa distribusi data secara normal (Field, 2009). Dasar keputusan data berdistribusi normal menggunakan cara uji normalitas Q-Q plot adalah sebagai berikut (Field, 2009). Apabila titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Sementara apabila titik-titik atau data tersebar dan tidak mengikuti garis diagonalnya atau meliuk-liuk, maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal (Field, 2009). Setiap penyimpangan titik-titik dari garis mewakili penyimpangan dari normalitas (Field, 2009) data penelitian tersebar di dekat garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil Pengujian normalitas multivariat dengan Q-Q plot dapat dilihat pada Lampiran H. Berdasarkan hasil perhitungan Z Skewness dan Z Kurtosis yang terdapat Tabel 5.4 Dapat diketahui semua indikator sudah normal, berdasarkan hasil Q-Q plot semua indikator garisnya hapir segaris dengan garis diagonal, sehingga dapat dikatakan sudah normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel independen ditemukan adanya korelasi. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Untuk hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5 Hasil multikolinearitas

	Coefficients ^a			
	Model	Colinearity Statistic		
	viodei	Tolerance	VIF	
1	(Constant)			
	PE	0.932	1.072	
	EE	0.927	1.079	
	SI	0.868	1.152	
	FC	0.925	1.081	
	PR	0.875	1.143	
	IC	0.912	1.096	
	PO	0.714	1.401	
	СН	0.729	1.372	

a Dependent Variable: IN

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ada pada Tabel 5.5. Dapat dilihat bahhwa nilai *tolerance* dari seluruh variabel independen >0,1 dan nilai VIF dari seluruh variabel independen < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Hasil UJi Confirmatory Factor Analysis

Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) adalah model pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat valid model dan mengidentifikasi pengaruh variabel yang ada di dalam model. Uji ini dilakukan dengan dua tahapan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas model.

a. Hasil uji validitas Instrumen

Uji CFA mengukur *loading factor* dari masing-masing indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian untuk diketahui hasilnya apakah valid atau tidak. Indikator dikatakan valid jika sudah memenuhi nilai minimum sebesar ≥ 0.5. Jika hasilnya tidak valid, maka indikator tersebut harus dihapus dan tidak bisa dilakukan pengujian lebih lanjut untuk menguji model penelitian Hasil ji CFA tertera pada Tabel 5.6 hingga Tabel 5.14

Tabel 5.6 Hasil validitas performance expectancy

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
PE1	0.69	0.5	Valid
PE2	0.35	0.5	Tidak Valid
PE3	0.73	0.5	Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.6 dapat diketahi bahwa indikator pada variabel PE yang dinyatakan valid ialah indikator PE1 dan PE3. Sedangkan indikator PE2 tidak valid karena memaliki nilai *loading factor* yang tidak memenuhi nilai minimum < 0.5. Maka dari itu hanya indikator PE1 dan PE3 yang dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.7 Hasil validitas effort expectancy

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
EE1	0.88	0.5	Valid
EE2	0.384	0.5	Tidak Valid
EE3	0.64	0.5	Valid
EE4	0.336	0.5	Tidak Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.7 dapat diketahui bahwa indikator pada varibel EE yang dinyatakan valid ialah indikator EE1 dan EE3. Sedangkan indikator EE2 dan EE4 tidak valid karena memiliki nilai loading factor yang tidak memenuhi nilai minimum < 0.5. Maka dari itu hanya indikator EE1 dan EE3 yang dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.8 Hasil validitas social influence

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
SI1	0.83	0.5	Valid
SI2	0.82	0.5	Valid
SI3	0.82	0.5	Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.8 dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel SI dinyatakan valid. Maka dari itu indikator SI1, SI2, SI3 dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
FC1	0.60	0.5	Valid
FC2	0.229	0.5	Tidak Valid
FC3	0.113	0.5	Tidak Valid
FC4	0.57	0.5	Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.9 dapat diketahui bahwa indikator pada variabel SI yang dinyatakan valid ialah indikator FC1 dan FC4. Sedangkan indikator FC2 dan FC3 tidak valid karena memiliki nilai *loading factor* yang tidak memenuhi nilai minimum < 0.5. Maka dari itu hanya indikator FC1 dan FC4 yang dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya

Tabel 5.10Hasil validitas perceived risk

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
PR1	0.72	0.5	Valid
PR2	0.88	0.5	Valid
PR3	0.73	0.5	Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.10 dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel PR dinyatakan valid. Maka dari itu indikator PR1, PR2, dan PR3 dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.11Hasil validitas internal control

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
IC1	0.95	0.5	Valid
IC2	0.51	0.5	Valid
IC3	0.112	0.5	Tidak Valid
IC4	0.217	0.5	Tidak Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.11 dapat diketahui bahwa indikator pada varibael IC yang dinyatakan valid ialah indikator IC1 dan IC2. Sedangkan indikator IC3 dan IC4 tidak valid karena memiliki nilai *loading factor* yang tidak memenuhi nilai minimum (< 0.5). Maka dari itu hanya

indikator IC1 dan IC2 yang dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.12Hasil validitas powerful others

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
PO1	0.488	0.5	Tidak Valid
PO2	0.398	0.5	Tidak Valid
PO3	0.345	0.5	Tidak Valid
PO4	0.465	0.5	Tidak Valid
PO5	0.74	0.5	Valid
PO6	0.69	0.5	Valid
PO7	0.70	0.5	Valid
PO8	0.468	0.5	Tidak Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.12 dapat diketahi bahwa indikator pada variabel PO yang dinyatakan valid ialah indikator PO5, PO6, dan PO7. Sedangkan indikator PO1, PO2, PO3, PO4, dan PO8 tidak valid karena memiliki nilai *loading factor* yang tidak memenuhi nilai minimum (<0.5). Maka dari itu hanya indikator PO5, PO6, dan PO7 yang dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.13Hasil validitas chance control

Indikator	Loading	Niali	Ket.
	Factor	Minimum	
CH1	0.438	0.5	Tidak Valid
CH2	0.476	0.5	Tidak Valid
CH3	0.61	0.5	Valid
CH4	0.322	0.5	Tidak Valid
CH5	0.475	0.5	Tidak Valid
CH6	0.74	0.5	Valid
CH7	0.61	0.5	Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.13 dapat diketahui bahwa indikator pada variabel CH yang dinyatakan valid ialah indikator CH3, CH6, dan CH7. Sedangkan indikator CH1, CH2, CH4, dan CH5 tidak valid karena memiliki nilai loading factor yang tidak memenuhi nilai minimum (<0.5). Maka dari itu hanya indikator CH3, CH6, dan CH7 yang dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya.

Tabel 5.14 Hasil validitas intention to reuse

Indikator	Loading Factor	Nilai Minimum	Ket.
IN1	0.90	0.5	Valid
IN2	0.66	0.5	Valid
IN3	0.089	0.5	Tidak Valid

Berdasarkan hasil pengujian dari Tabel 5.14 dapat diketahi bahwa indikator pada variabel IN yang dinyatakan valid ialah indikator IN1 dan IN2. Sedangkan indikator IN3 tidak valid karena memiliki nilai loading factor yang tidak memenuhi nilai minimum (<0.5). Maka dari itu hanya indikator IN1 dan IN2 yang dapat dilanjutkan dalam pengujian selanjutnya.

4. Hasil Uji Reliabilitas Model

Uji Reliabilitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Construct Reliability* (CR) dan *Average Variance Exttracted* (AVE) . Nilai *Construct Reliability* (CR) dikatakan memenuhi jika nilai berada diatas 0.7. Namun, jika nilai masih berada pada rentang 0.6-0.7, variabel tersebut dapat diterima dengan syarat validitas dikatakan baik (Hair, *et al.*, 2014). Hasil AVE dikatakan memenuhi jika >0.4. Berikut Tabel 5.15 sampai Tabel 5.22 hasil dari perhitungan uji reliabilitas.

Tabel 5.15 Hasil reliabilitas performance expectancy

Indikator	Std Loading	Measurement Error	CR >0.6	AVE >0.4	Ket.
PE1	0.69	0.49	0.801	0.71	Reliabel
PE3	0.73	0.52			

Berdasarkan Tabel 5.15 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel PE merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.16Hasil reliabilitas effort expectancy

	Tabel 3.101 tash Tenaonitas ejjort expectancy							
Indikator Std		Measurement	CR	AVE	Ket.			
		Loading	Error	>0.6	>0.4			
	EE1	0.88	0.76	0.83	0.76	Reliabel		
	EE3	0.64	0.40					

Berdasarkan Tabel 5.16 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel EE merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.17Hasil reliabilitas facilititating condition

Indikator	Std Loading	Measurement Error	CR >0.6	AVE >0.4	Ket.
FC1	0.60	0.29	0.738	0.585	Reliabel
FC4	0.57	0.38			

Berdasarkan Tabel 5.17 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel FC merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.18 Hasil reliabilitas perceived risk

Tabel 5.16 Hash Tenabilitas perceiveu risk							
Indikator	Std	Measurement	CR	AVE	Ket.		
	Loading	Error	>0.6	>0.4			
PR1	0.72	0.52	0.88	0.776	Reliabel		
PR2	0.88	0.77					

PR3	0.73	0.54		

Berdasarkan Tabel 5.18 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel PR merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.19 Hasil reliabilitas internal control

Indikator	Std Loading	Measurement Error	CR >0.6	AVE >0.4	Ket.
IC1	0.95	0.88	0.812	0.73	Reliabel
IC2	0.51	0.27			

Berdasarkan Tabel 5.19 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel IC merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.20 Hasil reliabilitas powerful others

Indikator	Std	Measurement	CR	AVE	Ket.
	Loading	Error	>0.6	>0.4	
PO5	0.74	0.54	0.85	0.71	Reliabel
PO6	0.69	0.48			
PO7	0.70	0.50			

Berdasarkan Tabel 5.20 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel PO merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$

Tabel 5.21 Hasil reliabilitas chance control

Indikator	Std Loading	Measurement Error	CR >0.6	AVE >0.4	Ket.
CH3	0.61	0.37	0.826	0.653	Reliabel
CH6	0.74	0.56			
CH7	0.61	0.37			

Berdasarkan Tabel 5.21 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel CH merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

Tabel 5.22 Hasil reliabilitas intention to reuse

- 10001	Tabel cizzitasii tenacintas intention to rease							
Indikator	Std	Measurement	Measurement CR		Ket.			
	Loading	Error	>0.6	>0.4				
IN1	0.9	0.44	0.842	0.78	Reliabel			
IN2	0.66	0.81						

Berdasarkan Tabel 5.22 diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel IN merupakan variabel yang reliabel karena memiliki nilai $CR \ge 0.6$ dan $AVE \ge 0.40$.

5. Hasil Uji Kesesuaian Model

Setelah data telah lolos uji validitas dan uji reliabilitas pada Uji CFA, model diuji kesesuaiannya dengan Goodness of Fit dengan cara melihat nilai CMIN/df, Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI), Normal Fit Index (NFI), Comparative Fit Index (CFI), dan Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA). Uji ini digunakan ntuk menguji apakah path diagram yang dihasilkan sudah sesuai dengan indeks pengukuran yang digunakan perhitungan dapat dilihat pada Persamaan 2.55 sampai dengan Persamaan 2.61,. Pada Tabel 5.23. Menunjukan hasil Uji Kesesuaian Model.

Tabel 5.23Hasil uji kesesuaian model

Indeks Uji Kesesuaian	Hasil	Nilai Cut Off	Ket.
CMIN/DF	1.403 CMIN = 275.009 DF = 196	Good fit (≤2)	Good fit

GFI	0.899	Good fit (≥ 0.9) Marginal fit $(0.8 \leq AGFI \geq 0.9)$	Marginal fit
AGFI	0.870	Good fit (≥ 0.9) Marginal fit $(0.8 \leq AGFI \geq 0.9)$	Marginal fit
NFI	0.817	Good fit (≥ 0.9) Marginal Fit $(0.8 \leq AGFI \geq 0.9)$	Marginal fit
CFI	0.938	Good fit (≥ 0.9)	Good fit
TLI	0.927	Good fit (≥ 0.9)	Good fit
RMSEA	0.044	Good fit (<0.08)	Good fit

Berdasarkan hasil uji kesesuaian model pada Tabel 5.23 ditemukan bahwa masih terdapat nilai indeks yang masih belum good fit, karena masih belum memenuhi nilai cut off. Nilai GFI, AGFI, dan NFI memiliki nilai yang berada di rentan 0.8 ≤ AGFI≥ 0.9 yakni Marginal Fit. Sehingga, dilakukan modifikasi indeks pada model untuk meningkatkan nilai cut off (Hair, et al., 2014) pada indeks GFI, AGFI, dan NFI.

Hasil Modifikasi indeks pada model Modifikasi indeks pada model ini dilakukan sebanyak 1 kali iterasi. Berikut adalah hasil dari iterasi yang dilakukan,

dilakukan modifikasi indeks pada melalui indikator e6 – e8, yang dijelaskan pada Tabel 5.24 sampai Tabel 5.25 Tabel 5.24 Hasil iterasi ke-0

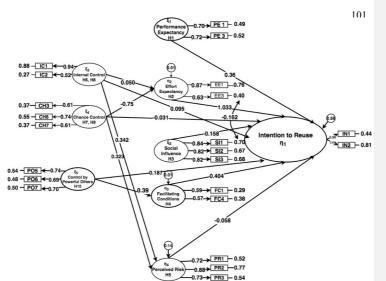
Tabel 5.24 Hasil iterasi ke-0						
Indikator	Pengurangan pada <i>Chi-</i> <i>Square</i>	Estimasi Baru				
e42 <> e41	16.841	.337				
e40 <> e41	4.519	153				
e44 <> e40	4.310	.089				
e45 <> e40	4.182	.204				
e45 <> e43	6.303	.296				
e45 <> e44	7.734	.164				
e47 <> e42	4.581	.170				
e54 <> e47	4.961	131				
e53 <> e41	7.026	149				
e52 <> e45	10.705	.239				
e34 <> e44	6.309	140				
e34 <> e52	4.906	153				
e31 <> e48	4.465	160				
e30 <> e47	4.489	.177				
e25 <> e47	6.129	.186				
e25 <> e53	4.854	.135				
e24 <> e44	6.053	094				
e23 <> e41	15.043	.318				
e23 <> e31	8.274	.258				
e17 <> e25	5.384	.178				
e16 <> e47	4.017	.140				
e10 <> e40	4.378	172				
e10 <> e31	4.136	.181				
e9 <> e15	4.751	.167				
e8 <> e40	6.438	.187				
e6 <> e8*	8.258	162				

e4 <> e54	4.424	096

Berikut adalah hasil dari iterasi ke-1 di uji kesesuaian model.

Tabel 5.25 Hasil uji kesesuaian model setelah iterasi ke-1

Indeks Uji	Hasil	Nilai Cut	Keterangan
Kesesuaian		Off	
CMIN/DF	1.368 CMIN = 266.772 DF = 195	Good fit (≤ 2)	Good fit
GFI	0.901	Good fit (≥ 0.9)	Good fit
AGFI	0.872	Good fit (≥ 0.9) Marginal fit $(0.8 \leq AGFI \geq 0.9)$	Marginal fit
NFI	0.823	Good fit (≥ 0.9) Marginal Fit $(0.8 \leq AGFI \geq 0.9)$	Marginal fit
CFI	0.944	Good fit (≥ 0.9)	Good fit
TLI	0.933	Good fit (≥ 0.9)	Good fit
RMSEA	0.042	Good fit (<0.08)	Good fit



Gambar 5. 1 Hasil uji kesesuaian model (model akhir)

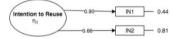
10

7. Hasil Measurement Model

Pada analisis measurement model ini, dijelaskan mengenai hubungan antar indikator melalui persamaan matematika pada Bab 2 dan hasil akhir yang diperoleh dari pengujian menggunakan AMOS. Berikut merupakan persamaannya.

a. Intention to Reuse (IN)

Berikut Gambar 5.2 adalah hasil *measurement* model pada setiap indikator variabel *Intention to Reuse*



Gambar 5.2 Hasil pada IN

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.32 ampai dengan Persamaan 2.33

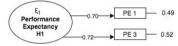
$$IN1 = 0.90\eta_1 + 0.44 \tag{5.1}$$

$$IN2 = 0.56\eta_1 + 0.81 \tag{5.2}$$

Maka dari itu berdasarkan persamaan 5.1 sampai dengan persamaan 5.2 diketahui bahwa:

- o Indikator IN1 memberikan pengaruh sebesar 0.90
- Indikator IN2 memberikan pengaruh sebesar 0.66
- b. Variabel Performance Expectancy (PE)

Berikut Gambar 5.3 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Performance Expect*



Gambar 5.3 Hasil pada PE

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.7 sampai dengan Persamaan 2.9

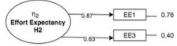
$$PE1 = 0.70 \,\xi_1 + 0.49 \tag{5.3}$$

$$PE3 = 0.72\xi_1 + 0.52 \tag{5.4}$$

Maka dari itu berdasarkan persamaan 5.3 sampai dengan persamaan 5.4 diketahui bahwa:

- Indikator PE1 memberikan pengaruh sebesar 0.70
- Indikator PE2 memberikan pengaruh sebesar 0.72
- c. Variabel Effort Expectancy (EE)

Berikut Gambar 5.4 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Effort Expectancy*



Gambar 5.4Hasil pada EE

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.34 sampai dengan Persamaan 2.36

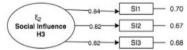
$$EE1 = 0.87\eta_2 + 0.76 \tag{5.5}$$

$$EE3 = 0.63\eta_2 + 0.40 \tag{5.6}$$

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.5 sampai dengan Persamaan 5.6 diketahhui bahwa:

- o Indikator EE1 memberikan pengaruh sebesar 0.87
- Indikator EE3 memberikan pengaruh sebesar 0.63
- d. Variabel Social Influence (SI)

Berikut Gambar 5.5 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Social Influence*



Gambar 5.5 Hasil pada EE

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.10 sampai dengan Persamaan 2.12

$$SI1 = 0.84 \,\xi_2 + 0.70 \tag{5.7}$$

$$SI2 = 0.82 \,\xi_2 + 0.67 \tag{5.8}$$

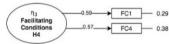
$$SI3 = 0.82 \,\xi_2 + 0.68 \tag{5.9}$$

10

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.7 sampai dengan Persamaan 5.99 diketahui bahwa:

- Indikator SI1 memberikan pengaruh sebesar 0.84
- o Indikator SI2 memberikan pengaruh sebesar 0.82
- o Indikator SI3 memberikan pengaruh sebesar 0.82
- e. Variabel Facilitating Conditions (FC)

Berikut Gambar 5.6 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Facilitating Con*ditions



Gambar 5.6 Hasil pada FC

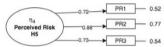
Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.41 dan persamaan 2.44

$$FC1 = 0.59\eta_3 + 0.29$$
 (5.10)
 $FC4 = 0.57\eta_3 + 0.38$ (5.11)

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.10 sampai dengan Persamaan 5.11 diketahui bahwa:

- Indikator FC1 memberikan pengaruh sebesar 0.59
- Indikator FC4 memberikan pengaruh sebesar 0.57
- f. Variabel Perceived Risk (PR)

Berikut Gambar 5.7 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Facilitating Con*ditions



Gambar 5.7 Hasil pada FC

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.38 sampai dengan Persamaan 2.40

$$PR1 = 0.72 \,\eta_4 + 0.52$$
 (5.12)
 $PR2 = 0.88 \,\eta_4 + 0.77$ (5.13)

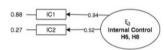
$$PR3 = 0.38 \eta_4 + 0.77 \tag{5.13}$$

$$PR3 = 0.73 \,\eta_4 + 0.54 \tag{5.14}$$

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.12 sampai dengan Persamaan 5.14 diketahui bahwa:

- Indikator PR1 memberikan pengaruh sebesar 0.72
- 0 Indikator PR2 memberikan pengaruh sebesar 0.88
- Indikator PR3 memberikan pengaruh sebesar 0.73
- Variabel Internal Control (IC)

Berikut Gambar 5.8 adalah hasil dari measurement model pada setiap indikator variabel Internal Control



Gambar 5.8Hasil pada IC

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.13 sampai dengan Persamaan 2.14.

$$IC1 = 0.94\xi_3 + 0.88 \tag{5.15}$$

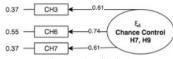
$$IC2 = 0.52\xi_3 + 0.27 \tag{5.16}$$

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.15 sampai dengan Persamaan 5.16 diketahui bahwa:

- 0 Indikator IC1 memberikan pengaruh sebesar 0.94
- Indikator IC2 memberikan pengaruh sebesar 0.5
- h. Variabel Chance Control (CH)

Berikut Gambar 5.9 adalah hasil dari measurement model pada setiap indikator variabel Internal Control

10



Gambar 5.9 Hasil pada IC

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.19 sampai dengan Persamaan 2.33

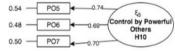
$$CH3 = 0.61\xi_4 + 0.37 \tag{5.17}$$

$$CH6 = 0.74\xi_4 + 0.55$$
 (5.18)
 $CH7 = 0.61\xi_4 + 0.37$ (5.19)

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.17 sampai dengan Persaman 5.19 diketahui bahwa:

- Indikator CH3 memberikan pengaruh sebesar 0.61
- o Indikator CH6 memberikan pengaruh sebesar 0.74
- Indikator CH7 memberikan pengaruh sebesar 0.61
- . Variabel Control by Powerful Others (PO)

Berikut Gambar 5.10 adalah hasil dari *measurement* model pada setiap indikator variabel *Internal Control*



Gambar 5.10 Hasil pada PO

Persamaan matematika ini melanjutkan Persamaan 2.28 sampai dengan Persamaan 2.30

$$PO5 = 0.74 \, \xi_5 + 0.54 \tag{5.20}$$

$$P06 = 0.69 \,\xi_5 + 0.48 \tag{5.21}$$

$$PO7 = 0.70 \,\xi_5 + 0.50 \tag{5.22}$$

Maka dari itu berdasarkan Persamaan 5.20 sampai dengan Persamaa 5.22 diketahui bahwa:

- Indikator PO5 memberikan pengaruh sebesar 0.74
- Indikator PO6 memberikan pengaruh sebesar 0.69
- $\circ \quad \text{Indikator PO7 memberikan pengaruh sebesar } 0.70$

8. Hasil Structural Model

Setelah tahap uji kecocokan model selesai dilakukan, selanjutnya dilakukan analisis hipotesis penelitian pada model structural. Model Struktural berhubungan dengan evaluasi koefisien ata parameter yang menunjkan hubungan klausal atau pengaruh variabel dengan variabel lainnya.

Persamaan matematika pada Persamaan 5.23 Sampai Persamaan 5.26 merupakan hasil pengolahan data, dimana persamaan-persamaan tersebut merupakan variabel endogen.

$$\begin{array}{l} \eta_1 = 0.36\xi_1 + 1.033\eta_2 - 0.158 \ \xi_2 + 0.404\eta_3 - 0.058\eta_4(5.23) \\ \eta_2 = 0.50\xi_3 - 0.75 \ \xi_4 \\ \eta_3 = 0.39\xi_5 + 0.01 \\ \eta_4 = 0.342\xi_3 + 0.323\xi_4 + 0.14 \\ \text{Berdasarkan Persamaan 5.23 sampai dengan Persamaan 5.26, dapat disimpulkan bahwa:} \end{array}$$

- Variabel IN dipengaruhi oleh varibael PE sebesar 0.36, variabel EE sebesar 1.033, variabel SI sebesar -0.158, variabel FC sebesar 0.404, variabel PR sebesar -0.0585
- Variabel EE dipengaruhhi oleh variabel IC sebesar 0.050 dan variabel CH sebesar -0.75
- Variabel FC dipengaruhi olehh variabel PO sebesar 0.39
- Variabel PR dipengaruhi oleh variabel IC sebesar 0.342 dan varibael CH sebesar 0.323

9. Hasil Variabel dan Hipotesis

Pada bagian ini dilakukan uji hubungan variabel dengan hipotesis. Penelitian ini memiliki 10 hipotesis, Dari nilai Critical Ratio (C.R.) dan p-value pada hasil structural model di dapatkan dari hasil uji kesesuaian model yang sudah fit. Pengaruh signifikan atau tidaknya didasarkan pada nilai CR > 1,96 dan p < 0,05.

Tabel 5.26 Hasil variabel dari hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Nilai Koefisien	CR	P	
H1	PE -> IN	0.36	2.560	0.032	
H2	EE -> IN	1.033	7.361	***	
Н3	SI -> IN	-0.158	-2.191	0.028	
H4	FC -> IN	0.404	1.972	0.035	
H5	PR -> IN	-0.058	-0.393	0.694	
Н6	IC->EE->IN	0.079	3.250	0.001	
H7	CH->EE->IN	-0.060	7.144	***	
H8	IC->PR->IN	0.003	1.057	0.290	
Н9	CH->PR->IN	-0.002	2.109	0.035	
H10	PO->FC->IN	0.017	2.103	0.047	

Pada Tabel 5.26 dapat dilihat bahwa nilai koefisien H6 sampai dengan H10 didapatkan berdasarkan hasil efek tidak langsung (*indirect effect*), yang merupakan hasil dari wariabel independen ke mediator dan koefisien dari mediator ke variabel dependen (Hair, *et al.*, 2014). Koefisien dari Independen variabel ke mediator dapat dilihat pada Tabel 5.26 dan koefisien dari mediator ke variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 5.27 pada H2, H4, dan H5 pada tabel.

Tabel 5.27Nilai koefisien mediator ke dependen

Hubungan	Nilai	CR	P
	Koefisien		
IC -> EE	0.073	0.889	0.374
CH -> EE	-0.070	-0.744	0.457
IC -> PR	0.359	2.173	0.030
CH -> PR	0.326	2.644	0.008
PO -> FC	0.050	0.993	0.321

Berdasarkan hasil model struktural yang didapatkan pada Tabel 5.26 didapatkan hasil yang dapat dilihat pada Tabel 5.28 yang menunjukan status hipotesis, apakah hipotesis

yang diusulkan sudah terpenuhi atau tidak berdasarkan data yang didapatkan. Hipotesis akan dinyatakan terpenuhi apabila hubungan antar variabel dalam hipotesis memiliki nilai positif yang signifikan (Noviasari, et al., 2020)

Tabel 5.28Pengaruh hipotesis

Н	Hubungan	Siginifikan (Ya / Tidak) Pengaruh		Status
H1	PE -> IN	Ya	Positif	Terpenuhi
H2	EE -> IN	Ya	Positif	Terpenuhi
НЗ	SI -> IN	Tidak	Tidak Negatif	
H4	FC -> IN	Ya	Positif	Terpenuhi
Н5	PR -> IN	Tidak	Negatif	Tidak Terpenuhi
Н6	IC->EE->IN	Ya	Positif	Terpenuhi
H7	CH->EE->IN	Ya	Ya Positif	
Н8	IC->PR->IN	Tidak	Negatif	Tidak Terpenuhi
Н9	CH->PR->IN	Ya	Positif	Terpenuhi
H10	PO->FC->IN	Ya	Positif	Terpenuhi

10. Analisis Peran Mediasi

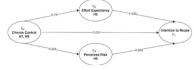
Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis variabel mediasi, analisis yang dilakukan pada variabel mediasi yaitu varibael Effort Expectancy, Perceived risk, dan Facilitating conditions. Suatu variabel dapat dikatakan sebagai partial-mediation apabila nilai koefisien bernilai positif. Dan dikatakan fullmediation apabila nilai koefisien bernilai negative (Ghozali, et al., 2016).

Berdasarkan hasil yang diperoleh di dapatkan variabel chance control terhadap varibael intension to reuse memiliki nilai koefisien sebesar -0.062, variabel powerful others memiliki nilai koefisien sebesar 0.12, variabel internal control terhadap intension to reuse memiliki nilai koefisien sebesar 0.023

Tabel 5.29 Nilai standardized indirect effect variabel

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	CH	PO	IC	PR	FC	SI	EE	PE	IN
PR	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
FC	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
EE	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
IN	062	.012	.023	.000	.000	.000	.000	.000	.000

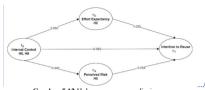


Gambar 5.11 Hubungan peran mediasi

Bentuk variabel mediasi pada variabel *chance control* dengan variabel mediasi *Effort expectancy* dan *perceived risk* dilihat paa Gambar 5.11 sehingga dapat diketahui bahwa:

- Pengaruh langsung (direct effect) variabel CH terhadap variabel EE sebesar -0.75
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel CH terhadap variabel PR sebesar 0.50
- Pengaruh tidak langsung (indirect effect) variabel CH terhadap variabel IN sebesar -0.062
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel EE terhadap varianel IN sebesar 1.033
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel PR terhhadap variabel IN sebesar -0.058
- Pengaruh total (total effect) variabel CH terhadap variabel IN sebesar 0.031

Comment [MJ6]: center Comment [AKI7]: sudah pak



Gambar 5.12 Hubungan peran mediasi

Bentuk variabel mediasi pada variabel internal control dengan variabel mediasi Effort expectancy dan perceived risk dilihat paa Gambar 5.12 sehingga dapat diketahui bahwa:

- Pengaruh langsung (direct effect) variabel IC terhadap variabel EE sebesar 0.050
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel IC terhadap variabel PR sebesar 0.342
- · Pengaruh tidak langsung (indirect effect) variabel IC terhadap variabel IN sebesar 0.23
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel EE terhadap varianel IN sebesar 1.033
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel PR terhhadap variabel IN sebesar -0.58
- Pengaruh total (total effect) variabel CH terhadap variabel IN sebesar 0.095



Gambar 5.13 Hubungan peran mediasi

Bentuk variabel mediasi pada variabel *powerful others* dengan variabel mediasi *facilitating condition* dilihat pada Gambar 5.13 sehingga dapat diketahui bahwa:

- Pengaruh langsung (direct effect) variabel PO terhadap variabel FC sebesar 0.39
- Pengaruhh tidak langsung (indirect effect) variabel PO terhhadap variabel IN sebesar 0.12
- Pengaruh langsung (direct effect) variabel FC terhadap variabel IN sebesar 0.404
- Pengaruh total (total effect) variabel PO terhadap variabel IN sebesar 0.167

5.1.2 Peningkatan Variabel Terukur

Pada bagian ini terkait dengan tujuan nomor 2 dilakukan analisis variabel yang berpengaruh pada intensi penggunaan kembali pengguna dalam menggunakan aplikasi pemesanan hotel. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan memiliki beberapa variabel terukur yang dapat menjadi referensi untuk dilakukan penelitian selanjutnya. Pada hasil pengujian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat beberapa variabel yang perlu dilakukan peningkatan yaitu variabel Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Internal Control, Chance Control, Powerful Others . Oleh sebab itu, dapat diberikan beberapa usulan tindakan yang dapat dilakukan untuk perusahaan penyedia aplikasi pemesanan hotel .

Dengan hal ini, penjabaran mengenai perbaikan dari variabel yang dapat dilihat pada Tabel 5.30.

Tabel 5.30 Peningkatan variabel terukur

Variabel	Keterangan	Perbaikan
Performance Expectancy	Terpenuhi	Performance expectancy merupakan variabel yang mencerminkan presepsi pengguna dalam menggunakan aplikasi pemesanan hotel manfaat

 \equiv

		yang didapatkan saat menggunakan aplikasi. Variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi pengguna dalam menggunakan aplikasi pemesanan hotel kembali. Oleh sebab itu, perlu dilakukan riset lebih lanjut mengenai pengembangan aplikasi dalam lingkup Performance Expectancy sehingga berdampak pada intensitas penggunaan kembali. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu mengembangkan aplikasi berdasarkan masukan yang diberikan oleh penggunaselama penggunaan hotel (Agoda, Trivago, Oyo) (Zhou, et al., 2010). Dalam hal ini seperti memperbanyak versi aplikasi yang kompatibel. (Yang & Forney, 2013).
Effort Expectancy	Terpenuhi	Effort Expectancy merupakan kemudahan yang didapatkan oleh pengguna saat menggunakan aplikasi pemesanan hotel. Variabel ini berpengarh signifikan terhadap intensi pengguna untuk menggunakan aplikasi pemesanan hotel (Agoda, Trivago, dan OYO) (Vankatesh, et al.,

		2016). Maka perlu ditingkatkan dengan cara Mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi dengan cara memberi pedoman ata petunjuk pada setiap penggunaan (Sancaka & Subagio, 2014)
Facilitating Condition	Terpenuhi	Facilitating Condition merupakan pengguna merasa mudah mendapatkan bantuan dari perusahaan (Agogda, Trivago, dan OYO), apabila terjadi kesulitan dan kendala saat menggunakannya dan juga aplikasi kompatibel untuk dilakukan dimana saja (IOS dan Android) (Vankatesh, et al., 2003). Variabel ini merupakan variabel yang berpengaruh dalam meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi pemesanan hotel. Maka dari itu perlu adanya peningkatan dengan Meningkatkan kualitas interpersonal Customer Service dalam menyelesaikan setiap complain dan keslitan yang diberikan pengguna (Yavas, et al., 2004)
Internal Control, Chance	Terpenuhi	Variabel ini merupakan variabel mengenai psikologis seseorang yang

Control, Powerful Others	mana cara untuk meningkatkannya adalah dengan cara meningkatkan kualitas dari variabel terikatnya variabel <i>Internal</i>
	Control, Chance Control, Powerful Others . (Putra & Subarjo, 2015)

5.1.3 Penambahan Variabel

Dari hasil pengujian yang dilakukan pada penelitian tugas akhir ini, terkait dengan tujuan nomor 2 yaitu dilakukan pemberian rekomendasi terkait penambahan faktor lain. Penambahan variabel dilakukan untuk mengetahui apakah variabel tambahan tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhap intensi penggunaan kembali aplikasi untuk melakukan reservasi hotel. Dengan ditambahkan adanya variabel ini diharapkan akan memberikan pengaruh yang signifikan perusahaan penyedia aplikasi pemesanan hotel (Trivago, Agoda, dan OYO) dalam mengembangkan aplikasi pemesanan hotel.

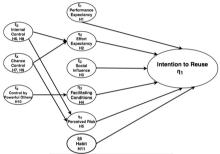
Berdasarkan dengan studi literatur yang telah dilakukan didapatkan penambahan variabel yaitu variabel *Habit*, karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan variabel *Habit* memengaruhi secara signifikan *Intention to reuse* (Bhatnagar & Ghose, 2004). Penjelasan mengenai variabel *Habit* terdapat pada Tabel 5.31

 \equiv

Tabel 5.31 Perbaikan variabel terukur

Variabel	Penjelasan	Referensi
Habit	Gambaran sejauh mana individu cenderung melakukan perilaku secara otomatis karena keterbiasaan. Maka ddari itu variabel Habit akan mendefinisikan sejauh mana inddividu dapat menggunakan aplikasi kembali untuk melakukan reservasi hotel.	(Bhatnagar & Ghose, 2004)

Maka apabila ditambahkan variabel *Habit* kedalam model penelitian ini maka model penelitian terbaru yang akan digunakan terdapat pada Gambar 5.14.



Gambar 5.14 Penambahan variabel

Comment [MJ8]: Huruf terlalu kecil, garis dipertebal

Untuk penambahan variabel yang diusulkan yaitu variabel habit yang dimana merupakan variabel independen (eksogen) (Vankatesh, et al., 2016). Variabel habit berperan sebagai variabel independen yang memengaruhi variabel intention to reuse (IN). Maka dari itu menghasilkan hipotesis yang tertera pada Tabel 5.32

Tabel 5.32 Hipotesis penambahan variabel

Kode	Pernyataan
Hipotesis	
H1	Performance expectancy berpengaruh
	secara signifikan terhadap intention to reuse
H2	Effort expectancy berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
H3	Social Influence berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
H4	Facilitating Condition berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
H5	Perceived Risk berpengaruh secara tidak
	signifikan terhadap intention to reuse
H6	Internal control berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
	melalui Effort expectancy
H7	Chance control berpengaruh secara tidak
	signifikan terhadap intention to reuse
	melalui Effort expectancy
H8	Internal control berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
	melalui Perceived risk
Н9	Chance control berpengaruh secara tidak
	signifikan terhadap intention to reuse
	melalui Perceived risk
H10	Control by others berpengaruh secara
	signifikan terhadap intention to reuse
	melalui Facilitating conditions
H11	Habit berpengaruh secara signifikan
	terhadap intention to reuse

Comment [MJ9]: Kok tidak sama. Perbaiki
Comment [AKI10]: Sudah pak

5.2 Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan terkait pembahasan dan analisis berdasarkan seluruh hasil pengujian dan pemodelan dengan hipotesis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Pembahasan ini meliputi perbandingan hasil penelitian antara penelitian TA dengan penelitian sebelumnya, harapan dengan dilakukannya peningkatan variabel terukur, dan harapan dengan diadakannya penambahan variabel terhadap model riset. Dengan dilakukannya hal tersebut diharapkan dapat membantu penyedia aplikasi pemesanan hotel (Trivago, Agoda, dan OYO) dalam mengembangkan aplikasi pemesanan hotel.

5.2.1 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan hasil penelitian Tugas akhir yang sudah dilakukan, dapat dibandingkan dengan hasil penenilitan sebelumnya yang dilakukan oleh Lawrence Hoc Nang Fong, Long Wai. Lam, dan Rob Law (Fong & Lam, 2017). Penelitian sebelumnya diadopsi ini dilakukan di Cina, sedangkan penelitian ini dilakukan di Indonesia khususnya di Pulau Jawa dan penelitian ini meneliti 3 aplikasi penyedia pemesanan hotel yaitu Trivago, Agoda, dan OYO. Maka dari itu, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan hasil penelitian yang akan dijelaskan pada Tabel 5.33

Tabel 5.33 Perbandingan hasil penelitian

Perbandingan				
Penelitian Sebelumnya (Fong & Lam, 2017)	Penelitian Tugas Akhir	Temuan		
Performance expectancy (PE) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN)	Performance expectancy (PE) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN)	Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil penelitian sebelumnya.		
Effort expectancy (EE) berpengaruh secara signifikan	Effort expectancy (EE) berpengaruh secara signifikan	Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil		

 \equiv

terhadap intention to	terhadap intention to	penelitian			
reuse (IN) reuse (IN)		sebelumnya. Di Cina, pengguna			
Social Influence (SI)					
berpengaruh secara	berpengaruh secara	menggunakan			
signifikan terhadap	tidak signifikan	aplikasi pemesanan			
intention to reuse	terhadap intention to	hotel kembali			
(IN)	reuse (IN)	berdasarkan			
		pengaruh orang lain,			
		tetapi pada penelitian			
		tugas akhir di pulau			
		jawa dengan meneliti			
		3 perusahaan			
		Trivago, Agoda, dan			
		OYO hal tersebut			
		tidak memengaruhi			
		seseorang untuk			
		memiliki intensitas			
		menggunakan			
		aplikasi pemesanan hotel kembali			
		notei kembaii.			
Facilitating	Facilitating	Hasil penelitian yang			
Condition (FC)	Condition (FC)	dilakukan sama			
berpengaruh secara	berpengaruh secara	dengan hasil			
signifikan terhadap	signifikan terhadap	penelitian			
intention to reuse	intention to reuse	sebelumnya.			
(IN)	(IN)	4 41			
Perceived Risk (PR)	Perceived Risk (PR)	Hasil penelitian yang			
berpengaruh secara	berpengaruh secara	dilakukan sama			
tidak signifikan					
	tidak signifikan	dengan hasil			
terhadap intention to	terhadap intention to	penelitian			
terhadap intention to reuse (IN)	terhadap intention to reuse (IN)	penelitian sebelumnya.			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC)	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC)	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan sama			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil penelitian			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Effort	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Effort	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil			
terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse	terhadap intention to reuse (IN) Internal control (IC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse	penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil penelitian			

Chance control	Chance control (CH)	Di Cina pengguna
(CH) berpengaruh	berpengaruh secara	merasa kesempatan
secara tidak	signifikan terhadap	seseorang dan tingkat
signifikan terhadap	intention to reuse	kemudahan
intention to reuse	(IN) melalui Effort	menggunakan
(IN) melalui Effort	expectancy (EE)	aplikasi tidak dapat
expectancy (EE)		memengaruhi
		seseorang untuk
		memiliki intensi
		menggunakan
		aplikasi pemesanan
		hotel kembali.
		Namun pada
		penelitian tugas akhir
		di pulau jawa dengan
		meneliti 3
		perusahaan Trivago,
		Agoda, dan OYO
		pengguna merasa hal
		tersebut
		memengaruhi
		seseorang untuk
		memiliki intensi
		menggunakan
		aplikasi pemesanan
		hotel kembali.

Chance control (CH) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Perceived risk (PR)	Chance control (CH) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Perceived risk (PR)	Di Cina pengguna merasa kesempatan seseorang dapat menggunakan aplikasi dan risiko yang akan didapatkan apabila menggunakan aplikasi pemesanan hotel tidak dapat memengaruhi seseorang memiliki intensi penggunaan kembali aplikasi untuk memesan hotel. Namun pada penelitian tugas akhir di pulau jawa dengan meneliti apulau jawa dengan meneliti pulau jawa dengan meneliti seseorang memiliki intensi penggunaan kembali aplikasi untuk memengaruhi seseorang memiliki intensi penggunaan kembali aplikasi untuk memesan hotel.
Control by others (PO) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Facilitating conditions (FC)	Control by others (PO) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse (IN) melalui Facilitating conditions (FC)	Hasil penelitian yang dilakukan sama dengan hasil penelitian sebelumnya.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi peningkatan pada beberapa variabel untuk dilakukan pada penelitian selanjutnya apabila penelitian ini dilakukan penelitian lebih lanjut maupun pengembangan aplikasi pemesanan hotel. Diantaranya rekomendasi peningkatan yang diberikan kepada variabel yang memiliki nilai signifikan yang tinggi pada [Tabel 5.28]. Hal ini dilakukan-untuk meningkatkan aplikasi pemesanan hotel sehingga dapat seseorang memiliki intensi ntuk menggunakan aplikasi pemesanan hotel kembali. Hal ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dan membantu dalam mengembangkan aplikasi pemesanan hotel bagi pihak perusahaan yang terkait (Agoda, Trivago, dan OYO) untuk menjadi pertimbangan dan saran yang dapat diterapkan.

5.2.3 Pembahasan Penambahan Variabel

Dari hasil rekomendasi penambahan variabel yang menjadi variabel tambahan dalam model penelitian yang telah dilakukan. Terdapat rekomendasi penambahan variabel yaitu variabel habit yang dijelaskan pada Tabel 5.30. Rekomendasi dilakukan berdasarkan studi literatur. (Venkatesh, et al., 2012) menyatakan bahwa habit memengaruhi Intention to reuse secara langsung dan memberikan hasil yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Napitulu, 2020) juga menyatakan bahwa habit memengaruhi Intention to reuse secara langsung dan memberikan hasil yang signifikan. Habit merupakan seseorang melakukan perilaku secara otomatis karena keterbiasaan nya yang dilakukan (Bhatnagar & Ghose, 2004). Maka harapan dengan ditambahkannya variabel ini dapat mengetahui gambaran sejauh mana seseorang menggunakan kebiasaannya dalam melakukan pemesanan hotel menggunakan aplikasi agar sampai terbiasa untuk selalu menggunakan aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel, yang dapat meningkatkan keuntungan bagi para pengusaha penyedia aplikasi layanan pemesanan hotel khususnya bagi aplikasi Trivago, Agoda, dan OYO.

12

Comment [MJ11]: Biru

Halaman ini sengaja dikosongkan

Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai kesimpulan yang berupa rangkuman dari hasil penelitian terkait hasil implementasi, hasil perbaikan variabel terukur, penambahan variabel, dan pemberian saran dan masukan untuk dilakukan penelitian untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan pada penelitian ini didapatkan dari hasil analisis dan hipotesis intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi untuk melakukan reservasi hotel. Saran merupakan masukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya berdasarkan riset dan penambahan variabel yang direkomendasikan. Berikut merupakan hasil dari kesimpulan dan saran dalam penelitian ini untuk penelitian selanjutnya

6.1 Kesimpulan

Untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi pemesanan hotel dilakukan dengan menguji faktor yang memengaruhi intensi pengguna untuk melakukan pemesanan hotel dengan faktor penggunaan berdasarkan variabel pada model UTAUT yang di gabungkan dengan perceived risk dan Locus of Control (LOC). Untuk model UTAUT variabel yang digunakan yaitu PE, EE, SI, dan FC. Untuk model LOC variabel yang diguunakan ialah IC, CH, dan PO, dengan menggunakan metode SEM dengan perhitungan confirmatory factor analysis (CFA). Berikut merupakan penjelasan proses dan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini.

1. Proses

Pada penelitian ini dilakukan pengambilan data secara online melalui instagram yaitu dengan cara meminta bantuan dari para 16 travel blogger dengan cara menghubunginya melalui direct message. Selain itu juga dilakukan pengambilan data melalui whatsapp dan line dengan menyebarkan kuesioner ke group ataupun jalur

pribadi. Total responden yang didapatkan adalah 322 data, tetapi hanya 213 data yang digunakan dalam penelitian ini. Setelah mendapatkan data, dilakukan pre-processing data yang berguna untuk memastikan bahwa kuesioner yang disebarkan telah valid dan reliabel. Setelah didapatkan bahwa data sudah valid dan reliabel, dilakukan uji asumsi klasik, dan didapatkan bahwa data sudah normal berasarkan pengujian univariat dan multivariat. Setelah itu dilakukan uji CFA, dari hasil uji CFA didapatkan penghapusan beberapa indikator yang tiak valid vaitu indikator PE2, EE2, FC2, FC3, IC3, IC4, PO1, PO2, PO3, PO4, PO8, CH1, CH2, CH4, CH5, dan IN3 karena memiliki nilai loading factor dibawah 0,5. Kemudian dilanjutkan dengan uji kesesuian model dan pada pengujian awal didapatkan 3 indeks uji kesesuian yang memiliki nilai cut off yang masih tergolong marginal fit yaitu pada uji GFI, AGFI dan NFI. Setelah itu dilakkan uji modifikasi indeks dan diperoleh nilai CMIN/df sebesar 1,368 (Good fit), GFI sebesar 0.901 (Good fit), AGFI sebesar 0.872 (Marginal Fit), NFI sebesar 0.823 (Marginal Fit), CFI sebesar 0.944 (Good Fit), TLI sebesar 0.933 (Good Fit), dan RMSEA sebesar 0.042 (Good Fit). Setelah dilakukan pengujian didapatkan hubungan antar variabel yaitu variabel performance expectancy (PE) berpengaruh yang signifikan terhadap variabel intention to reuse, variabel effort expectancy (EE) berpengaruh yang signifikan terhadap variabel intention to reuse, variabel social influence (SI) berpengaruh yang tidak signifikan terhadap intention to reuse, variabel facilitating condition (FC) berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse, variabel perceived risk (PR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel intention to reuse, variabel internal control (IC) dengan variabel mediasi effort expectancy (EE) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intention to reuse, variabel chance control (CH) dengan mediasi effort expectancy berpengaruh yang signifikan terhadap intention to reuse, variabel internal control dengan mediasi variabel perceived risk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intention to reuse, variabel chance control dengan mediasi variabel perceived risk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel intention to reuse, dan variabel powerful others dengan mediasi variabel facilitating condition memiliki nilai yang signifikan terhadap intention to reuse.

2. Hasil

Berdasarkan model akhir yang telah lolos uji kesesuaian model, didapatkan hasil hubungan antar variabel pada penelitian ini. Hubungan variabel tersebut diperlakukan untuk menguji dan mengidentifikasi apakah hipotesis sudah terpenuhi atau tidak terpenuhi berdasarkan nilai CR an p-yalue.

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa 7 hipotesis yang terpenuhi dan 3 hipotesis yang tidak terpenuhi, yang mana 7 hipotesis yang terpenuhi adalah H1, H2,H4,H6, H7, H9, dan H10 dan 3 hipotesis yang tidak terpenuhi adalah H3. H5, dan H8. Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa halhal yang memengaruhi intensi pengguna dalam mengguunakan aplikasi kembali adalah tingkat kepercayaan pengguna terhadap manfaat yang didapatkan (PE), tingkat kemudahan yang dirasakan individu pengguna (EE), kemudahan tanggapan dari perusahaan apabila ada masalah (FC), keinginan seseorang (IC), pengaruh dari seseorang yang memiliki kuasa atas dirinya (PO), takdir dan kesempatan yang dimiliki seseorang (CH), memiliki pengaruh terhadap intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel.

6.2 Saran

Dari hasil pengujian yang telah dilakuukan pada penelitian tugas akhir ini, terapat pengembangan saran terkait dengan penelitian yang dilakukan dimasa yang akan datang. Untuk saran dibagi menjadi dua bagian yaitu saran untuk penelitian selanjutnya dan saran untuk pinak manajemen.

1. Penelitian selanjutnya

Untuk saran pengembangan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan, yaitu:

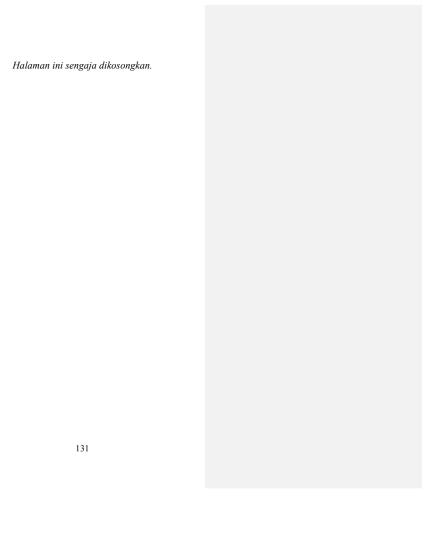
a. Perlu dilakukan pengembangan memperhatikan variabel yang memengaruhi intensitas pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi pemesanan hotel. Variabel tersebut adalah Performace Expectancy (PE) faktor keuntungan yang didapatkan pengguna dengan menggunakan aplikasi untuk pemesanan hotel. Variabel effort expectancy (EE) faktor yang mengacu pada seberapa mudah seseorang berfikir dalam menggunakan sebuah sistem. Variabel Facilitating Condition (FC) faktor yang merupakan keyakinan seseorang bahwa infrastruktur dan teknis dari perusahaan mendukung penggunaan aplikasi. Variabel Internal control (IC) dengan bantuan effort expectancy (EE) faktor kontrol seseorang terhadap keinginan menggunakan sesutu dengan bantuan faktor yang mengacu pada seberapa mudah seseorang berfikir dalam menggunakan sebuah sistem. Variabel chance control (CH) dengan effort expectancy (EE) merupakan takdir dan kesempatan yang seseorang dapatkan untuk menggunakan suatu sistem dengan bantuan faktor yang mengacu pada seberapa mudah seseorang berfikir dalam menggunakan sebuah sistem. Variabel chance control (CH) dengan perceived risk (PR) Kesempatan seseorang dapatkan untuk menggunakan suatu sistem dengan bantuan faktor risiko yang didapatkan oleh pengguna ketika menggunakan suatu sistem. Variabel powerful others (PO) dengan facilitating condition (FC) merupakan Pengaruh seseorang yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap diri sendiri dengan bantuan faktor yang merupakan keyakinan seseorang bahwa infrastruktur dan teknis dari perusahaan mendukung penggunaan aplikasi.

- b. Perlu dilakukan pengembangan dengan memperhatikan model-model peneltian terbaru yang ada mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensitas penggunaan kembali aplikasi untuk melakukan pemesanan hotel. Sehingga banyak hal yang dapat dibandingkan dan dijadikan masukan dalam pengerjaan penelitian
- 2. Pihak Manajemen (Agoda, Trivago, dan OYO)

Pengembangan aplikasi pemesanan hotel dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, Penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa variabel yang signifikan dimana sudah tergolong memiliki performa yang baik dalam meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi yaitu variabel Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Internal control, Chance Control, dan Powerful Others. Enam variabel tersebut dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan dalam pengembangan aplikasi pemesanan hotel. Sedangkan untuk variabel yang tidak signifikan yaitu Social Influence dan Perceived Risk. Dari setiap variabel yang memiliki dampak signifikan tersebut, dapat diberikan usulan tindakan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen dalam mengembangkan aplikasi sehingga dapat meningkatkan intensi pengguuna dalam menggunakan aplikasi pemesanan berdasarkan studi literatur yang diantaranya berupa:

- Performance Expectancy: Memperluas versi aplikasi yang kompatibel dengan berbagai versi sistem operasi smartphone (Yang & Forney, 2013)
- Effort Expectancy: Mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi dengan cara memberi pedoman atau petunjuk pada setiap penggunaan (Sancaka & Subagio, 2014)
- Facilitating Condition: Meningkatkan kualitas interpersonal Customer Service dalam menyelesaikan setiap complain dan kesulitan yang diberikan pengguna (Yayas, et al., 2004)

Internal Control, Chance Control, Powerful Others:
 Variabel ini merupakan variabel mengenai psikologis seseorang yang mana cara untuk meningkatkannya adalah dengan cara meningkatkan kalitas dari variabel terikatnya, maka variabel Internal Control, Chance Control, Powerful Others (Putra & Subarjo, 2015)



DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, E. W., 2015. Penggunaan aplikasi smartphone untuk siswa dalam mendukung mobile learning. Klaten, Seminar nasional pendidikan bahasa indonesia 2015.
- Carroll, J. W. & Sileo, J., 2007. Chains gain ground online: Hotels have much to celebrate (electronic version). s.l.:Hospitality upgrade.
- Nielsen, C. A., 2010. Nielsen.com. [Online] Available at: https://www.nielsen.com/wpcontent/uploads/sites/3/2019/04/Retail-and-Shopper-Trends-2010.pdf
- Braze, 2019. The future of retail 2019 top 10 trends that will shape retail in the the year ahead, New York: eMarketer.
- Choi, K., Wang, Y. & Sparks, B., 2018. Travel app users' continued use intentions: it's matter of value and trust. *Journal of travel & tourism marketing*, 36(1), pp. 131-143.
- Dharmmesta, B. & Handoko, H., 2008. Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen. Ygyakarta: BPFE.
- Imasari, K. & Nursalin, K. K., 2011. Pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan pada PT BCA Tbk. Fokus Ekonomi, Desember, 10(3), pp. 183-192.
- Chandra, H., 2008. Marketing untuk orang awam. Jakarta:
 Maxikom
- Soeling, P. D., 2007. Pertumbuhan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal ilmu administrasi dan organisasi*, bisnis & birokrasi, Januari.15(1).
- Gee, R., Coates, G. & Nicholson, M., 2008. Understanding and profitably managing customer loyalty. Marketing intelligence & planning, June, 26(4), pp. 359-374.
- Amaro, S. & Duarte, P., 2015. An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, february, Volume 46, pp. 64-79.
- Casalo, L., Carlos, F. & Miguel, G., 2010. Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. *Tourism management*, Volume 31, pp. 898-911.

- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K. & Okumus, F., 2016. What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, December, 36(6), pp. 1350-1359.
- Wang, H. & Wang, S., 2010. Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint. *International journal of hospitality management*, December, 29(4), pp. 598-698.
- Fong, L. H. N. & Lam, L. w.: L. R., 2017. How locus of control shapes intention to reuse mobile apps for making hotel reservations: Evidence from chinese consumers. *Tourism Management*, Volume 61, pp. 331-342.
- Lei, S. L., Wang, D. & Law, R., 2019. Perceived technology affordance and value of hotel mobile apps: A comparison of hoteliers and customers. *Journal of hospitality and tourism* management, Volume 39, pp. 201-211.
- Agag, G. & Elmasry, A., 2018. Understanding consumer intention to participate in online travel community and effects on consumer intention to purchase travel online and WOM: An integration of innovation diffusion theory and TAM with trust. Computers in human behavior, July, Volume 60, pp. 97-111.
- Liu, J., Zhu, Y. & Serapio, M., 2019. The new generation of millennial entrepreneurs: A review and call for research. *International business review*, 28(5), p. 101.
- Law, R., Chan, I. & Wang, L., 2018. A comprehensive review of mobile technology use in hospitality and tourism. *Journal* of Hospitality Marketing & Management, 27(6), pp. 626-648.
- Pappas, N., 2016. Marketing strategies, perceived risks, and consumer trust in online buying behaviour. *Journal of Rettailing and Consumer Service*, Volume 29, pp. 92-103.
- Joo, Y. j., Lim, K. Y. & Kim, J., 2013. Locus of control, self-efficacy, and task value as predictors of learning outcome in an online university context. *Compute & Education*, march, Volume 62, pp. 149-158.

- Park, S. & Huang, Y., 2017. Mobile hotel booking technology in the hotel industry. s.l.:Emerald publishing limited.
- Escobar-Rodriguez & Carvajal-Trujillo, 2014. Online purchasing tickets for low cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management*, Volume 43, pp. 70-88
- Khalilzadeh, J., ozturk, A. b. & bilgihan, a., 2017. Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in human behavior*, Volume 70, pp. 460-474.
- Porterfield, J., 2018. A career as a mobile app developer (essential careers). s.l.:Rosen YA.
- Cofer, K. D. et al., 2018. Burnout is Associated With Emotional Intelligence but not Traditional Job Performance Measurements in Surgical Residents. Journal of surgical education, 75(5), pp. 1171-1179.
- Vankatesh, v., Morris, M. G. & Davis, F. D., 2003. User acceptence of information technology. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, 27(12), pp. 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*, march, 36(1), pp. 157-178.
- Kim, D. J., 2008. A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), pp. 544-564.
- Rotter, j. B., 1966. Generalized Expectancies for Internal Versus

 External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), p. 609.
- Anderson, H., 1997. Conversation, language, and possibilities: A postmodern approach to therapy.. New York: s.n.
- Engel, J. F., D, R., Blackwell & Miniard, P. W., 1990. Consumer behavior. 6th ed. Chicago: Dryden Press.
- Wu, J.-H. & Wang, S.-C., 2005. What Drives Mobile Commerce?: An Empirical Evaluation of the Revised

- Technology Acceptance Model. *Information & Management*, 42(5), pp. 719-729.
- Taniar, D., 2009. Mobile Computing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. 1st ed. Chocolate Avenue: Information Science Reference.
- Arbuckle, J., 2019. *IBM SPSS AMOS 22 user's guide*, s.l.: Amos Development Corporation.
- Haryadi, s. & julianta, w., 2015. Sebuah pengantar, aplikasi untuk penelitian bisnis. *Salemba Empat*.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L. & Kuppelwieser, V. G., 2014.Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). European Business Review, 26(2), pp. 106-121.
- Sugiyono, D., 2010. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D.* Bandung: Alfabeta.
- Gumilar, I., 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Managemen*. 1st ed. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, H. & Julianita, W., 2015. Structural equation modeling (sem): sebuah pengantar, aplikasi untuk penelitian bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Kline, R. B., 2011. Principles and practice of structural equation modeling. 3rd ed. New York: The Guilford Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E., 2014.
 Multivariate data analysis. 7th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C. & Anderson, R. E., 2014.
 Multivariate Data Analysis. 7th ed. Edinburg: Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C. & Anderson, R. E., 2014. Multivariate Data Analysis.. Seven ed. Edinburg: Pearson Education Limited.
- Byrne, B. M., 1998. Structural equation modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming. 1st ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates..
- Tabachnick, B. a. F. L., 2007. Using Multivariate Statistics. 5th ed. New York: Allyn and Bacon.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J., 2000. *Introducing LISREL*. 1st ed. London: Sage Publications.

- Steiger, J. H., 1990. Structural model evaluation and modification: An Interval Estimation Approach. Multivariate Behavioral Research, 25(2), pp. 173-180.
- Mufidah, I., 2016. Random sampling dan non random sampling, Pekal: Universitas Pekalongan.
- Noviasari, Y., Yuni, W. & Santoso, A., 2020. Determinant Analysis Satisfaction of Outpatients in Pelita Anugerah Demak Hospital. *Literatus Journal*, April, 2(1), pp. 30-39.
- Ghozali, A., Ariyaningsih, Sukmara, R. & Aulia, B., 2016. A Comparative Study of Climate Change Mitigation and Adaptation on FLood Management Between Ayutthya City (tahhiland) and Samarinda City (Idonesi). Procesia Social Behavorial Science, June, Volume 227, pp. 424-429.
- Vankatesh, V., Thong, J. & Xu, X., 2016. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthhesis and the Road Ahead. *Journal of the Association Information* Systems, may, 17(5), pp. 328-376.
- Bhatnagar, A. & Ghose, S., 2004. Segmenting Consumers Based on the Benefits and Risk of Internet Shopping. *Journal of Buusiness Research*, Volume 57.
- Napitulu, P., 2020. Analisis Pengaruh UTAUT 2 Terhadap Intention to Reuse dan Reuse Behavior pada Pengguna OVO di Surabaya, Surabaya: Universitas Pelita Harapan.
- Rusli, A., Gaffar , S. & Ahmad, A., 2017. Pengujian Normalitas Mltivariat dan Homoskedatistas Matriks Varians-Kovarians pada Prestasi Belajar dan Kredit Lulus Mahasiswa UNM Angkatan 2014.
- Maulidya, M., Sutanto, H. & Oktaviarina, A., 2014. Perbandingan Analisis Diskriminan dan Regresi Logistik. MATHunesa, January.
- Field, A., 2009. Discovering Statistics Using SPSS. Los Angeles: SAGE.
- Putra, A. & Subarjo, 2015. Indikator Keberhasilan Kinerja Individu dengan Locus of Control dan epribadian Sebagai Variabel Independen. 3(2).
- Yang, K. & Forney, J., 2013. The Moderating Role Of Consumer Technology Anxiety In Mobile Shopping Adoption: Differential Effects Of Facilitating Conditions

- And Social Influences. *Journal of Electronic Commerce Research*, November, 14(4), pp. 334-347.
- Yavas, U., Karatepe, O. & Babakus, E., 2004. Customer Complaints and Organizational Responses: A Study of Hotel Guests in Northern Cyprus. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(2-3).
- Sancaka, M. & Subagio, H., 2014. Analisa Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggnaan Kompas Epaper Oleh Konsumen Harian Kompas di Jawa Timur dengan Menggunakan Kerangka UTAUT. Juurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(2).
- Nielsen, 2014. The digital consumer. *The digital consumer*, February, 26(2), pp. 110-113.

LAMPIRAN A. INSTRUMEN WAWANCARA

Survei Pengguna Aplikasi Mobile untuk Melakukan Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Trivago, Agoda, dan OYO

Bagian 1: Perkenalan diri

Hello!

Perkenalkan nama saya Astari Khairunnisa Isnan, saya mahasiswi S1 jurusan Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Saat ini saya sedang mengerjakan Tugas Akhir dengan topik Customer Relationship Management. Juduli yang saya angkat pada penelitian Tugas Akhir adalah "Analisis Faktor Efek Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Intensi Penggunaan Kembali Pada Penggunaan Aplikasi Mobile untuk Reservasi Hotel dengan Menggunakan Structural Equation Modeling (Studi Kasus: Trivago, Agoda, OYO)"

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi kembali untuk melakukan reservasi hotel. Maka dari itu saya memerlukan bantuan Anda sebagai konsumen yang pernah melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile untuk mengisi kuesioner ini.

Kriteria responden untuk mengisi kuesioner ini adalah sebagai berikut:

- 1. Responden pernah melakukan reservasi hotel melalui salah satu dari aplikasi Agoda, Trivago, OYO
- 2. Responden tidak terbatas pada laki-laki atau perempuan
- 3. Responden tidak terbatas pada penghasilan yang dimiliki

Data yang Anda isikan pada kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan akan digunakan dengan bijak sesuai dengan kebutuhan penelitian Tugas Akhir saya. Saya ucapkan terimakasih kepada Anda yang telahh bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner Tugas Akhir ini.

Apabila terdapat pertanyaan terkait pengisian kuesioner, Anda dapat menghubungi saya pada alamat email dibawah ini:

Email: Astarikhairunnisa.isnan@gmail.com

Bagian 2: Persyaratan

Apakah Anda Pernah melakukan reservasi hotel melalui salah satu aplikasi Trivago, Agoda, OYO

- o Pernah
- o Belum Pernah

Pilih salah satu aplikasi pemesanan hotel yang pernah Anda gunakan

- o Trivag0
- o Agoda
- o OYO

Apabila anda masih memiliki bukti pemesanan tolong upload bukti tersebut

Bagian 3: Persyaratan

Nama Lengkap

Alamat Email

Nomor Handphone

Jenis kelamin

- o Laki-laki
- o Perempuan

Kota Domisili

Usia

Profesi saat ini

Pendidikan terakhir

Bagian 5: Persyaratan

Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
Menurut saya menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel sangat membantu dan memudahkan saya dalam melakukan pemesanan hotel							
Menurut saya menggunakan aplikasi mobile memudahkan saya melakukan reservasi hotel menjadi lebih cepat							
Menurut saya menggunakan aplikasi mobile meningkatkan produktivitas dalam melakukan reservasi hotel							
Menurut saya belajar menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel merupakan hal yang mudah							

Menurut saya aplikasi untuk melakukan reservasi hotel sudah jelas dan mudah dipahami saat digunakan				
Menurut saya melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile mudah dilakukan				
Mudah bagi saya menjadi terampil dalam melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile				
Orang di sekitar saya menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile				
Orang sekitar saya yang memengaruhi perilaku saya menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile				
Seseorang yang pendapatnya saya hargai menyarankan saya untuk melakukan reservasi hotel				

menggunakan aplikasi mobile		
Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile (Smartphone, Tablet, Ipad, dll)		
Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile		
Aplikasi mobile untuk reservasi hotel sesuai dengan teknologi yang saya gunakan		
Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan membuat reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile		
Saya tidak sepenuhnya merasa aman memberikan informasi pribadi saya ke aplikasi untuk melakukan reservasi hotel		

Saya khawatir melakukan reservasi hotel melalui aplikasi mobile dikarenakan terdapat kemungkinan seseorang dapat mengakses akun saya				
Saya tidak merasa aman mengirimkan informasi yang sensitif melalui aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel				
Saya biasanya dapat melindungi kepentingan pribadi saya				
Ketika saya membuat rencana, rencana tersebut pasti hampir terlaksanakan				
Ketika saya mendapatkan apa yang saya inginkan, biasanya karena saya bekerja keras untuk hal tersebut				
Nasib hidup saya ditentukan oleh tindakan saya sendiri				
Nasib hidup saya ditentukan oleh orang lain				

Saya merasa apa yang terjadi di hidup saya sebagian besar ditentukan oleh orang lain sekitar saya			
Saya memiliki kemampuan kemimpinan yang baik, tetapi kemampuan tersebut tidak saya gunakan			
Menurut saya kecelakaan mobil biasanya tergantung dengan siapa yang menyupir			
Agar rencana saya berhasil, saya memastikan bahwa rencana tersebut sesuai dengan keinginan dari orang-orang sekitar saya			
Orang-orang seperti saya memiliki peluang sangat kecil untuk melindungi kepentingan pribadi ketika bertentangan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan			
Untuk mendapatkan apa yang saya inginkan saya perlu menyenangkan orang-orang yang			

bertanggung jawab atas saya terlebih dahulu				
Jika orang-orang penting memutuskan mereka tidak menyukai saya, mungkin saya tidak memiliki banyak teman				
Ketika saya mendapatkan apa yang saya inginkan, biasanya karena saya beruntung				
Saya memiliki beberapa teman sepenuhnya dikarenakan takdir, bukan karena saya pandai bersosialisasi				
Saya tidak pernah melakukan perencanaan kehidupan jauh kedepan dikarenakan banyak hal yang dapat berubah menjadi lebih baik ataupun lebih buruk				
Saya bisa menjadi pemimpin tergantung pada apakah saya berada di tempat dan waktu yang tepat				
Sering sekali tidak ada kesempatan bagi saya untuk melindungi				

kepentingan pribadi saya dari nasib buruk				
Sebagian besar kejadian di hidup saya terjadi karena tidak sengaja				
Saya percaya seseorang tidak mengalami kecelakaan mobil sebagian besar dikarenakan keberuntungan				
Saya akan melakukan reservasi hotel dengan menggunakan aplikasi mobile dimasa depan				
Saya akan selalu melakukan reservasi hotel menggunakan aplikasi mobile				
Saya berencana akan selalu menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan reservasi hotel				

LAMPIRAN B. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL PEEE

Performance			Effort Expectancy			
	xpectan					
PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	EE4
5	6	7	6	7	5	7
7	6	6	5	4	6	6
6	7	6	6	6	5	7
6	7	5	5	4	6	6
5	6	4	4	4	4	6
5	6	7	5	4	6	6
4	5	4	5	4	4	7
6	7	6	4	7	4	6
6	7	7	5	6	6	7
7	6	6	5	4	5	7
5	4	6	6	7	4	6
6	7	6	5	3	5	7
6	6	5	5	3	4	5
6	7	7	5	7	6	7
6	5	6	5	3	5	4
6	7	7	5	3	6	6
4	6	4	5	6	7	7
5	6	6	5	3	5	4
7	6	6	5	3	5	6
5	7	5	5	4	7	7
4	5	4	5	7	4	7
7	5	6	5	4	7	7
6	7	4	5	3	5	5
4	7	4	5	3	6	6
7	4	6	7	6	7	7
5	5	5	4	3	4	5
5	7	4	6	7	7	7
5	5	7	7	4	6	6
4	5	5	6	6	7	7
4	7	4	6	3	6	6
5	4	5	7	4	6	4

7 6 7 6 7 7 7 5 5 5 4 6 6 7 7 7 4 6 5 5 7 4 6 5 4 5 5 6 3 6 6 5 5 7 6 7 7 7 4 5 5 5 4 6 4 6 5 4 5 5 7 7 6 6 6 5 5							
4 6 5 7 4 6 5 4 5 5 6 3 6 6 5 5 7 6 7 7 7 4 5 5 4 6 4 6 5 4 4 4 4 4 4 4 7 4 4 4 4 4 4 4 7 4 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 6 5 7 7 7 6 6 6 5 5 7	7		7		7	7	7
4 5 5 6 3 6 6 5 5 7 6 7 7 7 4 5 5 4 6 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 7 7 4 4 4 4 4 4 7 4 5 5 5 5 5 6 6 6 6 6 5 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7			4	6	6	7	6
5 5 7 6 7 7 7 4 5 5 4 6 4 6 5 4 4 4 4 4 4 4 4 7 4 4 3 5 6 6 6 6 6 6 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 5 7 7 4 4 4 5 5 7			5	7		6	5
4 5 5 4 6 4 6 5 4 6 6 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 7 4 4 4 7 7 6 6			5	6		6	
4 5 5 4 6 4 6 4 5 5 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 5 5 7 7 6 6 6 5 5 7 7 4 4 4 5 4 7 7 6 6 6 5 3 5 5 7	5	5	7				7
4 7 4 4 3 5 5 5 5 5 4 7 7 6 6 4 5 4 6 4 6 6 5 4 6 4 4 5 5 7 7 6 6 4 6 4 4 5 5 7 7 6 6 4 5 4 6 4 5 5 7 7 6 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 6 6 6 6 5 7 7 7 7 6 6 6 6 6 5 6	4	5	5		6		6
5 5 4 7 7 6 6 4 5 4 6 4 6 6 5 7 5 6 6 6 5 4 6 4 4 5 5 7 6 5 5 7 7 6 6 4 5 4 6 4 5 5 5 5 6 5 6 5 7 4 7 4 4 5 4 7 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 6 6 5 7 4	5		4		4	4	4
4 5 4 6 4 6 6 6 5 7 7 6 6 5 7 7 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 7 6 6 6 5 7 7 4 4 7 7 6 6 6 5 7 7 6 6 6 6 5 7 7 7 6 6 6 6 5 7 7 6 6 6 5 7 7 7 6 6 6 5 7 7 7 7 6 6 5 7 7 7 7 7 7 7 7 6 6 5	4		4		3	5	5
4 6 4 4 5 5 7 6 5 5 7 7 6 6 4 5 4 6 4 5 5 5 5 6 5 7 7 6 6 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 6 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 6 5 3 5 5 5 7 5 5 5 7 7 7 5 7 5 5 5 7 7 7	5	5	4	7	7		
4 6 4 4 5 5 7 6 5 5 7 7 6 6 4 5 4 6 4 5 5 5 5 6 5 7 7 6 6 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 6 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 6 5 3 5 5 5 7 5 5 5 7 7 7 5 7 5 5 5 7 7 7	4	5	4	6	4		6
4 5 4 6 4 5 5 5 5 6 5 6 5 7 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 5 5 7 7 7 5 7 5 5 5 7 7 7 6 5 7 4 6 7 7 7 6 4 4 5 5 7 7 4 4	5		5				5
4 5 4 6 4 5 5 5 5 6 5 6 5 7 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 5 5 7 7 7 5 7 5 5 5 7 7 7 6 5 7 4 6 7 7 7 6 4 4 5 5 7 7 4 4	4	6	4		5	5	7
5 5 6 5 6 5 7 4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 4 5 7 4 6 7 7 6 6 5 7 4 6 7 7 6 4 5 5 5 7 7 4 6 7 7 7 6 4 5 5 7 7	6	5	5	7			6
4 7 4 4 5 4 7 4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 4 5 7 4 6 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 4 6 7 7 7 6 4 5 5 7 7 7 6 4 5 5 7 7 7 7	4	5	4	6	4	5	5
4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 7 5 6 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 7 4 6 7 7 6 5 7 4 6 7 7 6 5 7 4 4 3 5 4 4 7 5 7 7 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6	5	5	6	5	6	5	7
4 5 4 7 7 6 6 6 6 6 5 3 5 5 5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 7 4 6 7 7 6 5 7 4 6 7 7 7 6 6 6 4 5 5 4 7 5 7 7 7 4 5 5 7 7 7 4 5 5 7 7 7	4	7	4	4	5		7
5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 5 5 5 5 5 5 5 5 7 5 5 5 7 7 7 7 7 7 6 6 4 4 4 5 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 6 6 6 6 6	4		4	7	7	6	6
5 7 5 4 6 5 6 4 5 4 7 5 7 7 5 7 4 4 7 5 6 5 5 5 5 5 5 5 5 5 7 5 5 5 7 7 7 7 7 7 6 6 4 4 4 5 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 4 4 5 5 7 7 7 6 6 6 6 6 6 6	6	6	6	5	3	5	5
5 7 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5	7	5	4	6	5	6
5 7 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	4	5		7	5	7	7
5 7 5 5 5 7 7 7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5	7			7	5	6
7 5 6 6 6 6 4 5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5	5		5	3	5	5
5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 5 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5		5		5		7
5 7 4 6 7 7 6 5 5 6 6 4 5 5 4 7 5 7 5 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	7	5					4
4 7 5 7 5 7 7 4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5	7			7	7	6
4 5 4 4 3 5 4 7 7 6 5 7 6 6 4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5		6			5	5
7 7 6 5 7 6 6 6 7 7 6 6 6 7 7 6 7 7 7 7			5		5		7
4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7						5	
4 5 5 7 5 7 7 6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7			6		7		6
6 7 6 4 3 4 5 5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7			5		5		7
5 4 5 4 6 4 6 7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7					3		5
7 5 6 6 5 6 6 5 6 7 7 5 7 5 7 4 5 5 5 6 7	5		5				6
7 4 5 5 5 6 7	7		6			6	6
7 4 5 5 5 6 7	5		7		5		5
7 6 7 4 5 4 6	7		5	5	5		7
	7	6	7	4	5	4	6

4	5	4	4	5	5	5
5	7	5	4	6	4	6
5	5	5	7	5	7 5 6	6
6	5	5	4	4	5	5
5	6	5 5 5 6	6	7	6	6 5 7
4	4		7	5	7	4
7	7	6	4	6	5	6 5 7 5 5
7	6	6 5 7 5	6	5	6	5
5	4	5	4	7	4	7
7	5	7	7	5	6	5
4	6	5	6	5		5
6	4	5	4	6	5	6
6	5 6 5 4	6	4	7	5	
7	6	7	7	5	6	5
4	5	7 4 5 5 5 7 5 6	6	5	6	6 5 5 5 5
5	4	5	4	6	6 5 5	5
6	6	5	4	5	5	5
4	4	5	5	7	7	6
6	5	7	6	6	6	4
6	5 5 4	5	7	5	6 5 5 7	6
6	4	6	6	5	5	4
6	4	5	6	7	7	6
4	6	5	7	5	6	5
6	4	6	4	6	5	4
6	4	6	6	4	5	5
6	6	5	5	7	7	6
6	4	6	7	5	7	5
4	5	4	6	6	6	4
6	6	5	5	7	5	6
5	6	6	7	6	6	6
6	4	5	4	3	4	5
4	5	5	6	7	7	6
6	4	5	5	4	5	5
5	6	7	6	7	5	7
7	6	6	5	4	6	6
6	7	6	6	6	5	7

6	7	5	5	4	6	6
5	6	4	4	4	4	6
5	6	7	5	4	6	6

LAMPIRAN C. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL SIFC

Soc	ial Influ	ence	Fa	cilitating	g Condit	ion
SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	FC4
7	5	6	5	7	5	7
7	7	6	7	7	6	5
3	2	3	5	7	5	5
7	6	7	6	7	5	4
3	2	3	7	6	5	4
7	5	6	6	6	6	4
6	7	6	7	7	7	5
5	3	4	6	5	4	6
6	7	7	7	6	6	
5	7	7	7	6	5	6
5	4	4	6	6	6	5
5	4	5	7	6	5	5
7	6	6	7	7	7	6
7	6	4	7	7	5	6
7	5	7	6	6	4	5
6	6	4	6	6	5	4
6	6	5	7	6	7	7
7	6	6	7	7	6	6
7	6	5	7	6	5	6
4	3	5	6	6	5	7
7	5	6	7	5	5	5
3	2	4	5	7	7	4
5	5	4	7	7	6	5
5	6	5	6	6	4	7
3	4	5	6	7	6	5
5	4	5	7	6	4	6
7	6	6	7	6	5	6
6	6	4	6	5	4	7
7	7	6	6	6	7	5
6	7	7	6	7	7	5
4	4	2	6	6	5	7
7	6	7	7	5	5	6

6 5 6 7 6 4 6 5 4 5 7 6 7 6 3 4 2 6 5 5 6 5 4 5 6 5 7 6 4 3 3 5 6 5 4 4 3 2 5 6 6 5 4 6 5 6 7 6 6 5 4 6 5 6 7 6 6 6 6 4 2 1 6 5 5 5 5 7 6 7 7 4 4 4 4 6 6 5 7 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5		T -	_	r <u>-</u>			
3 4 2 6 5 5 6 6 5 7 6 4 3 3 5 6 5 4 4 3 2 5 6 6 5 4 4 3 4 5 6 6 5 4 4 3 4 5 6 6 5 4 6 6 5 5 4 6 7 7 7 4 4 6 6 6 5 4 5 7 7 4 6 6 7 5 7	6	5	6	7	6	4	6
4 3 3 5 6 5 4 4 3 2 5 6 6 5 4 4 3 4 5 6 5 4 6 5 4 6 5 6 7 6 6 6 6 6 7 6 7 5 7 4 5 7 6 6 5 5 5 5 5 5 6 4 4 5 7 7 5	5		5		6	7	
4 3 3 5 6 5 4 4 3 2 5 6 6 5 4 4 3 4 5 6 5 4 6 5 4 6 5 6 7 6 6 6 6 6 7 6 7 5 7 4 5 7 6 6 5 5 5 5 5 5 6 4 4 5 7 7 5	3		2		5	5	
4 3 4 5 6 5 4 6 5 6 7 6 6 6 4 2 1 6 5 5 5 5 7 6 7 5 7 4 4 6 6 5 7 5 5 6 5 5 4 5 7 6 4 7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 6 5 4 6 6 6 4 6 6 7 5 6 7 5 6 7 7 5 6 7 7 4 4 6 7 7			5			7	
4 3 4 5 6 5 4 6 5 6 7 6 6 6 4 2 1 6 5 5 5 5 7 6 7 5 7 4 4 6 6 5 7 5 5 6 5 5 4 5 7 6 4 7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 6 5 4 6 6 6 4 6 6 7 5 6 7 5 6 7 7 5 6 7 7 4 4 6 7 7		3	3	5		5	4
6 5 6 7 6 6 6 4 2 1 6 5 5 5 5 7 6 7 5 7 4 4 6 6 5 7 5 5 6 5 5 4 5 7 6 4 7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 7 7 6 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 7 7 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 7 5 5 4 6 6 6 7 4 4 7 7 5 6 5 5 5 5		3		5		6	5
4 2 1 6 5 5 5 5 7 4 4 4 4 6 6 6 7 7 4 4 4 4 6 6 6 5 7 5 5 6 4 7 7 6 4 5 7 6 6 4 5 7 7 4 6 6 6 5 4 5 5 5 4 5 5 5 6 4 5 7 7 6 6 7 5 7 6 6 7 5 7 6 6 7 5 6 6 7 5 6 6 7 5 6 6 7 5 6 6 7 4 4 6 7 4 4 4 7 7 5 6 6 7 4 4 4 6		3				5	
7 6 7 5 7 4 4 6 6 5 7 5 5 6 5 5 5 7 6 4 6 7 7 6 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 4 6 7 7 5 6 5 5 5 5 5 4 6 6 5 5 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4		5			6	6	6
6 6 5 7 5 5 6 4 7 7 7 6 7 7 4 6 4 5 7 7 4 6 6 6 5 4 5 5 4 5 5 4 5 5 4 5 5 7 7 5 6 6 7 5 5 5 6 6 7 5 5 5 6 6 7 5 6 6 7 7 5 6 6 7 7 5 6 6 7 7 5		2	1	6	5	5	5
5 5 4 5 7 6 4 7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 4 6 7 7 5 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4			7	5	7	4	4
7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 7 5 6 7 7 5 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 4 7 5 7 7 5 7 6 7 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 5 7 6 6 6				7		5	
7 7 6 7 7 4 6 6 6 5 6 5 4 5 5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 4 6 7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 5 4 6 5 7 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 5 4 5 6 4 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 6 6 5 4 5 7 6 4 4 4 4 4 4 4 6 6 6	5	5		5	7	6	4
5 4 1 5 6 4 5 7 5 7 6 6 7 5 5 4 6 6 6 4 6 7 7 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 4 5 4 6 5 7 4 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 6 6 5 4 5 7 6 6 6 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 7 7 4 6 6 6 6 6 6 6 7 7 5 5 7 7 7 5	7	7	6	7	7	4	6
7 7 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 5 4 6 5 7 4 4 7 5 7 7 6 6 6 6 5 4 5 6 4 4 4 5 4 5 7 6 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 7 4 6 6 6 6 6 6 6 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 6 7 7 5 6 6	6		5	6	5	4	5
7 7 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 5 4 6 5 7 4 4 7 5 7 7 6 6 6 6 5 4 5 6 4 4 4 5 4 5 7 6 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 7 4 6 6 6 6 6 6 6 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 6 7 7 5 6 6	5	4	1	5	6	4	5
7 7 6 5 5 5 6 7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 5 4 6 5 7 4 4 7 5 7 7 6 6 6 6 5 4 5 6 4 4 4 5 4 5 7 6 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 7 4 6 6 6 6 6 6 6 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 6 7 7 5 6 6	7	5	7			7	5
7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 4 5 4 6 5 7 4 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 5 4 5 6 6 4 4 5 4 5 7 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 2 1 7 5 5 7 7 6 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 6 5 6 7 7 7 5 6 3 2 2 5 5	5			6			
7 7 5 6 5 5 5 5 3 5 5 6 7 4 4 5 4 6 5 7 4 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 5 4 5 6 6 4 4 5 4 5 7 6 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 2 1 7 5 5 7 7 6 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 6 5 6 7 7 7 5 6 3 2 2 5 5	7	7	6	5	5	5	6
5 3 5 5 6 7 4 5 4 6 5 7 4 4 7 5 7 7 5 7 6 6 5 4 5 6 4 4 5 4 5 7 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 6 7 6 7 6 5 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5 <td>7</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>6</td> <td></td> <td>5</td> <td>5</td>	7	7	5	6		5	5
7 5 7 7 5 7 6 6 5 4 5 6 4 4 4 5 4 5 7 6 6 6 5 5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 7 5 6 7 6 3 3 2 2 2 5 5 4 6 3 4 5 6 4 5 5 4 6 3 3 3 2 7 5 5 6 6 6 4 5 5 4 5 6 6 6 3 3 3 2	5	3	5	5	6	7	4
6 5 4 5 6 4 4 5 4 5 7 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	5	4	6	5	7	4	4
6 5 4 5 6 4 4 5 4 5 7 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	7	5	7	7	5	7	6
5 4 5 7 6 6 6 5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5		5	4	5		4	4
5 4 4 6 7 4 6 2 2 1 7 5 5 7 7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	5	4	5	7	6	6	6
7 6 7 7 5 6 7 6 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	5		4	6	7	4	6
7 6 7 7 5 6 7 6 6 4 6 5 4 5 6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5				7	5	5	7
6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5		6		7	5	6	7
6 5 6 7 7 5 6 3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5					5	4	5
3 2 2 5 5 4 6 3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5		5			7	5	6
3 3 4 5 6 4 5 5 4 5 7 5 6 6 3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	3	2	2	5	5	4	
3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	3	3	4	5	6	4	
3 3 2 7 5 5 6 7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	5	4	5		5		
7 5 7 6 7 6 5 3 2 1 5 5 4 5	3	3	2		5		6
3 2 1 5 5 4 5		5	7		7	6	5
6 5 6 7 5 7 6	3	2	1	5	5		5
	6	5	6	7	5	7	6

3	4	1	5	7	4	5 7
7	6	7	7	5	5	
6	7	6	7	5	7	6
7	7	6	6	7	4	5 5 5 6
4	3	4	6	6	5	5
5	4	7	5	6	4	5
7	6	7	7	5	4	6
4	3 5	1	5	5 7	7	5
6	5	4	6	6	4	5
5	6	7	6	7	5 6	5 5 7
7	7	6	7	6	6	
6	5	4	7	5	4	6
4	5	2	5	7	6	4
5	5	6	7	5	5	6
6	5	7	5 7	7 5 5	4	4
5		7 3 2	7	5	6	6
3	2		5	5	4	6
3	4	6	7	5	5	6
7	7	6	5 7	7 5	6	6
6	5	7	7	5	4	7
5	6	7	6	6	6	
4	4	1	7	5	7	6
7	6	7	6		4	6
6	5	6	7	5	6	6
3	4	2	5	7	7	6
	3	2		6	4	5
7	5	2 2 5 1	7	5	6	6
2	1	1	5	7	6	7
7	6	6 2	7	6	5	5
4	3	2	5	5	5	4

LAMPIRAN D, 100 DATA RESPONDEN VARIABEL PRIC

Per	ceived I	Risk	Internal Control				
PR1	PR2	PR3	IC1	IC2	IC3	IC4	
5	6	7	6	5	6	7	
3	2	2	5	7	6	6	
3	3	4	5	4	5	4	
4	2	5	7	6	5	5	
3	4	4	4	6	5	6	
6	6	4	7	6	5	4	
3	3	4	6	7	6	7	
3 5 3 2 5	4	4	6	5	4	5	
3	2	5	5	6	5	6	
2	2	5	7	6	5	4	
5	6	5	6	6	5	5	
3	5	3	7	6	5	6	
3	5	5	5	5	4	4	
3 3 4	2	3	7	6	5	4	
4	6	6	6	6	6	4	
3	2	2	5	7	6	7	
4	2	3	7	6	7	3	
6	6	7	5	5	4	4	
5	5	4	6	6	7	7	
3	4	4	5	7	6	5	
5	7	7	6	4	6	4	
5	6	5	5	5	4	5	
4	5	5	5	6	5	6	
7	4	7	4	5	6	4	
4	5	4	4	6	5	5	
5	4	7	4	7	6	7	
6	4	6	6	7	6	3	
7	5	7	7	5	6	4	
4	6	5	4	7	6	6	
5	6	6	6	5	6	3	
3	4	5	5	5	6	4	
3	4	5	4	5	4	3	

6 4 6 6 4 5 6 4 2 2 5 6 6 3 2 3 2 5 6 7 4 6 5 6 6 7 7 6 6 5 6 6 7 7 6 6 5 4 4 5 4 3 3 3 5 5 4 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 7 3 4 3 3 7 6 6 5 5 4 4 5 5 6 4 5 4 4 5 4 4 4 5 6 6 7 7 7 3 4 4 5 5 4 5 4 4 4 5 4							
6 5 6 6 7 7 6 6 5 4 4 5 4 3 3 3 6 5 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 3 4 3 7 6 6 5 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 5 4 4 4 5 5 6 6 7 7 7 6 5 5 5 6 6 7 6 6 5 6 4 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 5 4 5 2 2 3 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5						5	6
6 5 6 6 7 7 6 6 5 4 4 5 4 3 3 3 6 5 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 3 4 3 7 6 6 5 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 5 4 4 4 5 5 6 6 7 7 7 6 5 5 5 6 6 7 6 6 5 6 4 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 5 4 5 2 2 3 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5				5	6	6	3
6 5 4 4 5 4 3 3 3 6 5 4 5 4 4 3 5 6 7 7 3 4 3 7 6 6 5 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 6 6 7 6 6 5 5 5 6 6 7 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 6 7 6 6 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4		3	2	5	6		4
3 3 6 5 4 5 4 3 5 5 4 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 3 4 3 7 6 6 5 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 4 4 4 5 5 6 6 7 6 6 7 6 6 7 6 6 7 6 6 5 5 6 4 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 5 5 4 5 2 2 3 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 2 2 1 2		5	6				6
3 5 5 4 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 5 4 5 6 4 5 4 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 5 5 7 5 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 5 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4		5	4	4			3
3 5 5 4 4 5 4 4 3 3 5 6 7 7 5 4 5 6 4 5 4 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 5 5 7 5 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 5 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	3	3	6	5		5	4
3 4 3 7 6 6 5 5 4 5 6 4 5 4 3 3 6 6 5 6 4 4 4 5 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 6 7 5 5 7 5 4 5 2 2 2 3 2 7 6 6 5 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	3	5	5	4		5	4
4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 5 5 7 5 4 5 2 6 6 6 4 5 4 5 4 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 4 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 6 7 6	4	3	3	5		7	7
4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 5 5 7 5 4 5 2 6 6 6 4 5 4 5 4 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 4 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 6 7 6	3	4	3	7	6	6	5
4 4 5 5 6 6 7 6 5 5 5 4 5 6 5 5 7 5 4 5 2 6 6 6 4 5 4 5 4 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 4 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 6 7 6	5	4	5	6	4	5	4
5 5 7 5 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 4 5 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 3 3 7 6 6 3 4 3 4 5 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 6 4 3 4 5 6 5 3 3 4 3 4 4	3	3	6	6		6	
5 5 7 5 4 5 2 2 3 2 7 6 6 5 4 5 6 6 4 5 4 5 4 5 2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 3 3 7 6 6 3 4 3 4 5 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 4 3 4 5 6 6 6 6 6 4 3 4 5 6 5 3 3 4 3 4 4	4		5	5	6	6	7
2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 4 4 4 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 4 6 6 6 6 4 4 6 7 3 4 4 5 6 6 5 3 3 4 4 5 4 5 3 3 4 4 5 2 2 4	6	5	5	5	4	5	6
2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 4 4 4 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 4 6 6 6 6 4 4 6 7 3 4 4 5 6 6 5 3 3 4 4 5 4 5 3 3 4 4 5 2 2 4	5	5	7	5	4	5	2
2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 4 4 4 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 4 6 6 6 6 4 4 6 7 3 4 4 5 6 6 5 3 3 4 4 5 4 5 3 3 4 4 5 2 2 4	2	3	2	7	6	6	5
2 1 2 4 5 4 5 3 4 3 6 5 5 5 5 2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 4 4 4 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 6 6 3 4 4 6 6 6 6 4 4 6 7 3 4 4 5 6 6 5 3 3 4 4 5 4 5 3 3 4 4 5 2 2 4	6		4	5	4	5	4
2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 3 4 5 5 5 5 6 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 7 6 7 3 4 5 4 2 2 6 5 4 5 3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 2 6 5 5	2	1	2	4	5	4	5
2 2 6 7 6 4 4 4 4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 3 4 5 5 5 5 6 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 7 6 7 3 4 5 4 2 2 6 5 4 5 3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 2 6 5 5	3	4	3	6	5	5	5
4 4 3 5 5 4 6 4 3 3 7 6 6 3 4 5 5 5 5 6 4 4 3 4 5 6 6 6 6 4 2 2 6 5 4 5 3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 7 7 6 6 5 6 6 7 7 6 6 5 6 6 7 7 6 6 5 6 6 7 7 <td>2</td> <td>2</td> <td>6</td> <td></td> <td>6</td> <td>4</td> <td>4</td>	2	2	6		6	4	4
4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 7 6 7 3 4 2 2 6 5 4 5 3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	4	3	5	5	4	6
4 3 4 5 6 6 6 6 4 5 6 7 6 7 3 4 2 2 6 5 4 5 3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	3	3	7	6	6	3
3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	5	5	5	5	6	4
3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	3	4	5	6	6	6
3 4 4 6 6 5 3 4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7		5					3
4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	2	2	6	5	4	5
4 3 4 5 6 5 3 6 5 5 7 6 6 7 7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	3	4	4	6		5	3
7 7 5 5 4 5 2 6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4	3				5	3
6 2 2 6 5 5 4 2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	6	5		7	6	6	
2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	7		5			5	2
2 2 3 5 6 5 6 5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7		2	2		5	5	4
5 5 6 5 4 4 4 4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7		2	3	5	6	5	6
4 3 3 7 6 7 7 6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	5	5	6	5			4
6 6 5 6 6 4 4 5 3 3 6 6 7 7	4		3	7		7	7
5 3 3 6 6 7 7	6	6	5			4	4
4 3 3 5 5 5 4	5	3	3	6			
	4	3	3	5	5	5	4

5 6 6 5 5 7 5 5 5 6 5 4 5 5 5 5 3 5 5 3 1 3 2 1 1 6 5 7 4 4 4 5 5 5 5 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 6 5 2 6 6 5 7 7 7 6 5 7 7 7 6 5 7 7 6 5 7 7 6 5 5 5 5 5 5 5 5 6 6 5 7 7 7 6 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	3	1	1	5	6	5	5
5 5 3 5 5 3 1 3 2 1 6 5 7 4 4 3 3 4 7 7 4 4 4 4 5 5 5 7 7 7 7 7 7 7 7 7 6 5 2 6 6 5 6 7 4 6 6 5 7 7 6 5 2 6 6 5 7 7 6 5 5 5 6 6 5 7 6 6 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 5 6 6 5	5			5			5
5 5 3 5 5 3 1 3 2 1 6 5 7 4 4 3 3 4 7 7 4 4 4 4 5 5 5 7 7 7 7 7 7 7 7 7 6 5 2 6 6 5 6 7 4 6 6 5 7 7 6 5 2 6 6 5 7 7 6 5 5 5 6 6 5 7 6 6 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 5 6 6 5	5		6	5			5
3 2 1 6 5 7 4 6 5 7 7 7 6 5 2 6 6 5 7 7 6 5 2 6 6 5 7 7 6 5 5 5 5 5 5 6 6 5	5	5		5		3	1
4 5 5 5 5 7 7 5 4 7 7 6 5 2 6 6 5 6 7 4 6 5 4 6 6 5 7 6 7 7 7 7 6 5 5 5 5 6 6 5 7 7 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 5 7 7 6 4	3		1		5	7	1
4 5 5 5 5 7 7 5 4 7 7 6 5 2 6 6 5 6 7 4 6 5 4 6 6 5 7 6 7 7 7 7 6 5 5 5 5 6 6 5 7 7 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 5 5 7 7 6 4	3	3	1	7	7	1	4
5 4 7 7 6 5 2 6 6 5 6 7 4 6 5 4 6 6 5 7 6 7 7 7 7 6 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 6 6 5 5 5 5 5 6 5 6 5 5 5 5 5 2 3 2 6 7 4	1	5	5	5	5		7
5 4 6 6 5 7 6 5	5	1	7	7	6	5	2
5 4 6 6 5 7 6 5	6	4	-	6	7	1	6
5 5 6 6 5 4 4 5 5 6 4 5 7 7 5 5 6 6 5 5 5 5 5 7 7 6 4 4 5 6 5 6 5 5 5 2 3 2 6 7 4 4 4 4 6 6 5 6 5 5 5 5 5 4 7 6 4 4 4 1 3 2 2 5 5 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5	4	6	6	/ E	7	6
5 5 6 6 5 4 4 5 5 6 4 5 7 7 5 5 6 6 5 5 5 5 5 7 7 6 4 4 5 6 5 6 5 5 5 2 3 2 6 7 4 4 4 4 6 6 5 6 5 5 5 5 5 4 7 6 4 4 4 1 3 2 2 5 5 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4	3		0	0	3	7	6
5 5 6 4 5 7 7 5 5 6 6 5 5 5 5 5 7 7 6 4 4 5 6 5 6 5 5 5 2 3 2 6 7 4 4 4 6 6 5 6 5 5 5 5 5 7 7 6 4 4 1 3 2 5 5 7 7 5 5 7 7 6 5 5 5 3 2 2 5 4 7 4 4 4 5 6 6 5 5 7 7 7 5 5 5 7 7 7 4 4 4 4 4 4 4 2 2	7		1	1		3	3
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	6	6	5	4	4
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	6	4	5	7	7
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	6	6	5	5	5
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	7	7	6	4	4
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	6	5		5	5	5
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	2	3	2	6			4
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	4	6	6	5	6	5	5
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	4	7	6	4	4
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	1	3	2	5	5	7	7
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	5	7	7	6	5	5
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	3		2	5	4	7	4
4 2 2 4 5 6 2 4 3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 2 1 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 5 6 6 7 6 6 6 6 6 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5	5	6	6	6	5	3	
3 4 6 5 6 2 4 5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 3 2 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	4	2	2	4	5	6	2
5 4 4 5 6 5 6 6 7 6 5 7 3 3 3 2 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	3	4	6	5	6	2	4
3 2 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	5	4	4	5	6	5	6
3 2 1 7 5 5 4 2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	6		6	5	7	3	3
2 2 3 6 5 6 6 4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	3	2	1	7	5	5	4
4 3 4 4 4 6 2 7 5 4 7 6 4 4 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	2	2	3	6	5	6	6
7 5 4 7 6 4 4 6 6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	4	3	4	4	4	6	2
6 6 4 6 5 5 5 5 6 7 6 5 6 7 3 2 2 5 7 6 6 4 3 4 5 4 5 4	7	5	4	7	6	4	4
4 3 4 5 4 5 4	6	6	4	6	5	5	5
4 3 4 5 4 5 4	5	6		6	5	6	7
4 3 4 5 4 5 4	3	2	2	5	7	6	6
	4	3	4	5		5	4
4 2 5 7 6 5 5	4	2	5	7	6	5	5

3	4	4	4	6	5	6
6	6	4	7	6	5	4
3	3	4	6	7	6	7

LAMPIRAN E. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL PO

Power	ful Othe	ers					
PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8
4	3	4	7	4	6	5	5
2	2	2	2	6	5		2
1	1	4	4	3	5	5 5 3	3
5	4	2	2	3	4	3	5
4	4	4	2	2	5	4	4
4	1	4	4	1	2	1	4
5	3	3	2	6	5	6	6
6	4	2	6	5	4	6	5
5	4	3	5	6	4	4	4
1	3	5	5	2	3	3	2
5	5	4	2	7	6	7	3
5	6	3	2	5	4	5	2
5	6	3	4	3	3	5	5
4	4	5	6	6	5	5	4
1	1	2	6	1	2	1	5
1	1	3	5	2	3	2	5
5	3	6	6	5	4	6	3
3	2	5	6	6	5	6	4
2	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	1	5	5	5	3
4	4	3	2		3	3	2
1	3	2	4	5	5	5	4
4	1	2	4	4	4	4	1
2	1	5	2	6	5	6	6
4	4	1	1	4	4	4	4
4	4	6	4	4	3	3	4
3	3	4	2	3	3	6	5
1	1	3	3	4	6	4	5
5	4	5	1	6	5	4	4
2	2	5	3	3	4	2	2
6	3	3	4	4	3	3	3
3	3	5	4	5	5	6	3
5	6	7	7	7	6	7	5

2	3	3	3	5	5	5	3
2	3	3	3	5	5	5	3
3	3	3	2	6	4	3	3
4	3 5 6	5	4	6	5		4
4	6	4	5	5	5	5	3
1	3	4	3	2	5	5 4 5 3 3 4 3 2 5 5 6	1
3	4	5	6	5	5	5	5
1	1	2	3 2	4	4	3	4
2	2	6	2	4	4	3	3
2	2 3 3 2	5	5	5	5	4	2
2	3	3	5	3		3	4
1		4	3 4	6	4	2	5
5	6	4	3	3	4	5	5
1	4	2	4	3	4	5	4
7	6	6	5 3 6	6	5 5 5	6	4
2	2	4	3	6	5		4
3	3	3	6	5	5	5	2
1	6	6	6	4	6	4	6
4	1	4	3	3	4	1	1
1	6	2	6	3 5 4	3	4	6
3	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4
2	2	5	6	4	4	3	2
2	2	4	1	4	4	2	3
1	4	6	4	4	3	4	1
1	1	1	1	3	4	6	1
4	4	4	5	5	4	5	5
3	3	5	7	5	3	6	4
4	5	4	5	5	4	4	5
1	2	3	4	3	4	2	3
6	6	6	6	6	5	6	6
1	3	4	3	3	2	5	3
1	2	5	1	5	5	4	4
2	4	4	5	6	5	4	2
1	2	2	5	3	3	3	3
4	4	7	4	7	5	4	5

3	3	5	6	5	5	6	5
1	4	4	4	2	2	1	1
4	6	4	4	6	5	5	6
1	2	6	5	5	4	4	3 4
3	3	6	4	6	6	6	4
1	4	3	4	5	5	5	1
4	4	3 3	2	5	4	5	4
2	3	3	4	4	4	4	2
3	3 5	6	4	6	5	4	2 3 7
5	5	4	7	7	6	7	7
4	6	3	3	4	5	6	3
5	3	4	5	5	5	5	4
1	1	1	1	5	3	4	1
6	7	3	3	4	4	4	7
2	3	5	4	3	4	4	6
3	3	4	3	3	3	2	4
4	4	5	6	6	5	4	2
3	5	5	2	5	6	6	5
1	3	1	4	4	3	5	5
1	1	5	5	3	3	3	4
3	3	5 3 2	2		3		3
1	1		6	5	5	5	3 6
3	3 2	3	5	6	5	5	6
2		1	5	5	5	6	3
1	1	6	3 5	4	3 5	6	3
4	6	7		6			6
1	4	5	6	4	3	1	1
1	4	1	4	5	5	5	4
3	5	4	4	3 5	5	2	3
3	3	2	4	5	1	3	4
4	5	3	3	5	4	4	4
4	3 2	4	7	4	6	5	5 2
2	2	2	2	6	5	5	2

LAMPIRAN F. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL CH

		Cha	ance Con	trol		
CH1	CH2	CH3	CH4	CH5	CH6	CH7
4	7	5	7	4	3	3
4	3	3	5	2	3	5
3	1	4	4	1	4	4
3	1	1	1	1	1	1
4	4	4	5	3	3	2
3	1	4	5	1	4	4
5	1	6	6	3	5	2
3 5 5 5	5	6	3	5	5	2 2 2 2
5	6	5	6	4	4	2
5	2	3	6	3	5	2
5	2	6	7	2	5	2
3	3 2	3	4	3 2	4	3 2 4
	3	4	5	3	2	2
4	2	5	5 5 1		2	4
3	2	1		2	1	1
4 5	1	4	3	3	1	2
	3	5 5	3 5 5 5	2	5	5 6
4	3	5	5	3	4	6
5	3	2	5	3	1	2
5	2	1	5	1	2	1
3	4	6	4	4	6	5
5	6	4	4	2	1	4
3	3	5	6	1	1	1
1	3	6	6	4	3	6
5	2	4	6	3	4	4
5 5 4	4	4	6	4	4	3 4
	2	2	4	4	3 2	3
4	3	1	4	5		
2	4	4	5	5	4	5
4	2	3	5	2	3	3
2	3	3	5	3	2	1
6	2 5	3	5	3 5	5	4
6	5	6	6	5	4	4

3	3	2	7	3	3	5
3	3	2	7	3	3	5
5	3	2	3	3	3	3
6	4	7	7	4	3 5	5 3 6
5	1	5	3	3	3	2
4	4	4	4	3	5	2 5 3 2 3 3 4
		2	5	3	2	2
3	1	1	4	1	2 1 2 3 3	2
2	2	2		2	2	2
3 6 3 3 5	3	2	5	2	2	3
6	6	3	5	3 5	3	3
3	3	3	6	5	3	
3	3	3	5	5	4	5
5	4	5	5 3 4	5 3 2	4	3
4	2 1 3 6 3 3 4 5 6 5 6 5	2 1 2 3 3 3 5 5		2	4 2 5 4	5 3 2 5 4 4 3 5 1
6	6	4	5	3	5	5
6 5 5	5	4	5	3 5 2	4	4
5		2	4		2	4
6	3	6	3 5	6	4	3
1	1	2 6 3 3 4	5	4	2	5
1	5	3	5	5	2	1
5	5	4	5			4
4	3	4	4	4	2	4
3	5 5 3 2	2	2	3	3	4
2	2	2	2	3	1	2
4	4	1	5	6	1	2
5	1	2 2 1	2 2 5 5 3	2	6	4
3	3	4	3	4	3	6
5 3 5 4		6	4	4	4	5
4	3	6	5	5	4	4
2			5	3		2
6	5	6	6	6	6	7
3	3 5 2	3 6 3	6	3	2	4 6 5 4 2 7 5 2 2
3 5 4	4	4	6	5	4	2
4	4	3	5	5 2	3	2
	3	3 2	6	3	3 2	2
7	7	4	7	4	4	4
/	,	7	,	7	т	7

5	3	2	3	2	2	2
2	2	1	6	1	2	2 4
4	6	3		6	5	4
	1		5	4	2	4
4	3	2	6	3	2 5 2 2 4	2
	1	4	3	3	4	4
3	2	3 3 6	3	3 3 1	3 2 5 7 3	2 4 3 3 6
4	4	3	6	1	2	3
3 5 5	4	6	6	5 7 3	5	6
5	6	7	7	7	7	6
	1		7	3	3	4
4	4	4	6	3	4	5 3 3
4	5 5 2 2 2	6 3 3 1 2	6	5 5 5 2	5 5 3 2	3
3	5	3	7	5	5	3
4	2	3	4	5	3	1
4	2	1	6	2	3	6
4	2	2	6	3	2	3
4	1	1	5	1	4	1
4	3	4	4	3	3	3
4	3 2 4	2	6	4	3 4	3 1 3 3 5
6	4		4	2	4	5
	5	3	2		1	1
	1		3 5	3 4	5	5 4
4	2	5	5	3	2 3	
5	2	5	6		3	6
	6	6 5 1	4	6	7	6
	1	5	4	5	3	3
2	4	1	5	1	1	1

LAMPIRAN G. 100 DATA RESPONDEN VARIABEL IN

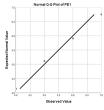
	Intention to Reuse	
IN1	IN2	IN3
6	7	7
7	6	5
6	7	5
	6	4
7 3 5 7 3 7	4	4
5	4	4
7	7	5
3	5	2
7	6	4
2	3	6
7 3 7 7 2 2 3 5 2 3 7	7	3
3	5	5
7	6	5
7	6	6
2	3	6
3	4	4
5	7	7
2	3	6
3	7	6
7	5	7
5 7 3	6	5
7	4	3
3	5	5
4	5	7
7 3 6	5	4
3	3	5
	6	
7	6	7
4	5	4
6	7	4
7	6	6
4	4	7
6	5	6

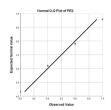
7	6	6
6	6	5
6	6	6
4	3	4
4	3 5	6
4	5	4
7	6	5
6	7	4
2	3	3
2 4 7	3 5 6	5 4 3 5 4
7	6	4
6	7	5 2 5 4
3	4	2
4	4	5
7 3 4	7	
3	4	6
	4	6
7	6	4
4	5	3
5 7	4	3 4 5
7	7	5
3	4	4
3	3	6
6	5	6
7	6	7
4	3	7
5	6	5
7	6	6
4	4	2
3	5	5
6	7	6
7	7	5
5	5	4
3	4	3
4	3	5
3	4	5

7 7 5 4 4 5 6 6 7 7 6 3 4 4 5 6 5 5 7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 4 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7
6 6 7 7 6 3 4 4 5 6 5 5 7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7
7 6 3 4 4 5 6 5 5 4 5 5 7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7
7 6 3 4 4 5 6 5 5 4 5 5 7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7
4 4 5 6 5 5 7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7 7 7 7 6 7 7 6 5 7
7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7 7 6 5 7 7 6 5 7
7 7 4 6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 7 7 6 5 7 7 6 5 7 7 6 5 7
6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 5 7 7 6 7 6 5 7
6 5 5 4 5 7 3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 5 7 7 6 7 6 5 7
3 4 5 7 6 3 6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 5 7 7 7 7 6 5 7
7 6 3 3 6 3 6 3 3 4 4 5 5 5 6 6 7 6 6 7 7 6 5 7 7 6 6 5 7
6 5 6 3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 5 7
3 4 4 3 4 5 5 6 7 6 5 6 7 6 7 6 7 7 6 5 7
7 6 7 7 6 7 6 5 7
7 6 7 7 6 7 6 5 7
7 6 7 7 6 7 6 5 7
7 6 7 7 6 7 6 5 7
6 7 7 6 5 7
6 7 7 6 5 7
6 5 7
7 6 5
4 3 6
6 6 7
3 4 5
3 4 5 5 6 4 6 5 6
6 5 6
5 6 7
5 6 7 5 7 5 4 5 4
4 5 4
6 5 6
3 4 4 6 7 7
6 7 7

LAMPIRAN H. GRAFIK QQ PLOT UJI NORMALITAS

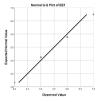
Variabel Performance Expectancy



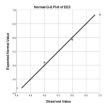


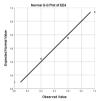


Variabel Effort Expectancy

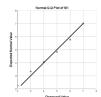


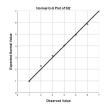


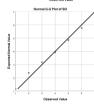




Variabel Social Influence

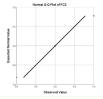


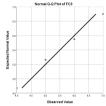




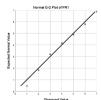
Variabel Facilitating Condition

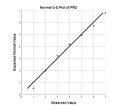


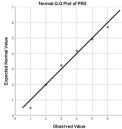




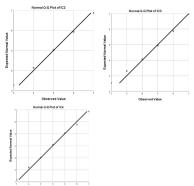
Variabel Perceived Risk



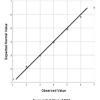




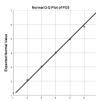
Variabel Internal Control

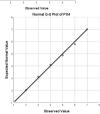


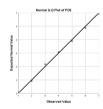
Variabel Powerful Others

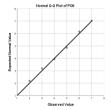


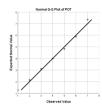


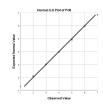




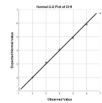


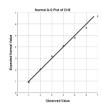


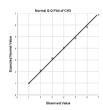


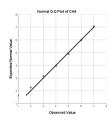


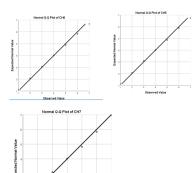
Variabel Chance Control



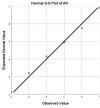


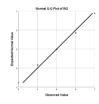


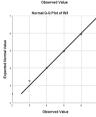




Variabel Intention to Reuse







BIODATA PENULIS



Penulis merupakan anak kedua dari Bapak M. Isnan Risuliani Pawennei dan Ibu Wida Widiastuti yang lahir di Jakarta Juni 1998. Penulis menempuhh pendidikan formal TK. SD. dan SMP Al-Azhar 1 Kebayoran, Jakarta Selatan dan SMA Al-Azhar 3 Kebayoran. Jakarta selatan. Kemudian penulis meneruskan pendidikan jenjang sariana Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi

Nopember (ITS) Surabaya pada tahun 2016 dan terdaftar sebagai mahasiswa dengan NRP 05211640000126. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan dan aktivitas lainnya. Penulis pernah menjadi bagian dari Himpunan Sistem Informasi sebagai Staff External Affair pada tahun 2017/2018 dan 2018/2019, Staff Public Relation acara Information System Expo (ISE!), Staff Treasurer pada Indonesian Corrison Association (INDOCOR), Staff Public Relation FTIF Festival 2017, dan beberapa kegiatan lainnya. Penulis pernah menjadi partisipan pada Konferensi International *Imagine Conference* di *Long Life Learning Institute Singapore* pada tahun 2018 dan mengikuti *Global Citizen Conference* di *National University of Singapore* pada tahun 2019.

Pada tahun terakhir perkuliahan, penulisa melakkan magang di PT. Mitra AdiPerkasa, Tbk., Jakarta Pusat. Penulis dapat dihubungi melalui email astari.khairunnisa.isnan@gmail.com