

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI APLIKASI UBER SEBAGAI PENYEDIA JASA TRANSPORTASI DI SURABAYA

Edwin Hendrani¹, Rinabi Tanamal²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Ciputra Surabaya
Email: ehendrani@student.ciputra.ac.id; r.tanamal@ciputra.ac.id

Abstrak: Seiring berjalannya waktu, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di dunia ini semakin berkembang dengan pesat. Permintaan masyarakat akan kebutuhan jasa transportasi semakin tinggi. Kemajuan internet dan canggihnya telepon genggam semakin lama semakin canggih, yang membuat lebih nyaman dan efisiensi untuk memanjakan masyarakat. Dari fenomena tersebut lahirlah Uber. Penelitian ini menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) dengan populasi user Uber Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi Uber sebagai penyedia jasa Transportasi di Surabaya. Hasil yang diperoleh setelah di analisis oleh peneliti adalah kepercayaan pengguna dalam mengadopsi aplikasi Uber yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keinginan seseorang untuk menggunakan aplikasi Uber.

Kata kunci: Jasa transportasi, Uber, TAM (*Technology Acceptance Model*).

Abstract: As time goes by, Information Communication and Technology (ICT) in this world is growing rapidly. The demand from the public on transportation service is increasing. The evolution of the Internet, i.e. quicker, more stable and reliable, and also the smartness of mobile phone nowadays have turned the public to be more efficient and convenient. From this phenomenal event, UBER was born. This research is using Technology Acceptance Model (TAM) theory based on UBER users in Surabaya, Indonesia. The purpose of this research is to identify any factors that influence the adoption of the UBER application as a provider of transportation services in Surabaya, Indonesia. The results obtained after being analysed by the researchers concludes that the users' trust in the UBER application itself has a significant effect on the public's desire to use and trust the application.

Keywords: Transportation services, Uber, TAM (*Technology Acceptance Model*).

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi semakin lama semakin muktahir, oleh karena itu manusia semakin membutuhkan akan suatu konsep dan mekanisme dalam proses pertukaran barang dan/atau jasa dengan cara memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan transaksi. Kemajuan internet akhirnya harus mampu berperan tinggi dan sangat luas dalam operasional masyarakat dan bisnis, dengan internet pelaku tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun. Sehingga, informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi apapun yang tepat dan relevan dalam dunia bisnis dan lainnya seperti metode *E-Business*.

E-Business kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dengan menggunakan system informasi komputer. *E-Business* memungkinan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan system pemrosesan data internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan bisnis berbasis bisnis sehingga istilah *e-Business* pun menjadi identik, dengan menjalankan bisnis di internet. Bisnis mengandalkan pertemuan antar pembisnis seperti rapat

yang akan di tempat khusus atau sekedar untuk mengirimkan dokumen atau barang penting perusahaan atau perorangan. *E-Business* mengandalkan media internet sebagai sarana untuk memperoleh tujuannya.

Sekarang ini banyak orang yang menggunakan metode *E-Business* sebagai media bisnis. Salah satu media yang digunakan adalah Uber. Uber adalah sebuah aplikasi yang menghubungkan penyedia jasa transportasi (dalam hal ini adalah mobil) dengan permintaan akan jasa tersebut.

Peneliti mencoba menganalisis adopsi Uber sebagai media bisnis dengan menggunakan kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM). Peneliti memilih menggunakan kerangka kerja TAM karena prinsip Parsimony dalam mengembangkan model persepsi *user* terhadap adopsi suatu teknologi.

LANDASAN TEORI

TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM merupakan adaptasi dari TRA yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 dalam jurnal [1]. Tujuan TAM lebih dikhususkan untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer

(*computer usage behavior*). TAM menggunakan TRA sebagai dasar teoritikal untuk menspesifikasi hubungan kausal antara dua kunci kepercayaan (*belief*) yaitu persepsi manfaat (*Perceive Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). TAM jauh lebih spesifik dibandingkan dengan TRA, karena TAM ditujukan hanya untuk perilaku penggunaan teknologi komputer. Model TAM ini tidak hanya bisa untuk memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti dan para praktisi bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak diterima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.

Trust

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya[2]. Pengukuran kepercayaan menurut[3] adalah kinerja perusahaan secara keseluruhan memenuhi harapan, pelayanan yang diberikan perusahaan secara konsisten terjaga kualitasnya, percaya bahwa perusahaan tersebut akan bertahan lama.

Computer Self Efficacy

Dalam bidang sistem informasi, *computer self-efficacy* menunjuk pada penilaian pribadi (*self-assessment*) atas kemampuan untuk melakukan ketrampilan komputer untuk menyelesaikan suatu tugas. Oleh sebab itu *computer self-efficacy* mempengaruhi kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) menurut Davis pada tahun 1986 di jurnal[4]. Menurut Saadé (2009) *computer self efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan individu tentang atau kemampuannya untuk berhasil melaksanakan perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan hasil yang diinginkan

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *computer self efficacy* mengacu pada keyakinan individu bahwa individu tersebut dapat menggunakan komputer untuk menyelesaikan sebuah pekerjaan dengan menggunakan komputer.

Perceived Ease of Use (PEOU)

Menurut Davis pada tahun 1986 dalam jurnal [1] mendefinisikan kemudahan penggunaan (*perceived Ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan system tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu.

Perceived Usefulness (PU)

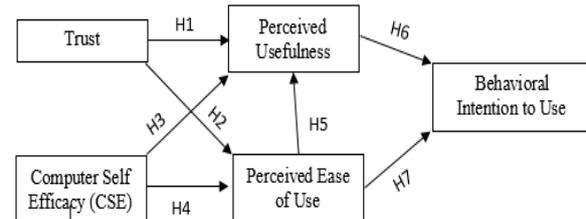
Perceived Usefulness adalah keadaan dimana persepsi pengguna tentang kegunaan dari sistem tersebut bagi pengguna menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dengan pemakaian (*actual use*) mempunyai hubungan yang kuat menurut Davis pada tahun 1986 dalam jurnal [1]. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya.

Behavioral Intention to Use (BITU)

Menurut Davis pada tahun 1986 dalam jurnal [1], *behavioral intention to use* atau niat perilaku untuk menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

TAM untuk Uber

Uber merupakan jasa perantara penyedia taxi premium dengan menggunakan program khusus pemesanan taxi yang menghubungkan konsumen dengan driver Uber, dapat diakses melalui smart-phone maupun komputer yang terhubung ke jaringan internet. Model yang dikembangkan untuk penelitian ini telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Model TAM untuk Uber

Uber

Uber merupakan jasa perantara penyedia taxi premium dengan menggunakan program khusus pemesanan taxi yang menghubungkan konsumen dengan driver Uber, dapat diakses melalui smart-phone maupun komputer yang terhubung ke jaringan internet. Program software yang disediakan sangat membantu para konsumen dalam memberikan informasi tentang: jarak tempuh ke lokasi tujuan, perkiraan tarif biaya, pembayaran ongkos taxi via kartu kredit, dan melihat profil driver Uber terdekat

yang sedang dalam posisi standby dapat dihubungi. Pada akhir Tahun 2014 Uber mulai beroperasi di kota-kota besar Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Bali, dan Surabaya [5].

Variabel

Variabel merupakan variasi dari objek penelitian, misalnya saja tinggi manusia dan divariasikan dengan umur atau berat badan yang dimilikinya. Karakter yang dapat diobservasi dari unit amatan yang merupakan suatu pengenalan atau atribut dari sekelompok objek. Maksud dari variabel tersebut adalah terjadinya variasi antara objek yang satu dengan objek yang lainnya dalam kelompok tertentu. Macam-macam Variabel dan contohnya adalah sebagai berikut [6]:

- **Variabel Independen (Variabel Bebas)** adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel Independen disebut juga dengan variabel perlakuan, kausa, risiko, variabel stimulus, antecedent, variabel pengaruh, treatment, dan variabel bebas. Dapat dikatakan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya.
- **Variabel Dependen (Variabel Terikat)** adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel bebas. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel Dependen disebut juga dengan variabel terikat, variabel output, Konsekuensi, variabel tergantung, kriteria, variabel terpengaruh, dan variabel efek.

PERANCANGAN DAN PEMBANGUNAN

Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diberikan peneliti untuk diuji apakah sesuai dengan hasil yang diberikan atau tidak. Adapun hipotesis untuk penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

| Hipotesis | Hipotesis Penelitian |
|-----------|---|
| H1 | Diduga kepercayaan teknologi (<i>Trust</i>) Uber secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness/PU</i>) |
| H2 | Diduga kepercayaan teknologi (<i>Trust</i>) Uber secara signifikan berpengaruh terhadap kemudahan menggunakan Uber (<i>Perceived Ease of Use/PEOU</i>) |
| H3 | Diduga persepsi kemampuan diri terhadap computer (<i>Computer Self Efficacy/CSE</i>) secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness/PU</i>) |

| Hipotesis | Hipotesis Penelitian |
|-----------|--|
| H4 | Diduga persepsi kemampuan diri terhadap computer (<i>Computer Self Efficacy/CSE</i>) secara signifikan berpengaruh terhadap kemudahan menggunakan Uber (<i>Perceived Ease of Use/PEOU</i>) |
| H5 | Diduga persepsi kemudahan menggunakan Uber (<i>Perceived Ease Of Use/PEOU</i>) secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness/PU</i>) |
| H6 | Diduga persepsi kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness/PU</i>) secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi sikap niat/keinginan untuk menggunakan Uber (<i>Behavioral Intention to Use/BITU</i>) |
| H7 | Diduga persepsi kemudahan menggunakan (<i>Perceived Ease of Use/PEOU</i>) secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi niat/keinginan untuk menggunakan Uber (<i>Behavioral Intention to Use/ BITU</i>) |

Seiring dengan meningkatnya kepercayaan konsumen maka secara berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kemanfaatan dalam menggunakan. Selain itu pula kepercayaan berpengaruh pula terhadap kemudahan menggunakan aplikasi uber tersebut. Kemampuan seseorang dalam menggunakan aplikasi uber bermacam-macam dengan itu dalam memanfaatkan aplikasi tersebut dapat diukur juga. Setiap orang memiliki kemampuan yang lebih atau rendah dalam menggunakan aplikasi, jadi kemampuan terhadap kemudahan menggunakan dapat diukur. Dengan begitu kemanfaatan dan kemudahan menjadi salah satu kecenderungan perilaku konsumen dalam menggunakan suatu aplikasi tersebut.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian terhadap adopsi Uber ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah pembagian secara online. Proses pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner terhadap responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Jawaban yang diperoleh dari kuisioner tersebut akan diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah ukuran-ukuran berjenjang. Skala penilaian, misalnya, merupakan skala untuk menilai sesuatu yang pilihannya berjenjang, misalnya 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10. Skala Likert juga merupakan alat untuk mengukur (mengumpulkan data dengan cara “mengukur-menimbang”) yang “itemnya” (butir-butir pertanyaannya) berisikan (memuat) pilihan yang berjenjang.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan [7].

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi [7].

Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Outlier, Uji Normalitas, Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas. Uji Outlier dan Uji Normalitas tergabung dalam Uji Asumsi. Uji Asumsi ini diolah dengan menggunakan software SPSS versi 23. Data responden diperoleh dari 126 pengguna Uber di Surabaya.

Uji Asumsi

| Goodness of Fit | Interpretasi |
|---|---|
| Chi Square | Diharapkan nilai kecil dengan $P > 0.05$ |
| Normed Chi Square | < 3 |
| Root Mean Square Residual (RMR) | Mendekati nol |
| Goodness of Fit Index (GFI) | > 0.90 |
| Adjusted GFI (AGFI) | |
| Normal Fit Index (NFI) | > 0.90 |
| Incremental Fit Index (IFI) | |
| Comparative Fit Index (CFI) | |
| Root Mean Square Error of Application (RMSEA) | < 0.05 (Sangat baik), $0.05 - 0.08$ (Berada dalam batas wajar), > 0.1 (Model tidak baik), (Kline, 2011). |

Uji Outlier adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi. Apabila ditemukan outliers, maka data yang bersangkutan harus dikeluarkan dari perhitungan lebih lanjut. Menurut Hair dalam Ghozali (2006:36) untuk kasus sampel kecil (kurang dari 80), maka standar skor dengan nilai ± 2.5 dinyatakan outlier. Untuk sampel besar standar skor dinyatakan outlier jika nilainya pada kisaran 3 sampai 4.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal [8] dalam jurnal [9]

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur [10]. Tolak ukur instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai signifikansinya < 0.05 .

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu tingkatan yang mengukur konsistensi hasil, jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik. Pengujian reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Variabel dapat dikatakan valid apabila nilai dari *Cronbach alpha* $> 0,70$.

Analisis Hubungan

Korelasi merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi/hubungan (*measures of association*).

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur (Path Analysis) merupakan pengembangan statistik regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat [11].

Uji Model Fit

Uji model fit dilakukan setelah uji path diagram selesai. Uji model fit digunakan untuk mengukur kesesuaian input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan [8]. Ada 9 aspek yang harus dipenuhi, yaitu:

Penerapan dan Pengujian

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil oleh peneliti adalah pengguna Uber di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana metode *purposive* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu [12]. Kriteria yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah para pengguna Uber di Surabaya. Kriteria yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah para pengguna Uber di Surabaya. Jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 126 orang. Metode penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan survey *online* dan memperoleh jumlah sampel sebanyak 126

sampel. Survei dilakukan dengan menggunakan *google form*. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dibagi menjadi empat pertanyaan pokok. Adapun Tabel 2, 3, 4, & 5 menerangkan mengenai jenis kelamin responden, Usia Responden, Pendidikan Responden, dan Penggunaan Aplikasi.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

| Valid | Frequency | Percent |
|-----------|-----------|---------|
| Laki-laki | 79 | 62,7 |
| Perempuan | 47 | 37,3 |
| Total | 126 | 100,0 |

Tabel 3. Usia Responden

| Valid | Frequency | Percent |
|-----------|-----------|---------|
| 18-23 thn | 84 | 66,7 |
| 24-28 thn | 30 | 23,8 |
| 29-34 thn | 10 | 7,9 |
| 35-40 thn | 1 | ,8 |
| >40 thn | 1 | ,8 |
| Total | 126 | 100,0 |

Tabel 4. Pendidikan Responden

| Valid | Frequency | Percent |
|---------------|-----------|---------|
| SMA/Sederajat | 46 | 36,5 |
| Diploma | 3 | 2,4 |
| S1 | 73 | 57,9 |
| Pasca Sarjana | 4 | 3,2 |
| Total | 126 | 100,0 |

Tabel 5. Penggunaan Responden

| Valid | Frequency | Percent |
|--------------------|-----------|---------|
| 1-2 kali per-bulan | 99 | 78,6 |
| 3-4 kali per-bulan | 16 | 12,7 |
| >5 per-bulan | 11 | 8,7 |
| Total | 126 | 100,0 |

Uji Asumsi

Uji Outlier

Untuk zscore dari masing-masing variabel T, PR, PU, PEOU, dan ITU yang diuji sudah memenuhi standar yang ditentukan.

Uji Normalitas

Tabel 6. Skewness dan Kurtosis Normalista

| Indikator | Mean | Std. Dev. | Skewness | Kurtosis |
|-----------------------------|------|-----------|----------|----------|
| Perceived Usefulness | | | | |
| PU1 | 3.75 | 0.83 | -0.76 | 1.41 |
| PU2 | 3.67 | 0.89 | -0.44 | 0.45 |
| PU3 | 3.44 | 0.96 | -0.22 | 0.19 |
| PU4 | 4.00 | 0.88 | -0.77 | 0.72 |
| Perceived Ease of Use | | | | |
| PEOU1 | 3.72 | 0.82 | -0.47 | 0.71 |
| PEOU2 | 3.60 | 0.84 | -0.45 | 0.45 |
| PEOU3 | 3.60 | 0.90 | -0.57 | 0.684 |
| PEOU4 | 3.81 | 0.81 | -0.61 | 1.03 |
| Behavioral Intention to Use | | | | |

| Indikator | Mean | Std. Dev. | Skewness | Kurtosis |
|------------------------|------|-----------|----------|----------|
| BITU1 | 3.74 | 0.95 | -0.73 | 0.58 |
| BITU2 | 3.62 | 0.91 | -0.45 | 0.29 |
| BITU3 | 3.75 | 0.87 | -0.66 | 0.93 |
| BITU4 | 3.69 | 1.00 | -1.01 | 0.95 |
| Trust | | | | |
| T1 | 3.68 | 0.90 | -0.68 | 0.85 |
| T2 | 3.57 | 0.89 | -0.58 | 0.67 |
| T3 | 3.52 | 0.85 | -0.46 | 0.95 |
| T4 | 3.49 | 0.93 | -0.60 | 0.43 |
| Computer Self Efficacy | | | | |
| CSE1 | 3.40 | 0.88 | -0.33 | 0.41 |
| CSE2 | 3.48 | 0.86 | -0.21 | 0.43 |
| CSE3 | 3.63 | 0.79 | -0.66 | 1.45 |
| CSE4 | 3.80 | 0.84 | -0.80 | 1.41 |

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu tingkatan yang mengukur karakteristik yang ada di dalam fenomena dalam penyelidikan. Sedangkan menurut [10] Uji Validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Hasil Uji dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai koefisien signifikasinya $<0,05$.

Tabel 9. Uji Pearson variable Perceived Usefulness

| | | Correlations | | | | |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|------|
| | | PU1 | PU2 | PU3 | PU4 | T_PU |
| T_PU | Pearson Correlation | ,859** | ,884** | ,827** | ,868** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

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

Tabel 10. Uji Pearson variable Perceived Ease of Use

| | | Correlations | | | | |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | PEOU1 | PEOU2 | PEOU3 | PEOU4 | T_PEOU |
| T_PEOU | Pearson Correlation | ,866** | ,849** | ,881** | ,888** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

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

Tabel 11. Uji Pearson Variabel Behavioral Intention to Use

| | | Correlations | | | | |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | BITU1 | BITU2 | BITU3 | BITU4 | T_BITU |
| T_BITU | Pearson Correlation | ,921** | ,937** | ,914** | ,906** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

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

Tabel 12. Uji Pearson Variabel Trust

| | | Correlations | | | | |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|-----|
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T_T |
| T_T | Pearson Correlation | ,890** | ,919** | ,844** | ,884** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

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

Tabel 13. Uji Pearson Variabel Computer Self Efficacy Correlations

| | CSE1 | CSE2 | CSE3 | CSE4 | T_CSE |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| T_CSE Pearson Correlation | ,826** | ,875** | ,909** | ,876** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

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

Tabel 14. Uji Pearson Antar Seluruh Variabel

| | PU | PEOU | BITU | T | CSE |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|-----|
| PU Pearson Correlation | 1 | | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | |
| N | 126 | | | | |
| PEOU Pearson Correlation | ,879** | 1 | | | |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | | | | |
| N | 126 | 126 | | | |
| BITU Pearson Correlation | ,810** | ,837** | 1 | | |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000s | | | |
| N | 126 | 126 | 126 | | |
| T Pearson Correlation | ,749** | ,807** | ,806** | 1 | |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | |
| N | 126 | 126 | 126 | 126 | |
| CSE Pearson Correlation | ,743** | ,800** | ,719** | ,854** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| N | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |

Hasil Uji antar seluruh variabel menunjukkan bahwa seluruh variabel yang dihipotesiskan memiliki korelasi satu sama lain.

Uji Reliabilitas

Uji Relibilitas adalah suatu tingkatan yang mengukur konsistensi hasil, jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik. Pengujian reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Variabel dapat dikatakan valid apabila nilai dari *Cronbach alpha* >0,70. Setelah diuji diperoleh nilai Cronbach Alpha untuk data ini seperti pada Tabel 15.

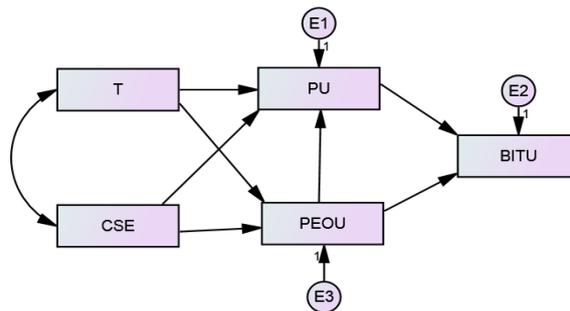
Tabel 15. Uji Reliabilitas untuk seluruh Variabel

| Variabel | Angka Cronbach Alpha |
|-----------------------------|----------------------|
| Trust | 0.907 |
| Computer Self Efficacy | 0.893 |
| Perceived Usefulness | 0.880 |
| Perceived Ease of Use | 0.893 |
| Behavioral Intention to Use | 0.938 |

Hasil yang diperoleh adalah semua variabel memiliki data yang reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini karena nilai yang diperoleh berada diatas 0.7.

Uji Model Fit Menggunakan Software SPSS AMOS

Pada Gambar 2 ini merupakan model awal yang dibuat di AMOS.



Gambar 2. Model awal AMOS

Setelah menganalisa model awal AMOS yang telah dibuat, maka dapat dilihat hasil Uji Model fit pada Tabel 16.

Tabel 16. Uji Model FIT Awal

| Model Fit | Nilai yang diharapkan | Nilai yang dicapai | Kesimpulan |
|---|---|--------------------|-------------|
| Chi Square | Diharapkan angka kecil dengan $p \geq 0.05$ | 22,157 dan 0,00 | Kurang baik |
| Normed Chi Square | ≤ 3 | 11,079 | Kurang Baik |
| RMR (Root mean Square Residual) | Mendekati nol | 0,21 | Kurang baik |
| GFI (goodness of Fit index) | ≥ 0.90 | 0,939 | Baik |
| AGFI (adjusted GFI) | ≥ 0.90 | 0,542 | Kurang baik |
| NFI (Normal Fit Index) | ≥ 0.90 | 0,968 | Baik |
| IFI (Incremental Fit Index) | ≥ 0.90 | 0,970 | Baik |
| CFI (Comparative Fit Index) | ≥ 0.90 | 0,970 | Baik |
| RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) | ≤ 0.05 | 0,284 | Kurang Baik |

Dapat dilihat hasil Uji Model fit pada Tabel 16 masih banyak nilai yang dicapai untuk mencapai nilai yang diharapkan masih kurang baik.

Modifikasi Model

Berdasarkan hasil Uji Model Fit pada Tabel 16, masih ada aspek yang belum sesuai dengan nilai yang diharapkan. Oleh karena itu, dilakukan modifikasi pada model yang sesuai dengan saran yang diberikan oleh Program AMOS. AMOS menyarankan untuk menambahkan 1 hubungan lagi yaitu hubungan T → BITU pada Tabel 17:

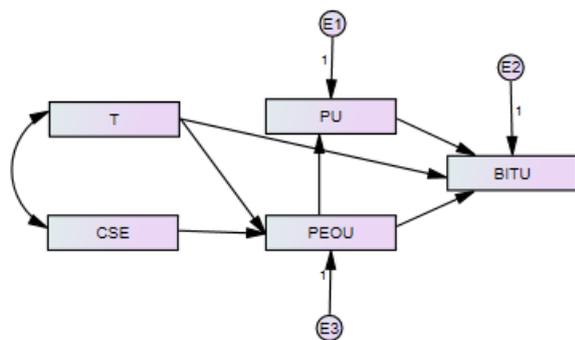
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Tabel 17. Saran yang diberikan oleh Program AMOS

| | M.I. | Par Change |
|-------------|-------|------------|
| BITU <--- T | 6,234 | ,127 |

Setelah melakukan penambahan pada 1 jalur tersebut, terdapat 2 hubungan jalur yang tidak signifikan yaitu T→PU, Nilai P yang menunjukkan nilai 0,409 dan jalur CSE→PU dengan nilai P 0,429, sehingga hubungan jalur tersebut dihilangkan.

Gambar 3 adalah pemodelan akhir yang telah dimodifikasi di AMOS.



Gambar 3. Setelah hubungan T→PU dan CSE→PU dihapus dan penambahan jalur T→BITU

Pada Gambar 3 terlihat bahwa terdapat tambahan 1 hubungan, yaitu T→BITU. Selain itu terdapat pengurangan 2 hubungan langsung yaitu T→PU dan CSE→PU. Dari penambahan tersebut maka hasil dari model fit berubah. Perubahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Hasil Uji Model Fit setelah dimodifikasi

| Model Fit | Nilai yang diharapkan | Nilai yang dicapai | Kesimpulan |
|---|---|--------------------|------------|
| Chi Square | Diharapkan angka kecil dengan $p \geq 0,05$ | 5,55 dan 0,13 | Baik |
| Normed Chi Square | ≤ 3 | 1,85 | Baik |
| RMR (Root mean Square Residual) | Mendekati nol | 0,01 | Baik |
| GFI (goodness of Fit index) | $\geq 0,90$ | 0,98 | Baik |
| AGFI (adjusted GFI) | $\geq 0,90$ | 0,91 | Baik |
| NFI (Normal Fit Index) | $\geq 0,90$ | 0,99 | Baik |
| IFI (Incremental Fit Index) | $\geq 0,90$ | 0,99 | Baik |
| CFI (Comparative Fit Index) | $\geq 0,90$ | 0,99 | Baik |
| RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) | $\leq 0,05$ | 0,08 | Baik |

Analisa Model Akhir

Pada Tabel 19 ini adalah rangkuman dari seluruh hasil pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total dari variabel-variabel model akhir.

Tabel 19. Analisis Pengaruh Model Akhir

| Variabel | Pengaruh | Variabel Endogen | | | |
|-------------|----------|------------------|-------|-------|-------|
| | | PU | PEOU | BITU | |
| Eksogen | T | Langsung | 0 | 0,425 | 0,371 |
| | | Tidak Langsung | 0,389 | 0 | 0,276 |
| | | Total | 0,389 | 0,425 | 0,649 |
| | CSE | Langsung | 0 | 0,407 | 0 |
| | | Tidak Langsung | 0,372 | 0 | 0,266 |
| | | Total | 0,372 | 0,407 | 0,266 |
| Intervening | PU | Langsung | 0 | 0,915 | 0,302 |
| | | Tidak Langsung | 0 | 0 | 0 |
| | | Total | 0 | 0,915 | 0,302 |
| | PEOU | Langsung | 0,915 | 0 | 0,378 |
| | | Tidak Langsung | 0 | 0 | 0,276 |
| | | Total | 0,915 | 0 | 0,654 |

Dari data Tabel 19 menunjukkan pengaruh yang terdapat pada masing-masing variabel. Peneliti menyimpulkan bahwa variabel eksogen terdiri dari T dan CSE memiliki pengaruh terhadap variabel endogen yaitu PU, PEOU, BITU. Kemudian untuk variabel intervening PU dan PEOU memiliki pengaruh terhadap variabel endogen BITU.

Komparasi Hasil Penelitian dengan Hipotesis

Komparasi hasil penelitian ini, terhadap hipotesis yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari hasil yang sudah didapatkan. Hasil yang sudah didapat tersebut sudah melalui berbagai uji dan analisa yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hasil yang diperoleh, menunjukkan bahwa semua hipotesis terbukti adanya pengaruh signifikan, kecuali hipotesis pertama yaitu *Trust* secara signifikan berpengaruh negative pada *Perceived Usefulness* dan hipotesis ketiga yaitu *Compuer Self Efficacy* secara signifikan berpengaruh negative pada *Perceived Usefulness*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Semua variabel eksogen dalam penelitian kali ini memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap variabel endogen lain.
2. Semua variabel intervening dalam penelitian kali ini memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap variabel endogen lain, kecuali variable PU terhadap PU dan PEOU terhadap PEOU.
3. Variabel T terhadap PU, dan CSE terhadap PU tidak memiliki pengaruh langsung dan hubungan antar variabel tersebut tidak memiliki korelasi yang signifikan.
4. Adanya modifikasi pada model, dikarenakan adanya 1 hubungan yang memiliki korelasi signifikan yaitu T terhadap BITU, dan masih belum tercapainya nilai *goodness of fit* yang diharapkan

sesuai dalam tabel model fit. Dari usulan tersebut maka ditambahkan pengaruh langsung dari 1 hubungan tersebut yaitu T terhadap BITU.

5. Dalam penelitian kali ini, variabel eksogen yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel lain adalah T terhadap BITU. *Trust/Kepercayaan* mempengaruhi seseorang untuk keinginan seseorang untuk menggunakan aplikasi Uber ini. Pengaruh tersebut memiliki nilai standar deviasi 0,649. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *Trust/Kepercayaan* seseorang dalam interaksi terhadap teknologi maka Keinginan seseorang untuk menggunakan terhadap aplikasi Uber meningkat.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian selanjutnya, diharapkan untuk terus mengembangkan variabel eksternal yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan variable lain, sehingga lebih lengkap dan dapat dilihat faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap adopsi aplikasi Uber sebagai media bisnis
2. Diharapkan penelitian selanjutnya menargetkan sampel atau responden yang lebih spesifik sehingga penelitian menjadi lebih akurat.
3. Melakukan penelitian terhadap aplikasi populer yang lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kurniawan, D. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1.
- [2] Rafique, M. (2014). Extending TAM, In Terms of Trust and attitude towards the online shopping intention. *Journal of Public Administration and Governance*.
- [3] Belkhamza. (2012). Measuring Organizational Information Systems Success: New Technologies and practices. *Business science Reference*.
- [4] Poetri, A.R. (2010). Adopsi E-Commerce dengan pendekatan technology. *Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret*.
- [5] Anon, A. (2015, June 2). Pengalaman menggunakan App Uber di Bandung - Seputar Android. Retrieved from <http://indonesiaberkicau.com/pengalaman-menggunaan-app-uber-bandung/>
- [6] Sari, M. (2016). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate social Responsibility. *Akuntabilitas*.
- [7] Fitriyani, D. (2015, May 15). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Kuantitatif. Retrieved from <http://diyahfitriyani94.blogspot.co.id/2015/05/populasi-dan-sampel-dalam-penelitian.html>
- [8] Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- [9] Agustina, Y. V. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar BUS. *Diponegoro Journal of Management*.
- [10] Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- [11] Olobatuyi. (2006). A user's guide to path analysis. *University Press of America*.
- [12] Siregar. (2010). Statistika Deskriptif untuk Penelitian. *Jakarta: Rajawali Pers*.