

**ANALISIS PERSEPSI KEMANFAATAN DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT
PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI
TRANSPORTASI *ONLINE* PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**PRINKA KURNIASARI
145030200111001**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI
MALANG
2018**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

- Hari : Rabu
- Tanggal : 11 April 2018
- Jam : 11.00
- Skripsi atas nama : Prinka Kurniasari
- Judul : Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya

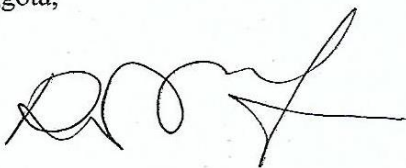
dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,

Anggota,



Swasta Priambada, S.Sos., M.AB
NIP. 198004272014041001

Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos., M.PA
NIP. 197705022002121003

Anggota,



Ari Irawan, S.E., MM
NIP. 2013048212311001



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan
Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi
Online pada Mahasiswa Universitas Brawijaya

Disusun Oleh : Prinka Kurniasari

NIM : 145030200111001

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Sistem Informasi

Malang, 22 Maret 2018

Komisi Pembimbing



Swasta Priambada, S.Sos., M.AB

NIP. 198004272014041001



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 22 Maret 2018



Prinka Kurniasari
NIM. 145030200111001

RINGKASAN

Prinka Kurniasari, 2018. Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. Swasta Priambada, S.Sos., M.AB. 115 hal + xii.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara parsial dan simultan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. Sampel dari penelitian ini adalah 100 Mahasiswa Universitas Brawijaya pengguna aplikasi transportasi *online* dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* sebesar 28,6%, sedangkan sisanya 71,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

SUMMARY

Prinka Kurniasari, 2018. Perceived Analysis of Usefulness and Easiness toward Behavior Intention of Using Transportation Online Application on Students of Brawijaya University. Swasta Priambada, S.Sos., M.AB. 115 pages + xii.

The purpose of this research to find and analyze the effect of perceived usefulness and perceived ease of use in partial and simultaneous toward behavioral intention to use online transportation application at Brawijaya University Students. 100 Students of Brawijaya University that using online transportation application become respondent by filling questionnaires as research instrument. Data analyze using multiple regression analysis.

The results show that perceived usefulness and perceived ease of use give positive and significant effect toward behavioral intention to use online transportation application about 28,6%, while about 71,4% affected by other factors outside this research.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention to Use Online Transportation Application

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi:

“Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mohammad Bisri, M.S selaku Rektor Universitas Brawijaya
 2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
 3. Bapak Dr. Drs Mochammad Al-Musaqied, M.BA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
 4. Bapak Dr. Wilopo, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
 5. Bapak Swasta Priambada, S.Sos., M.AB selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penyelesaian skripsi ini.
 6. Bapak dan Ibu dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang sangat berharga kepada penulis selama belajar di FIA UB
 7. Keluarga tercinta Bapak, Ibu, Mbak, Mbah Kung, Mbah Uti yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi semangat yang luar biasa
 8. Keluarga Besar Tirtosoedargo dan Keluarga Suyadi yang telah memberikan bantuan dan doa dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini
 9. Kemenristekdikti yang telah memberi beasiswa selama 4 tahun penuh sehingga penulis dapat berkuliah di FIA UB
 10. Dompot Dhuafa Pendidikan atas segala suport dan fasilitas yang diberikan.
- Semoga Allah membalas kebaikan para Muzakki

11. Keluarga Mahasiswa Etos Malang yang telah kebersamai dan memberikan pelajaran hidup yang tak ternilai
12. Teman-teman Kontrakan Gajayana 554 dan sahabat terkasih yang banyak mendukung dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi
13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua kalangan, dan dapat berguna sebagai pengetahuan baru untuk mahasiswa.

Malang, Maret 2018

Penulis



DAFTAR ISI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
1. Muflihadi (2016)	8
2. Gunawan (2017)	9
3. Rakhmad (2013)	9
4. Aditya (2016)	11
5. Bangkara (2016)	12
B. Landasan Teori	14
1. Konsep Model Penerimaan Teknologi	14
2. Persepsi Kemanfaatan	18
3. Persepsi Kemudahan	19
4. Minat Perilaku	19
5. Transportasi <i>Online</i>	20
C. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	38
C. Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran	39
1. Variabel	39
2. Definisi Operasional Variabel	39
3. Pengukuran	43
D. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43

2. Sampel.....	44
E. Pengumpulan Data.....	45
1. Sumber Data.....	45
2. Instrumen Penelitian	46
F. Validitas dan Reliabilitas.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	48
G. Teknik Analisis.....	50
1. Analisis Statistik Deskriptif	50
2. Uji Prasyarat Analisis	51
3. Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
1. Sejarah Universitas Brawijaya.....	55
2. Visi dan Misi Universitas Brawijaya.....	58
3. Struktur Organisasi Universitas Brawijaya.....	59
4. Fakultas dan Mahasiswa	59
B. Analisis	60
1. Analisis Statistik Deskriptif	60
2. Uji Prasyarat Analisis	81
3. Pengujian Hipotesis	84
C. Pembahasan	87
1. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	87
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	88
3. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	89
D. Keterbatasan Penelitian	90
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian	42
Tabel 3. Penilaian Skala Likert	43
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 5. Interpretasi Koefisien Alpha.....	49
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 7. Daftar Fakultas dan Jumlah Mahasiswa Aktif Program S1	60
Tabel 8. Demografi Responden Berdasarkan Fakultas	61
Tabel 9. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 10. Demografi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	63
Tabel 11. Demografi Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 12. Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	66
Tabel 13. Demografi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Tranportasi <i>Online</i> dalam 1 Bulan	67
Tabel 14. Data Penggunaan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan pada Aplikasi Transportasi <i>Online</i> Oleh Responden.....	68
Tabel 15. Demografi Responden Berdasarkan Alasan Penggunaa Tranportasi <i>Online</i>	70
Tabel 16. Data Penggunaan Merek Transportasi <i>Online</i> Oleh Responden.....	70
Tabel 17. Penilaian Variabel	72
Tabel 18. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1)	72
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X2)	75
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Perilaku (Y).....	78
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 22. Hasil Uji Linearitas	82
Tabel 23. Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 25. Hasil Uji Parsial (Uji t)	84
Tabel 26. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Theory of Reasoned Action (Ajzen dan Fishbein, 1975).....	15
Gambar 2. Technology Acceptance Model (Davis et al., 1989).....	17
Gambar 3. Modifikasi TAM Chuttur (2009) dan Gahtani (2001)	18
Gambar 4. Logo Perusahaan Go-Jek Indonesia	26
Gambar 5. Tampilan Aplikasi Go-Jek	26
Gambar 6. Logo Perusahaan Grab	28
Gambar 7. Tampilan Aplikasi Grab	29
Gambar 8. Logo Perusahaan Uber	30
Gambar 9. Tampilan Aplikasi Uber	31
Gambar 10. Model Hipotesis	34
Gambar 11. Struktur Organisasi Universitas Brawijaya	59
Gambar 12. Diagram Batang Demografi Responden Berdasarkan Fakultas	62
Gambar 13. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 14. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	64
Gambar 15. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Usia	65
Gambar 16. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	66
Gambar 17. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i> dalam 1 Bulan.....	67
Gambar 18. Diagram Lingkaran Data Penggunaan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan pada Aplikasi Transportasi <i>Online</i> Oleh Responden.....	69
Gambar 19. Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Tranportasi <i>Online</i>	70
Gambar 20. Diagram Lingkaran Data Merek Transportasi <i>Online</i> yang Pernah Digunakan Responden.....	71
Gambar 21. Model Hasil Penelitian	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian98
 Lampiran 2. Data Jawaban Responden100
 Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas105
 Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif108
 Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas113
 Lampiran 6. Hasil Uji Linearitas.....113
 Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas114
 Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas114
 Lampiran 9. Regresi Linear Berganda114





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia bisnis semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat yang semakin beragam memunculkan berbagai peluang bisnis. Salah satunya adalah bisnis jasa transportasi. Transportasi merupakan pemindahan manusia ataupun barang dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri (Nasution, 2004:15).

Kebutuhan mobilisasi masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan meningkatnya permintaan akan kebutuhan jasa transportasi. Biasanya masyarakat menggunakan kendaraan pribadi atau alternatif lain sebagai alat transportasi untuk mengantarkan mereka ke tempat tujuan. Masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi tidak akan kesulitan dalam melakukan aktivitas mobilisasinya. Tetapi, bagi yang tidak mempunyai kendaraan sendiri maka transportasi umum yang akan menjadi sarana bagi setiap aktivitasnya (Zakaria, 2013:2).

Transformasi dalam bidang transportasi di Indonesia berkembang pesat beberapa tahun terakhir. Perkembangan sistem teknologi informasi yang semakin canggih telah merambah dunia transportasi di Indonesia. Hal tersebut terlihat dari banyaknya bisnis jasa transportasi *online* yang bermunculan dalam tiga tahun terakhir. Transportasi *online* adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu

pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan *online* baik untuk pemesanan maupun pembayaran (Hariyanto, 2013).

Awal kemunculan transportasi *online* di Indonesia mulai marak pada tahun 2014 yang diinisiasi oleh aplikasi Uber yang mengusung taksi *online*. Kemudian diikuti oleh kemunculan aplikasi Go-Jek, Grab dan berbagai aplikasi transportasi *online* lainnya (Purba, 2017:21). Kemunculan transportasi *online* diharapkan menjadi solusi atas kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang mudah, nyaman, murah, dan cepat. Dampak dari kecanggihan teknologi informasi saat ini menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat.

Seiring dengan perkembangan aplikasi transportasi *online* di Indonesia, Davis (1989) menyatakan bahwa ada dua sebab orang menerima dan menolak teknologi informasi. Sebab yang pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan teknologi informasi karena mereka percaya bahwa teknologi informasi mampu membantu/mempersulit dalam melakukan tugas mereka. Kedua, pengguna percaya bahwa sistem ini berguna, namun pada saat yang sama mereka juga percaya bahwa sistem ini terlalu sulit digunakan. Variabel kemanfaatan ini disebut sebagai *perceived of usefulness* atau persepsi kemanfaatan (Nysveen *et al.*, 2005).

Kemudahan yang diakomodir aplikasi transportasi *online* bagi penggunaannya hal ini menjadi menarik untuk diteliti. Kemudahan pemesanan layanan transportasi, pembelian makanan, pengiriman paket, dan layanan lainnya secara *online* dalam satu aplikasi menunjukkan bahwa transportasi *online* berusaha memberikan manfaat lebih dibanding jasa transportasi konvensional. Variabel

kemudahan ini disebut sebagai *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan (Nysveen *et al.*, 2005).

Jogiyanto (2008:112) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Penerapan suatu sistem teknologi informasi berkaitan dengan penerimaan oleh pengguna. Sejauh mana pengguna dapat menerima dan memahami suatu teknologi merupakan hal penting untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan implementasi teknologi informasi tersebut. Penerimaan pengguna atau *user acceptance* menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan penerapan teknologi informasi. *User acceptance* dapat didefinisikan sebagai keinginan sebuah *grup user* dalam memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) yang didesain untuk membantu pekerjaan mereka (Nasir, 2013:36). Sukses tidaknya suatu penerapan sistem teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh *user acceptance*. Salah satu model analisis yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan penerapan teknologi informasi adalah *Theory Acceptance Model* atau yang biasa dikenal dengan TAM.

Menurut Jogiyanto (2008:112), TAM merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. TAM berasumsi bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan menentukan penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi. Persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi akan mempengaruhi persepsi kemanfaatan teknologi tersebut. Pengguna akan memanfaatkan sistem teknologi informasi jika merasa bahwa sistem tersebut mudah digunakan.

Transportasi *online* menjadi sarana transportasi yang banyak dipakai Mahasiswa untuk melakukan mobilisasi. Mahasiswa Universitas Brawijaya khususnya Mahasiswa S1, berdasarkan pengamatan yang dilakukan dari populasi sebanyak 55.392 (Pusat Informasi dan Keluhan Universitas Brawijaya, 2017) diperoleh sampel sebanyak 100 Mahasiswa pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*. Banyaknya Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan aplikasi transportasi *online* menjadi pasar potensial bagi perusahaan penyedia jasa transportasi *online* dalam memasarkan layanan mereka. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pengemudi transportasi *online* yang beroperasi di lingkungan Universitas Brawijaya. Berdasarkan hal tersebut maka perlu diteliti sehubungan dengan pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku Mahasiswa Universitas Brawijaya dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*.

Berdasarkan uraian di atas yang menjelaskan persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan teknologi aplikasi transportasi *online*, maka penulis tertarik untuk meneliti “**Analisis Persepsi**

Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Transportasi *Online* Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* Mahasiswa Universitas Brawijaya?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menjelaskan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* mahasiswa Universitas Brawijaya
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* secara parsial
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* secara simultan

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk memberikan manfaat yang berarti bagi pihak terkait sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menambah pengetahuan serta untuk melatih kemampuan menganalisis suatu masalah dengan berfikir secara sistematis dan konseptual.

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi Perusahaan Penyedia Jasa Transportasi *Online*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan penyedia jasa transportasi *online* untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat perilaku pengguna sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan pengambilan keputusan perusahaan kedepannya.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan menjadi wacana atau sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan mengenai penerimaan teknologi yang telah diperoleh dan sebagai sarana aktualisasi diri dalam rangka pengembangan diri.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada penelitian ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang penyajian data dari penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan analisis dan interpretasi data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menguraikan dari hasil penelitian dan pembahasan kemudian dari kesimpulan tersebut peneliti mencoba untuk memberikan saran-saran yang diharapkan akan berguna bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Muflihadi (2016)

Penelitian Muflihadi berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Go-Jek Bandung)”. Objek penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang pernah menggunakan Go-Jek. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dan pengumpulan data menggunakan metode kuisioner.

Penelitian ini secara khusus menguji tiga variabel yaitu: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tiga variabel tersebut terhadap kepuasan Go-Jek. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian berdasarkan uji F hitung sebesar 82,737 dengan signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari *perceived usefulness* (X_1), *perceived ease of use* (X_2), dan *trust* (X_3) terhadap kepuasan konsumen. Kemudian melalui uji t dengan nilai t tabel sebesar 1,661 dapat diketahui bahwa ketiga variabel bebas yang diteliti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 71,9%.

2. Gunawan (2017)

Steven Gunawan melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab-Car di Surabaya”. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan dan menganalisis persepsi konsumen atas layanan Grab di Surabaya melalui variabel kinerja, *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*, dan *service quality*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 160 konsumen yang pernah menggunakan transportasi online Grab-Car dengan teknik pengambilan sampling yaitu *purposive sampling*. Teknik analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan statistik deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menyatakan variabel kinerja karyawan dapat diketahui bahwa responden merasa *driver* Grab-Car telah mengemudi dengan aman. Variabel *perceived ease of use* (PEOU) menunjukkan bahwa responden merasa interaksi yang dilakukan oleh responden mudah dimengerti oleh aplikasi Grab-Car. Variabel *perceived usefulness* (PU) menunjukkan bahwa responden merasakan kemudahan dalam segala hal setelah menggunakan aplikasi Grab-Car. Variabel *service quality* menunjukkan bahwa responden merasa senang dengan perhatian yang diberikan oleh Grab-Car.

3. Rakhmad (2013)

Rakhmad melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan *Youtube* dengan Pendekatan TAM”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terkait dengan penggunaan Youtube dengan mengadopsi TAM yang

terdiri dari konstruk persepsi kemudahan (X_1), persepsi kemanfaatan (Y_1), sikap (Y_2), minat perilaku (Y_3), dan kondisi nyata penggunaan (Y_4). Jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan pengambilan sampel sebanyak 90 responden mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2010/2011 dan 2011/2012 Universitas Brawijaya. Analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis path.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel persepsi kemanfaatan, dengan nilai koefisien path sebesar 0,661 dan nilai probabilitas t sebesar 0,000. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan dengan nilai koefisien path sebesar 0,338 dan nilai probabilitas t sebesar 0,006. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan dengan nilai koefisien path sebesar 0,245 dan probabilitas nilai t sebesar 0,045. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku dengan nilai koefisien path sebesar 0,300 dan nilai probabilitas t sebesar 0,009. Sikap penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat perilaku dengan koefisien path sebesar 0,125 dan nilai probabilitas t sebesar 0,271. Minat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap kondisi nyata penggunaan dengan nilai koefisien path sebesar 0,224 dan nilai probabilitas t sebesar 0,33. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kondisi nyata penggunaan dengan nilai koefisien path sebesar 0,308 dan nilai probabilitas t sebesar 0,004.

4. Aditya (2016)

Penelitian Aditya berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention* dengan Pendekatan TAM Pada Pengguna *Instant Messaging* LINE di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) bagaimana pengaruhnya terhadap minat perilaku (Y) penggunaan *instant messaging* LINE di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal, responden yang diteliti berjumlah 400 pengguna *instant messaging* LINE di Indonesia dengan teknik sampling insidental.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berada pada posisi angka 75,81% dengan kategori tinggi, persepsi kemudahan berada pada posisi angka 81,43% dengan kategori tinggi, minat perilaku berada pada posisi 79,52% dengan kategori tinggi, persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku sebesar 18,38%, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku sebesar 36,84% serta persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku sebesar 55,7%. Berdasarkan hasil uji F didapat nilai F hitung sebesar 249,619 dan tingkat signifikansinya 0,000 hal ini berarti dua variabel bebas persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi minat perilaku (Y) pada pengguna *instant messaging* LINE di Indonesia. Hasil uji t pada variabel persepsi kemanfaatan sebesar t hitung 6,886 dan tingkat signifikansi 0,000 dapat dinyatakan bahwa secara parsial; variabel persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *instant messaging* LINE di Indonesia.

Sedangkan nilai t hitung variabel persepsi kemudahan sebesar 11,926 dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *instant messaging* LINE di Indonesia.

5. Bangkara (2016)

Penelitian Rajendra Prasada Bangkara berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Pada Minat Penggunaan *Internet Banking* dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian dilakukan pada UMKM usaha dagang di Kota Denpasar karena memiliki jumlah UMKM usaha dagang yang paling besar di Bali. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 92 perusahaan dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan teknik analisis data dengan menggunakan teknik analisis jalur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) pada minat penggunaan (Y_2) *internet banking* dengan sikap (Y_1) sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian ini diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel *perceived ease of use* sebesar $0,00 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh *perceived ease of use* pada *attitude toward using*. Untuk hasil perhitungan taraf signifikansi *service value* sebesar $0,023 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh *perceived usefulness* pada minat (*intention*). Sedangkan untuk taraf signifikansi variabel *perceived ease of use* sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga terdapat pengaruh *perceived ease of use* pada minat (*intention*). Hasil perhitungan taraf signifikansi penelitian untuk variabel *attitude toward using* sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga terdapat pengaruh *perceived ease of use* pada minat (*intention*). Variabel

Attitude Toward Using menjadi penghubung yang positif antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* pada minat (*intention*). Pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung. Dengan kata lain *attitude toward using* menjadi penghubung yang kuat antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* pada minat (*intention*).

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Tahun	Variabel	Metode Penelitian
Mufilhhadi	2016	Variabel bebas: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan Variabel terikat: kepuasan konsumen	Jenis Penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik insidental sampling pada populasi Masyarakat Bandung yang pernah menggunakan Go-Jek
Gunawan	2017	Variabel bebas: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kinerja Variabel terikat: <i>service quality</i>	Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik <i>purposive sampling</i> pada populasi konsumen yang pernah menggunakan layanan Grab-Car
Rakhmad	2013	Variabel bebas: persepsi kemudahan Variabel terikat: persepsi kemanfaatan, sikap penggunaan, minat perilaku, dan penggunaan sesungguhnya	<i>Explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif dengan mengambil sampel dari populasi mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2010/2011 dan 2011/2012 Universitas Brawijaya
Aditya	2016	Variabel bebas: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan Variabel terikat: minat perilaku	Penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal dengan teknik insidental sampling pada populasi pengguna <i>instant messaging</i> LINE di Indonesia

Penelitian Sekarang	2017	Varibel bebas: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan Variabel terikat: minat perilaku	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, pengambilan data dengan teknik <i>purposive</i> sampling pada populasi mahasiswa Universitas Brawijaya pengguna aplikasi transportasi <i>online</i>
---------------------	------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: data diolah

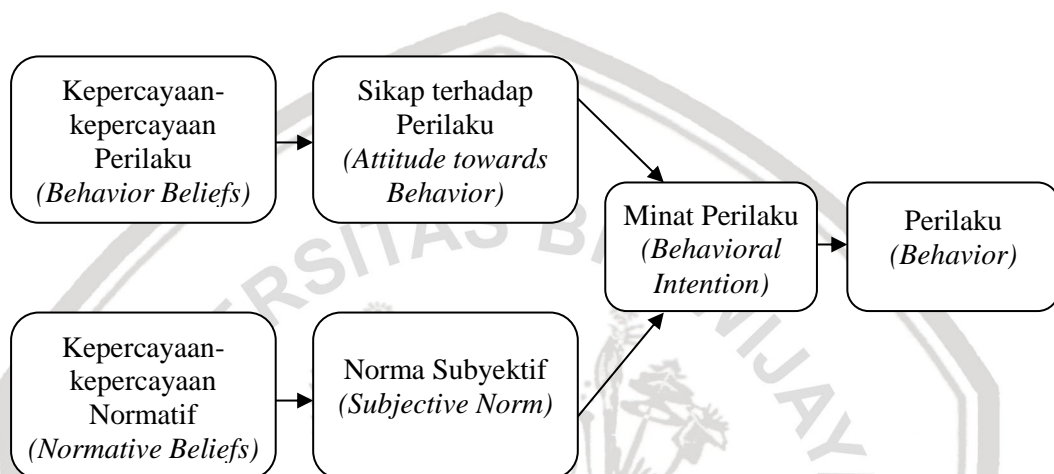
B. Landasan Teori

1. Konsep Model Penerimaan Teknologi

Menurut Jogiyanto (2008:111), model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis *et al.*, (1989) berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Ajzen dan Fisben (1975). Menurut Suhendro (2009:12), TRA merupakan teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Kings dan Gribbins (2002) menyebutkan bahwa akhir tahun 1960-an dan awal tahun 1970-an, Ajzen dan Fisben telah mengembangkan TRA yang membantu para peneliti untuk memahami dan memprediksi sikap dan perilaku individu.

Jogiyanto (2008:111), menyebutkan bahwa TRA lebih menekankan pada aspek proses kognitif dan menganggap bahwa manusia dengan daya nalar dalam memutuskan perilaku apa yang akan diambilnya, yang secara sistematis memanfaatkan informasi yang tersedia di sekitarnya. TRA membuat model perilaku seseorang sebagai fungsi dari tujuan perilaku. Model TRA dapat

diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat pelakunya. Model TRA yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fisben (1975) adalah:



Gambar 1. Theory of Reasoned Action (Ajzen dan Fishbein, 1975)

Behavior beliefs (kepercayaan-kepercayaan perilaku) merupakan sikap suka dan tidak suka seseorang atas suatu objek tertentu berdasarkan informasi yang dimilikinya (Fishbein dan Ajzen, 1975). Hal ini berarti informasi memegang peran penting dalam membentuk kepercayaan atau keyakinan seseorang atas sebuah objek tertentu sehingga mempunyai sikap menerima atau menolaknya. *Attitude towards behavior* (sikap terhadap perilaku) didefinisikan sebagai sikap yang merupakan perasaan positif atau negatif tentang perilaku yang ditunjukkan (Fishbein dan Ajzen, 1975). Hal ini berarti perilaku yang ditunjukkan merupakan dampak dari sikap. Kepercayaan yang dipegang oleh individu akan menentukan sikap positif atau negatif atas objek tertentu dan akan ditunjukkan dalam perilaku tertentu juga.

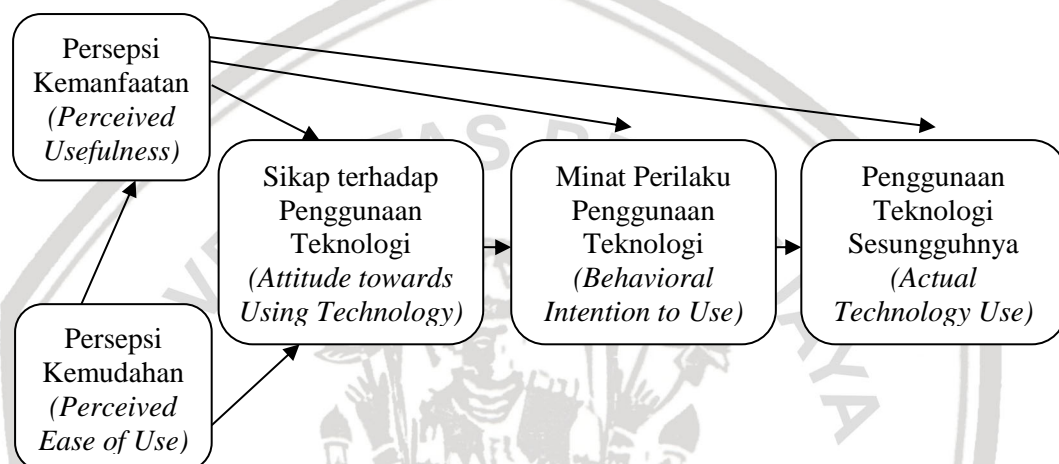
Attitude toward the behavior dipengaruhi oleh *behavior beliefs*. (Suhendro, 2009:13)

Subjective norm (norma subjektif) merupakan persepsi seseorang apakah orang-orang berpikir tentang perilaku yang seharusnya dilakukannya (Fishbein dan Ajzen, 1975). Perilaku yang seharusnya dilakukan didasarkan pada motivasi seseorang. Perilaku yang seharusnya dilakukan menjadi penentu minat seseorang dalam bertindak. *Subjective norm* ditentukan oleh *normative beliefs* (kepercayaan-kepercayaan normatif), yaitu keyakinan yang seharusnya dimiliki oleh individu terhadap objek tertentu berdasar informasi yang dimilikinya. (Suhendro, 2009:14)

Tujuan utama TAM adalah menjelaskan faktor-faktor utama perilaku pengguna terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi. TAM menambahkan dua konstruk utama yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. (Jogiyanto, 2008:112)

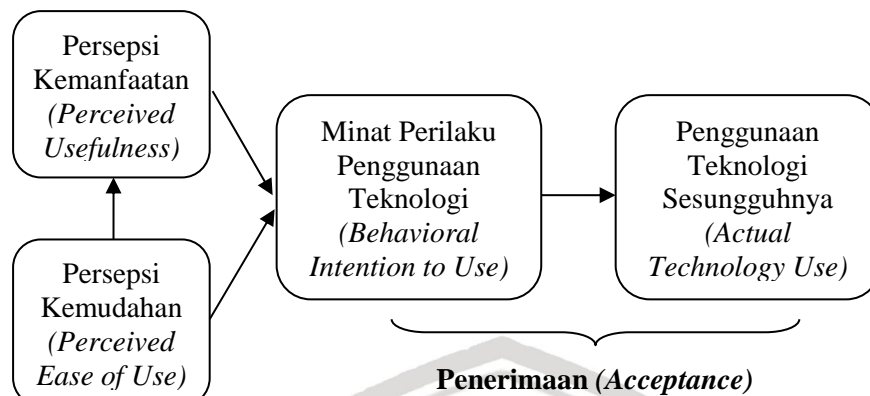
Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan keduanya mempunyai pengaruh ke minat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Persepsi kemanfaatan juga mempengaruhi persepsi kemudahan tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika sistem bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem masih berguna. TAM yang pertama yang belum

dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama, yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, sikap terhadap perilaku atau sikap penggunaan teknologi, minat perilaku atau minat perilaku penggunaan teknologi, dan perilaku atau penggunaan teknologi sesungguhnya (Jogiyanto, 2008:112). Model TAM menurut Davis (1989):



Gambar 2. Technology Acceptance Model (Davis et al., 1989)

Setelah diperkenalkan oleh Davis (1989), TAM banyak digunakan dan dikembangkan peneliti lainnya. Dalam perkembangannya TAM banyak mengalami modifikasi diantaranya penelitian Venkatesh dan Davis (1996) yang dikutip oleh Chuttur (2009) yaitu mengeleminasi variabel sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*). Variabel sikap tidak menunjukkan angka yang signifikan untuk memprediksikan penggunaan sistem (Chuttur, 2009:16). Penelitian lain yang dilakukan Gahtani (2001) juga memodifikasi model TAM dengan menggabungkan variabel minat perilaku (*behavioral intention to use*) dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) menjadi variabel penerimaan (*acceptance*). Perubahan nampak seperti gambar berikut:



Gambar 3. Modifikasi TAM Chuttur (2009) dan Gahtani (2001)

2. Persepsi Kemanfaatan

Menurut Jogiyanto (2008:144), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemanfaatan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi (misalnya Davis, 1989; Chau, 1996; Igbaria et al., 1997; Sun, 2003). Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap (*attitude*), minat perilaku (*behavioral intention*), dan perilaku (*behavior*) di dalam menggunakan teknologi dibandingkan konstruk yang lainnya (Jogiyanto, 2008:114).

3. Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2008:115), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan (*perceived of used*) mempengaruhi persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), dan penggunaan sesungguhnya (*behavior*) (Jogiyanto, 2008:115).

4. Minat Perilaku

Jogiyanto (2008:116), menyebutkan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misal motivasinya untuk tetap menggunakan maupun memotivasi pengguna lain atau menambah peripheral pendukung lainnya (Davis, 1989).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem

(misalnya adalah penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Davis et al., 1989; Taylor dan Todd, 1995; Venkatesh dan Davis, 2000) (Jogiyanto, 2008:116). Mathieson (1991) menyimpulkan bahwa TAM dapat menjelaskan minat perilaku dengan baik dan lebih sederhana. Hasil penelitian TAM menunjukkan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap (Davis 1986; Davis et al. 1993; Spacey et al. 2004); motivasi intrinsik (Saade 2007); ekspektasi kinerja, usaha dan faktor sosial (Handayani 2007); *perceived ease of use* tidak signifikan (Chau dalam Lu et al. 2003); *self efficacy* (Kripanont 2007); proses sosial/kultur (Bandiyopadhpay 2007); tak langsung dipengaruhi faktor sosial (Malhotra dan Galleta 1999) (Suhendro, 2009:70-71).

5. Transportasi Online

Transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat penting untuk menjalin hubungan antar manusia dalam segala aktivitasnya. Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain (Salim, 2016:6). Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri (Nasution, 2004:1). Pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya dalam satu wilayah tetapi juga antar pulau atau bahkan antar negara, maka sarana transportasi memegang peran yang sangat penting (Purba, 2017).

Sistem transportasi dari suatu wilayah dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari sarana-prasarana dan sistem pelayanan yang memungkinkan adanya pergerakan ke seluruh wilayah sehingga Santoso (1996:1)

menyatakan terakomodasinya mobilitas penduduk, dimungkinkan adanya pergerakan barang, dimungkinkan akses ke semua wilayah (Riadi, 2012). Pengangkutan memberikan jasa kepada masyarakat, yang disebut jasa angkutan. Jasa angkutan merupakan keluaran (*output*) perusahaan angkutan yang bermacam-macam jenisnya sesuai banyaknya jenis alat angkutan (seperti jasa pelayaran, jasa kereta api, jasa penerbangan, jasa angkutan bus dan lain-lain). Sebaliknya, jasa angkutan merupakan salah satu faktor masukan (*input*) dari kegiatan produksi, perdagangan, pertanian dan kegunaan lainnya (Nasution, 2004:16).

Transformasi dalam bidang transportasi di Indonesia berkembang pesat beberapa tahun terakhir. Perkembangan sistem teknologi informasi yang semakin canggih telah merambah dunia transportasi di Indonesia. Hal tersebut terlihat dari banyaknya bisnis jasa transportasi *online* yang bermunculan dalam tiga tahun terakhir. Transportasi *online* adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan *online* baik untuk pemesanan maupun pembayaran (Hariyanto, 2013).

Perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang begitu pesat turut mengubah sikap dan perilaku masyarakat dalam memilih moda transportasi. Dampak dari kecanggihan teknologi tersebut menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat. Aplikasi transportasi *online* menawarkan kemudahan, kecepatan, kenyamanan, kepastian biaya, dan segudang fasilitas menarik lainnya yang tidak ditemukan dalam transportasi konvensional.

Transportasi konvensional yang kurang layak dan regulasi tidak karuan juga mengakibatkan masyarakat enggan menggunakan jasa transportasi konvensional dan memilih alternatif transportasi lain. Masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi tidak akan kesulitan dalam melakukan aktivitas mobilisasinya. Tetapi, bagi yang tidak mempunyai kendaraan sendiri maka transportasi umum yang akan menjadi sarana bagi setiap aktivitasnya (Zakaria, 2013:2). Maka dengan hadirnya jasa transportasi *online* ini diharapkan dapat memberikan solusi atau alternatif bagi masyarakat yang tidak memiliki kendaraan pribadi dengan kebutuhan mobilitas tinggi.

Purba (2017), menyebutkan bahwa jasa transportasi *online* disebut juga dengan aplikasi *ridesharing* yang berarti berbagi tumpangan atau angkutan dari pemilik kendaraan ke calon penumpang yang dengan tarif yang sudah ditentukan oleh perusahaan pengelola aplikasi. Awal kemunculan transportasi *online* ini mulai marak pada tahun 2014 yang di inisiasi oleh aplikasi Uber yang mengusung *Taxi online*. Kemudian diikuti oleh kemunculan aplikasi Go-Jek, Grab dan berbagai aplikasi transportasi *online* lainnya.

Fenomena kemunculan aplikasi transportasi *online* sebenarnya menjadi solusi atas kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang mudah ditemukan, nyaman, murah, dan cepat. Faktor yang membuat transportasi *online* lebih diminati karena transportasi *online* menggabungkan layanan transportasi dengan teknologi sehingga tercipta banyak layanan yang tidak terdapat pada transportasi konvensional. Oleh karena itu, teknologi merupakan aspek yang penting dalam kehidupan global sehingga setiap bisnis harus mampu bersaing dengan

memanfaatkan teknologi sebagai keunggulan kompetitifnya. Dalam hal ini, transportasi *online* merupakan tuntutan persaingan yang mengharuskan peranan teknologi dalam mempermudah mobilitas masyarakat (Wijaya, 2016:27).

a. Beberapa jasa transportasi berbasis *online* yang ada di Indonesia:

1) Go-Jek

PT. Gojek Indonesia (Go-Jek), didirikan oleh Nadiem Makarim bersama Michaelangelo Moran (*Co-Founder*) pada tahun 2010. Go-Jek merupakan aplikasi pemesanan (*order*) layanan transportasi *online* pada *smartphone*. Go-Jek membuat terobosan baru dalam bidang transportasi umum yang menawarkan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, beberapa fitur yang ada pada aplikasi Go-Jek:

- a) Go-Ride: Layanan ojek *online* dimana pengemudi siap mengantar pengguna aplikasi dengan sepeda motor sesuai alamat yang dipesan pada aplikasi.
- b) Go-Car: Perbedaanya jika Go-Ride menggunakan sepeda motor Go-Car menggunakan mobil dan dengan tarif per kilometer.
- c) Go-Food: Layanan pesan-antar makanan dimana makanan dibayarkan dulu oleh pengemudi Go-Jek kemudian setelah sampai di tujuan pengguna membayar makanan beserta biaya antar sesuai dengan yang tertera pada aplikasi.
- d) Go-Mart: Layanan untuk berbelanja dari ribuan jenis barang dari berbagai macam toko dengan total pembelanjaan tidak lebih dari Rp 1.000.000.
- e) Go-Send: Layanan untuk mempermudah dalam pengiriman barang ataupun dokumen dalam satu area yang cukup cepat karena sampai di hari yang sama.

- f) Go-Box: Layanan logistik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam pengiriman barang dalam jumlah yang besar.
- g) Go-Pulsa: Layanan yang memungkinkan pengguna aplikasi Go-Jek untuk mengisi pulsa menggunakan saldo Go-Pay yang dimiliki dengan mudah.
- h) Go-Massage: Layanan pijat profesional. Terapis pijat akan datang ke rumah dengan jaminan layanan yang memuaskan.
- i) Go-Clean: Layanan berih-bersih rumah dengan tenaga tenaga profesional dan pelayanan yang diutamakan.
- j) Go-Glam: Layanan salon *online* atau rias kecantikan yang akan datang langsung ke rumah tanpa perlu pergi ke salon.
- k) Go-Tix: Layanan pesan tiket yang juga memberi informasi-informasi mengenai acara atau kegiatan yang akan berlangsung.
- l) Go-Auto: Layanan jasa otomotif yang memanggil mitra servis (montir) untuk mengatasi berbagai permasalahan motor atau mobil yang akan langsung datang ke lokasi.
- m) Go-Med: Solusi layanan terintegrasi yang memungkinkan pengguna untuk membeli obat-obatan, vitamin dan kebutuhan medis lainnya. (go-jek.com)

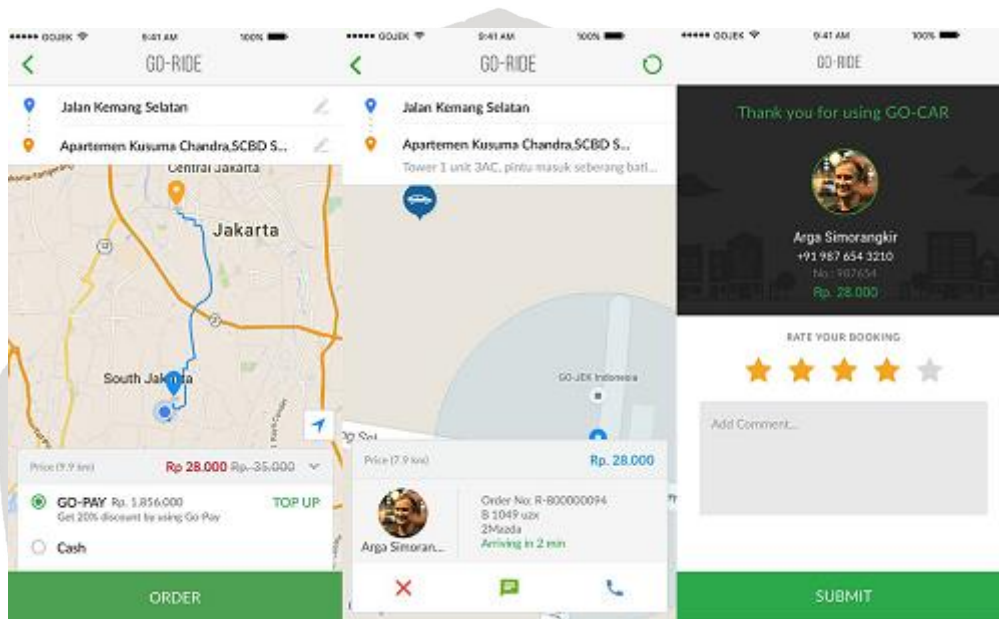
Go-Jek merupakan perusahaan transportasi *online* pertama di Indonesia yang menggunakan media teknologi berupa aplikasi untuk melakukan pemesanannya. Aplikasi Go-Jek dilengkapi dengan *GPS* sehingga posisi kendaraan bisa dipantau melalui *smartphone*. Tarifnya pun bisa terukur dari seberapa jauh jarak yang ditempuh. Selain itu, cara pembayarannya bisa secara kredit (Go-Pay) maupun tunai. Manajemen Go-Jek menerapkan sistem bagi hasil dengan ratusan

ribu pengemudi ojek yang saat ini berada di bawah naungan Go-Jek, pembagiannya adalah, 80% penghasilan untuk pengemudi ojek dan 20%-nya untuk Go-Jek. (Bendon, 2015)

Go-Jek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. 1) Kecepatan: Melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman, 2) Inovasi: Terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah masyarakat, 3) Dampak Sosial: Memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, saat ini aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 10.000.000 kali melalui Play Store maupun App Store. Jumlah mitra Go-Jek di seluruh Indonesia mencapai 250.000 pengemudi. Baru-baru ini Go-Jek juga menjadi satu-satunya perusahaan yang berasal Asia Tenggara yang masuk dalam daftar 56 Perusahaan yang mengubah dunia versi Majalah Fortune. (go-jek.com).



Gambar 4. Logo Perusahaan Go-Jek Indonesia
Sumber: flipersshop.com (2017)



Gambar 5. Tampilan Aplikasi Go-Jek
Sumber: jurnalapps.co.id (2018)

2) Grab

Grab merupakan layanan penyedia transportasi berbasis *online* yang didirikan oleh Anthony Tan (*CEO*) warga negara Malaysia pada tahun 2012. Saat ini Grab telah beroperasi di tujuh negara di Asia Tenggara yaitu: Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Myanmar, dan Indonesia. Layanan Grab resmi beroperasi di Indonesia setelah diluncurkan di Jakarta pada Mei 2015. Secara operasional menggunakan pola yang sama seperti Go-Jek, yaitu calon penumpang memesan layanan melalui aplikasi. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai dan non tunai melalui GrabPay. Perusahaan Grab menerapkan bagi hasil keuntungan

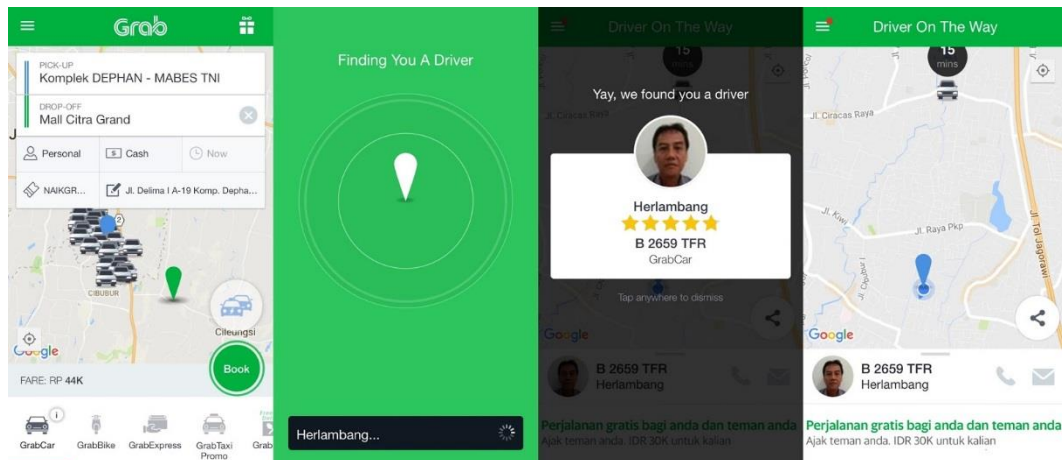
85% untuk pengendara dan 15% untuk perusahaan (grab.com/id). Layanan yang terdapat pada aplikasi Grab:

- a) GrabTaxi: Layanan yang membantu penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat pada aplikasi Grab dengan tarif sesuai argo yang berjalan.
- b) GrabCar: Penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya dengan tarif pasti, tanpa biaya pemesanan.
- c) GrabBike: Layanan ojek *online* dengan menggunakan kendaraan roda dua, memudahkan menerjang kemacetan dengan tarif yang pasti.
- d) GrabFood: Layanan terbaru dari Grab Indonesia untuk membeli makanan atau minuman dari restoran yang terdapat pada aplikasi Grab dan mengantarnya ke lokasi pelanggan.
- e) GrabExpress: Layanan kurir (pengiriman barang) ekspres yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan keamanan.
- f) GrabHitch Bike: Layanan yang mempertemukan pengemudi non komersial dan penumpang yang memiliki rute perjalanan searah. Perjalanan menggunakan kendaraan roda dua dengan tarif separuh harga.
- g) GrabHitch Car: Sama seperti GrabHitch Bike namun dengan kendaraan roda empat atau mobil.
- h) GrabRental: Layanan untuk perjalanan ke luar kota dengan sistem sewa mobil selama 6 jam. Layanan ini tersedia di Bandung dan Yogyakarta (grab.com/id).

Grab Indonesia telah beroperasi di wilayah-wilayah: Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Depok, Bandung, Cimahi, Cirebon, Semarang, Solo, Yogyakarta, Magelang, Klaten, Surabaya, Malang, Sidoarjo, Gresik, Mojokerto, Batu, Denpasar, Singaraja, Palembang, Pekanbaru, Lampung, Jambi, Batam, Medan, Binjai, Deli Serdang, Padang, Makassar, Maros, Gowa, Balikpapan, Banjarmasin, Manado, Mataram, Aceh, Bengkulu, Karawang, Sumedang, Indramayu, Tasikmalaya, Garut, Purwakarta, Kudus, Gunung Kidul, Sleman, Bantul, Kulon Progo, Kediri, Tabanan, Pangkalpinang, Samarinda, Singkawang, Pontionak, Palu, Pati, Demak, Pekalongan, Serang, Subang, Batang, Sragen, Salatiga, Boyolali, Jepara, Rembang, Purworejo, Kendal, Pemalang, Jember, Cianjur, Jayapura, Pangandaran, Karanganyar, Purwokerto, Pasuruan, dan Banyuwangi. Saat ini, terdapat lebih dari 200.000 mitra pengemudi Grab di seluruh Indonesia. Grab telah meraih penghargaan sertifikasi ISO 9001:2015 yang berarti pengakuan bahwa Grab merupakan partner transportasi terpercaya untuk pemerintah, bisnis, dan konsumen (Fauzi, 2016).



Gambar 6. Logo Perusahaan Grab
Sumber: ibtimes.sg (2017)



Gambar 7. Tampilan Aplikasi Grab

Sumber: 4.bp.blogspot.com (2018)

3) Uber

Uber menjadi pionir perusahaan jasa transportasi yang memanfaatkan teknologi dalam pemesanannya. Uber berdiri sekitar tahun 2009 oleh Garret Camp dan Travis Kalanick di kota San Fransisco, Amerika Serikat. Uber telah beroperasi di 82 negara di seluruh dunia. Layanan yang terdapat pada aplikasi Uber seperti:

- a) Uber Black: Layanan orisinil dari Uber dengan armada mobil kelas atas.
- b) UberX: Layanan Uber ekonomis dengan armada mobil kelas standart namun tetap aman, nyaman, dan terjangkau
- c) Uber Taxi: Pemesanan Taksi konvensional melalui aplikasi Uber dengan tarif sesuai argo taksi
- d) SUV: Layanan Uber dengan armada mobil berkapasitas cukup besar hingga enam orang
- e) LUX: Layanan Uber menggunakan mobil mewah berkapasitas empat orang
- f) Uber Motor: Layanan ojek dengan armada sepeda motor dan tarif ekonomis

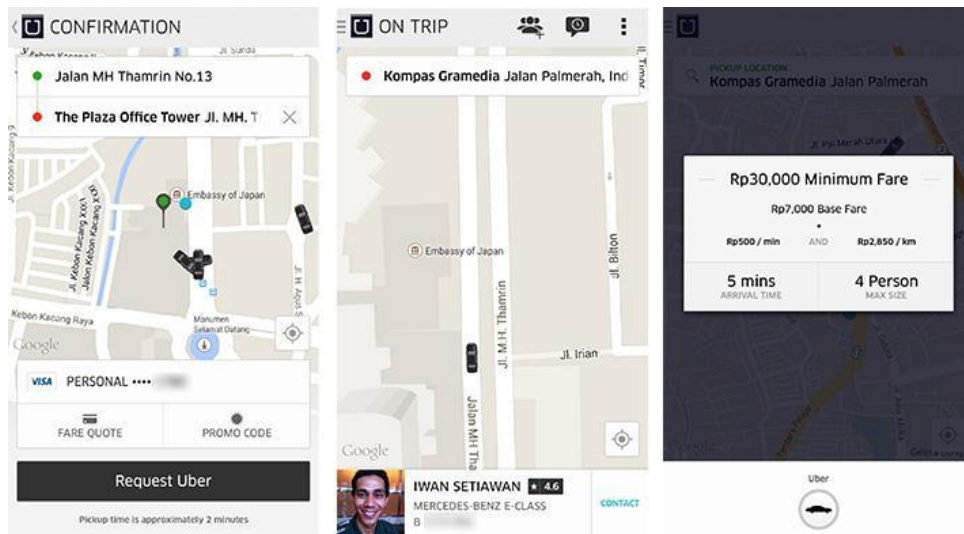
g) Uber Pool: Layanan Uber yang digunakan untuk mengantar beberapa penumpang dengan tujuan sama sehingga tarif lebih hemat. (nguber.net)

Pada tahun 2017 Uber telah beroperasi di beberapa wilayah di Indonesia seperti: Bali, Balikpapan, Bandung, Cirebon, Jakarta, Lampung, Makassar, Malang, Manado, Medan, Palembang, Pekanbaru, Pontianak, Semarang, Surabaya, Surakarta, Yogyakarta. Perusahaan Uber juga menerapkan bagi hasil antara pengendara dan perusahaan dengan skema berdasarkan jam *online* dari pengendara dikalikan 1,5x tarif yang tertera pada aplikasi. Misalnya seorang pengendara menyelesaikan *order* pada rentang hari Senin-Jumat pada rentang jam 05:00-09:00, jika tarif yang tertera pada aplikasi sebesar Rp 10.000, maka perkalian dari $1.5 \times \text{Rp } 10.000 = \text{Rp } 15.000$ sehingga pengendara akan mendapat tambahan Rp 5.000 dari Perusahaan Uber. Penambahan dari Perusahaan Uber maksimal senilai Rp 50.000.



Gambar 8. Logo Perusahaan Uber

Sumber: brandsofttheworld.com (2017)



Gambar 9. Tampilan Aplikasi Uber

Sumber: tekno.kompas.com (2018)

b. Komponen Sistem Informasi Aplikasi Transportasi *Online*:

- 1) Perangkat Lunak: adalah komponen yang memungkinkan perangkat keras untuk mengolah data melalui prosedur dan jaringan komunikasi yang sudah ditentukan. Go-Jek, Grab dan Uber telah menawarkan perangkat lunak pada aplikasi Android, IOS, dan juga Website. Pengguna bisa dengan mudahnya terhubung dan memanfaatkan informasi yang ada.
- 2) Perangkat Keras: merupakan piranti-piranti fisik dimana perangkat lunak berada. Perusahaan transportasi *online* menggunakan *smartphone* sebagai perangkat keras yang siap diinstal aplikasinya oleh pengguna.
- 3) Orang: adalah semua pihak yang bertanggung jawab dalam pengembangan informasi, penggunaan, dan penggunaan data. Beberapa posisi penting dalam perusahaan transportasi *online* antara lain Programmer, System Analyst, Administrator Database, Driver atau suksesor layanan lainnya, dan User.

- 4) Basisdata: Komponen informasi yang disimpan secara sistematis, sehingga dapat digunakan untuk menunjang kegiatan perusahaan. Pada Go-Jek antara lain adalah data penumpang, data driver, koordinat lokasi, data Go-Pay, dan lain-lain.
 - 5) Jaringan Komputer: merupakan media yang saling berhubungan secara komponen. Go-Jek, Grab, dan Uber menggunakan jaringan internet, sehingga bisa terhubung kepada pengguna dengan sistem informasi mereka yang berbasis cloud.
 - 6) Prosedur: Sekumpulan aturan yang digunakan untuk mewujudkan data dan kesesuaian keluaran yang dikehendaki. Hal-hal yang terkait sistematisa dalam aplikasi, seperti SOP Pemesanan, SOP Pembayaran, SOP Rekrutmen, dan lain-lain
- c. Teknologi yang Digunakan pada Aplikasi Transportasi *Online*
- Dalam memberikan layanan yang terbaik untuk konsumennya, Go-Jek, Grab dan Uber memanfaatkan teknologi informasi, antara lain:
- 1) Teknologi End User
 - a) Aplikasi Smartphone Android
 - b) Aplikasi Smartphone iOS
 - 2) Teknologi Database
 - a) Cloud Computing
 - b) Smartphone Storage
 - 3) API/Application Programming Interface (Pemrograman Aplikasi Antarmuka)
 - a) Google Maps

- b) Google Place
- c) Transjakarta API
- d) Apotikantar API

4) Pembayaran/Payment

E-Wallet (Go-Pay, Grab Credit)

5) Pelayanan pelanggan (Customer Service)

- a) Sosial Media
- b) Situs web
- c) Call Center

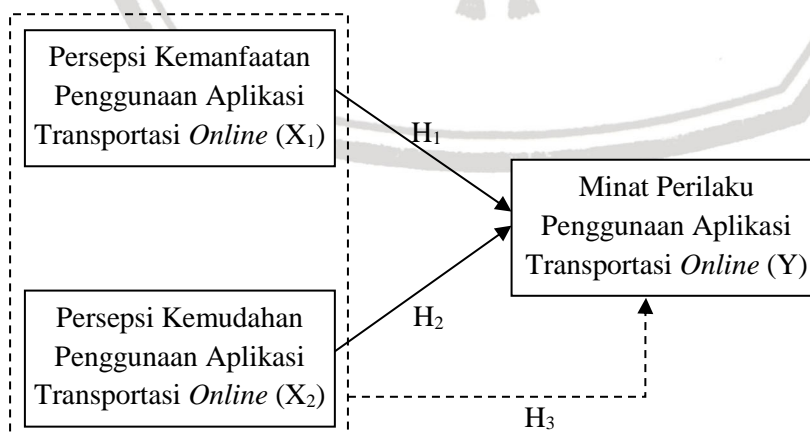
d. Cara Kerja Aplikasi Gojek, Grab, dan Uber

- 1) Pertama-tama konsumen dapat melakukan pemesanan Gojek/Grab/ Uber melalui aplikasi dengan terlebih dahulu memasukkan alamat penjemputan (*Pick Up*) dan alamat yang akan dituju (*Drop Off*). Konsumen juga dapat memilih metode pembayaran, apakah ingin membayar dengan *cash* atau menggunakan Go-Pay. Informasi tentang tarif pembayaran akan otomatis muncul setelah kedua alamat tersebut terisi,
- 2) Aplikasi akan segera memproses pesanan tersebut dengan menggunakan algoritma yang rumit untuk melakukan pencarian pengemudi terdekat yang akan mengantarkan pengguna,
- 3) Lalu pengemudi yang berhasil mendapatkan *bidding* (penawaran) berhak mengantarkan penumpang sesuai dengan alamat penjemputan dan mengantarkan penumpang sampai ke tujuan dengan aman,

- 4) Setelah sampai ditujuan, maka penumpang diharuskan membayar ke pengemudi. Jika pada saat pemesanan penumpang menggunakan metode pembayaran menggunakan Go-pay/Grab Credit/uang elektronik lainnya maka penumpang tidak perlu membayar lagi. (sepulsa.com)

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau kesimpulan sementara dari penelitian yang dilakukan. Menurut Siregar (2013:38) hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2009:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan pengkajian empiris dan teoritis yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disusun model hipotesis yang diambil dari model penerimaan teknologi (TAM) yang telah dimodifikasi oleh Chuttur (2009) dan Gahtani (2001) seperti gambar berikut:



Gambar 10. Model Hipotesis

1. Analisis Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2008:114).

Pada konteks minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* dapat dilakukan apabila sistem dapat meningkatkan kinerja bagi penggunanya. Seseorang akan mempunyai minat (*intention*) menggunakan aplikasi transportasi *online* jika dirasa dapat memberikan manfaat dalam aktivitas pekerjaannya. Oleh karena itu, tingkat persepsi kemanfaatan aplikasi transportasi *online* mempengaruhi minat perilaku pengguna untuk menggunakan aplikasi transportasi *online* tersebut.

Atas dasar kajian teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya

2. Analisis Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga

mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2008:115).

Persepsi kemudahan pada aplikasi transportasi *online* ini dimaksudkan agar pengguna dapat menggunakan layanan yang ada pada sistem dengan mudah dalam mempelajari dan mengaplikasikannya tanpa usaha yang rumit serta waktu dan biaya yang besar. Dengan demikian pengguna akan berminat menggunakan aplikasi transportasi *online* dengan senang dan tentunya dengan cara yang mudah.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya

3. Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Persepsi kemanfaatan dari minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* akan mempengaruhi tingkat penggunaan sesungguhnya. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi transportasi *online*, maka tingkat minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* akan semakin meningkat. Persepsi kemudahan juga mempengaruhi minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*. Semakin mudah cara pemesanan layanan pada aplikasi transportasi *online* akan mempengaruhi semakin seringnya layanan transportasi *online* tersebut digunakan oleh pengguna.

Atas dasar teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian (Sanusi, 2014:13). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:13). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengaruh variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku dalam penggunaan aplikasi transportasi *online*.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Brawijaya Malang. Alasan pemilihan lokasi karena Universitas Brawijaya merupakan Perguruan Tinggi Negeri dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia (Jahja, 2017). Peneliti mengamati bahwa banyak pengemudi transportasi *online* yang beroperasi di lingkungan Universitas Brawijaya, hal tersebut menandakan bahwa antusias Civitas Akademik Universitas Brawijaya cukup tinggi dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*. Tingginya jumlah permintaan jasa transportasi *online*

dari kalangan mahasiswa Universitas Brawijaya merupakan pasar yang potensial berkembangnya bisnis jasa transportasi berbasis *online*. Berdasarkan hal tersebut maka perlu diteliti sehubungan dengan pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku Mahasiswa Universitas Brawijaya dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*.

C. Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran

1. Variabel

Menurut Sugiyono (2009:58), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2009:59). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2).

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009:59).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat perilaku (Y)

2. Definisi Operasional Variabel

a. Persepsi Kemanfaatan (X_1)

Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2008:114). Variabel persepsi kemanfaatan ini digunakan untuk menganalisis pengaruhnya terhadap minat perilaku mahasiswa dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*. Variabel persepsi kemanfaatan diukur dengan indikator:

- 1) Aplikasi transportasi *online* membuat pekerjaan lebih cepat selesai
- 2) Aplikasi transportasi *online* meningkatkan kinerja
- 3) Aplikasi transportasi *online* menambah produktifitas kerja
- 4) Aplikasi transportasi *online* meningkatkan efektifitas kerja
- 5) Aplikasi transportasi *online* mempermudah pekerjaan
- 6) Aplikasi transportasi *online* bermanfaat dalam pekerjaan.

Instrumen pengukuran dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang di adaptasi dari Jogiyanto (2008:152).

b. Persepsi Kemudahan (X_2)

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sesuatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2008:115). Variabel persepsi kemudahan ini digunakan untuk melihat pengaruhnya terhadap minat perilaku mahasiswa dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*. Variabel persepsi kemudahan diukur dengan indikator:

- 1) Aplikasi transportasi *online* mudah dipelajari
- 2) Aplikasi transportasi *online* mudah dikontrol

- 3) Interaksi dengan aplikasi transportasi *online* jelas dan mudah dipahami
- 4) Aplikasi transportasi *online* bersifat fleksibel
- 5) Aplikasi transportasi *online* menambah keterampilan
- 6) Aplikasi transportasi *online* mudah digunakan.

Instrumen pengukuran dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang di adaptasi dari Jogiyanto (2008:152).

c. Minat Perilaku (Y)

Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu (Jogiyanto, 2008:116). Variabel minat perilaku ini menyatakan minat (*intention*) individu untuk menggunakan teknologi yang dipengaruhi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Variabel minat perilaku diukur dengan indikator:

- 1) Berencana menggunakan aplikasi transportasi *online* di waktu yang akan datang
- 2) Bermaksud untuk melanjutkan penggunaan aplikasi transportasi *online* di waktu yang akan datang
- 3) Selalu mencoba untuk menggunakan aplikasi transportasi *online*
- 4) Berharap penggunaan transportasi aplikasi *online* berlanjut di waktu yang akan datang
- 5) Selalu mencoba menggunakan aplikasi transportasi *online* dalam setiap kesempatan

Instrumen pengukuran dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang di adaptasi dari Jogiyanto (2008:180).

Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi Kemanfaatan (X_1)	<ul style="list-style-type: none"> a) Aplikasi transportasi <i>online</i> membuat pekerjaan lebih cepat selesai b) Aplikasi transportasi <i>online</i> meningkatkan kinerja c) Aplikasi transportasi <i>online</i> menambah produktivitas kerja d) Aplikasi transportasi <i>online</i> meningkatkan efektifitas kerja e) Aplikasi transportasi <i>online</i> mempermudah pekerjaan f) Aplikasi transportasi <i>online</i> bermanfaat dalam pekerjaan. 	Jogiyanto, (2008:152)
Persepsi Kemudahan (X_2)	<ul style="list-style-type: none"> a) Aplikasi transportasi <i>online</i> mudah dipelajari b) Aplikasi transportasi <i>online</i> mudah dikontrol c) Interaksi dengan aplikasi transportasi <i>online</i> jelas dan mudah dipahami d) Aplikasi transportasi <i>online</i> bersifat fleksibel e) Aplikasi transportasi <i>online</i> menambah keterampilan f) Aplikasi transportasi <i>online</i> mudah digunakan 	Jogiyanto, (2008:152)
Minat Perilaku (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a) Berencana menggunakan aplikasi transportasi <i>online</i> di waktu yang akan datang b) Bermaksud untuk melanjutkan penggunaan aplikasi transportasi <i>online</i> di waktu yang akan datang c) Selalu mencoba untuk menggunakan aplikasi transportasi <i>online</i> d) Berharap penggunaan aplikasi transportasi <i>online</i> berlanjut di waktu yang akan datang e) Selalu mencoba menggunakan aplikasi transportasi <i>online</i> dalam setiap kesempatan 	Jogiyanto, (2008:180)

3. Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2009:131-132). Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2009:132-133). Dalam penelitian ini, seluruh jawaban akan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. Penilaian Skala Likert

No	Jawaban	Nilai	Keterangan
1	Sangat Setuju	5	Sangat Setuju
2	Setuju	4	Setuju
3	Netral	3	Netral
4	Tidak Setuju	2	Tidak Setuju
5	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono (2009:133)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2014:87). Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang berstatus aktif. Berdasarkan data yang diperoleh dari Pusat Informasi, Dokumentasi, dan Keluhan (PIDK) Universitas Brawijaya, jumlah mahasiswa yang sedang menempuh

pendidikan S1 Universitas Brawijaya per Oktober 2017 sebanyak 55.392 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan wakil dari populasi yang diteliti. Menurut Sanusi (2014:87) sampel adalah bagian dari elemen-elemen (subjek dimana pengukuran dilakukan) populasi yang terpilih dengan harapan dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Faktor yang paling penting dalam menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan untuk mengestimasi sebuah parameter populasi adalah ukuran dari varians populasi (Cooper *et al*, 1996:221). Di dalam menghadapi obyek penelitian yang hampir homogen atau 100% homogen, maka peneliti cukup mengambil sebagian kecil saja untuk sampel (Agung, 2012:33). Populasi mahasiswa pada penelitian ini bersifat homogen dan mempunyai varians yang rendah karena hampir semua mahasiswa menguasai pengoperasian teknologi aplikasi pada *smartphone*. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini maka menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

N = Ukuran sampel

n = Banyaknya sampel

e = Presisi yang digunakan 10% atau 0,1

$$n = \frac{55.392}{1 + 55.392 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{55.392}{554,92}$$

$$n = 99,819$$

$$n = 100 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan populasi mahasiswa aktif jenjang S1 Universitas Brawijaya yang berjumlah 55.392 mahasiswa, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* atau disebut juga *judgement sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2014:95). Pertimbangan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah responden yang diminta untuk mengisi kuisisioner harus memenuhi dua kriteria yaitu: 1) responden berstatus mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan S1 Universitas Brawijaya dan 2) responden pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*

E. Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Sanusi, 2014:104). Data primer dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada responden yaitu sebanyak 100 Mahasiswa Universitas Brawijaya pengguna aplikasi transportasi *online*.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi Universitas Brawijaya. Pada penelitian ini sumber data sekunder berupa arsip dokumen.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Menurut Sanusi (2014:67), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada mahasiswa aktif jenjang S1 Universitas Brawijaya untuk meneliti tiga variabel yaitu persepsi kemanfaatan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan minat perilaku (Y). Kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2006:82). Kuisisioner yang digunakan peneliti merupakan kuisisioner dengan bentuk pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup akan meminta responden untuk membuat pilihan di antara serangkaian alternatif yang diberikan oleh peneliti (Sekaran, 2006:86).

F. Validitas dan Reliabilitas

Telah dikemukakan bahwa instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji instrumen sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas konsumen ditentukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Jika tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total

pada tingkat alfa tertentu (misalnya 5%) maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Product Moment* (r hitung) sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan :

r = koefisien relasi

X = skor butir

Y = skor total butir

N = jumlah sampel (responden).

Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid (Sanusi, 2014:77). Pada penelitian ini, jika nilai koefisien relasi (r) mempunyai taraf signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$) atau r hitung $> r$ tabel (tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$), maka item pertanyaan yang didasarkan indikator variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan minat perilaku yang digunakan dalam instrumen penelitian (kuisisioner) adalah valid. Sebaliknya, jika nilai koefisien relasi (r) mempunyai taraf signifikansi $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$) atau r hitung $< r$ tabel tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$), maka *item* pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini tidak valid.

Data dari Tabel 4. Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pertanyaan setiap variabel yaitu: persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), dan minat perilaku (Y) dinyatakan valid karena masing-masing indikator mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X ₁)	X _{1.1}	0,873	0,195	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,735	0,195	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,690	0,195	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,772	0,195	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,761	0,195	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,722	0,195	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan (X ₂)	X _{2.1}	0,850	0,195	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,881	0,195	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,850	0,195	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,869	0,195	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,530	0,195	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,824	0,195	0,000	Valid
Minat Perilaku (Y)	Y ₁	0,807	0,195	0,000	Valid
	Y ₂	0,835	0,195	0,000	Valid
	Y ₃	0,751	0,195	0,000	Valid
	Y ₄	0,788	0,195	0,000	Valid
	Y ₅	0,723	0,195	0,000	Valid

Sumber: data diolah

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan—*error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam *item* dalam instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran. Pengujian reliabilitas konsistensi menguji konsistensi jawaban responden atas semua *item* yang diukur sampai tingkat di mana *item-item* merupakan ukuran bebas dari konsep yang sama, mereka akan berkorelasi satu sama lain. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah koefisien alfa Cronbach (Cronbach, 1946) karena instrumen yang digunakan memiliki rentang nilai, rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum sj^2}{sx^2} \right]$$

keterangan:

α = reliabilitas instrumen

$\sum sj^2$ = jumlah varian item

sx^2 = varian total

k = banyaknya pertanyaan.

Semakin tinggi koefisien, semakin baik instrumen pengukuran (Sekaran, 2006:40-42). Menurut Suharsimi (2006:180) instrumen dapat dikatakan andal atau reliabel bila memiliki koefisien keadaan reliabilitas 0,6 atau lebih. Untuk menginterpretasikan koefisien Alpha digunakan kategori sebagai berikut:

Tabel 5. Interpretasi Koefisien Alpha

Koefisien	Interprestasi
0,800 sampai 1,000	Sangat tinggi
0,600 sampai 0,800	Tinggi
0,400 sampai 0,600	Cukup
0,200 sampai 0,400	Rendah
0,000 sampai 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi (2006:180)

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan didapatkan *item-item* pertanyaan yang valid. *Item* pertanyaan yang valid diuji reliabilitasnya dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X ₁)	0,851	0,600	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X ₂)	0,884	0,600	Reliabel
Minat Perilaku (Y)	0,838	0,600	Reliabel

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien *Croanbach's Alpha* seluruh variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan minat perilaku (Y) memiliki tingkat reliabilitas/kehandalan yang sangat tinggi.

G. Teknik Analisis

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Data yang dikumpulkan tersebut ditentukan oleh masalah penelitian yang sekaligus mencerminkan karakteristik tujuan studi apakah untuk eskplorasi, deskripsi, atau menguji hipotesis. Tujuan studi untuk eskplorasi dan deskripsi pada umumnya menggunakan teknik statistik deskriptif, sedangkan tujuan studi untuk menguji hipotesis menggunakan teknik statistif inferensial (Sanusi, 2014:115). Ditinjau dari tujuan studi penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan sebagai pendukung untuk menambah dan mempertajam analisis yang dilakukan, membantu memahami masalah yang diteliti serta memberikan gambaran umum tentang fenomena yang terjadi (Imandari, 2013:46). Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner

ditabulasi dan dideskripsikan berupa karakteristik responden dan distribusi *item* masing-masing variabel.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Suharsimi Arikunto, 2009:301). Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Kolmogorov-Smirnov*. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho : Data X berdistribusi normal

Ha : Data X tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengambilan keputusan berikut ini:

Apabila *Asymp. Sig (2-Tailed)* > 0,05 maka Ho diterima

Apabila *Asymp. Sig (2-Tailed)* < 0,05 maka Ho ditolak.

(Joko Sulisty, 2010:115)

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X_1 dan X_2) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Kriteria pengujian linearitas adalah jika nilai F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel (F hitung $\leq F$ tabel) (Sutrisno Hadi, 2004:14). Pengujian linearitas dilakukan dengan cara menguji nilai F dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 23.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah korelasi antara variabel bebas satu sama lain. Menurut Imam Ghozali (2006:95), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas ditinjau dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan rumus:

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance Value}}$$

Tolerance value mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Kriteria untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebasnya (Imam Ghozali, 2006:97).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians variabel untuk semua pengamatan/observasi (Imam Ghozali, 2006:99). Pada uji heteroskedastisitas diharapkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika nilai signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk pengujian heteroskedastisitas dilakukan uji korelasi *spearman rank* dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 23.

3. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut Sanusi (2014:134), regresi linear berganda merupakan perluasan dari regresi linear sederhana dengan menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua. Dalam penelitian ini adalah untuk

menghubungkan satu variabel terikat dengan dua variabel bebas dalam satu prediktif tunggal. Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

- a : konstanta
- b : koefisienn regresi
- X_1 : variabel persepsi kemanfaatan
- X_2 : variabel persepsi kemudahan
- Y : variabel minat perilaku

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas yaitu persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) terhadap variabel terikatnya yaitu minat perilaku (Y). Jika t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1,660 dengan taraf signifikansi 5% maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika t hitung kurang dari t tabel pada taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan aplikasi transportasi *online* secara simultan (bersama-sama). Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka variabel persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku (Y) penggunaan aplikasi transportasi

online. Sebaliknya apabila nilai F hitung kurang dari F tabel maka semua variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya sehingga hipotesis ditolak.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 1 Tahun 1963, dan kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1963 tertanggal 23 September 1963. Universitas ini semula berstatus swasta, dengan embrio sejak tahun 1957, yaitu berupa Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi yang merupakan cabang Universitas Swasta Sawerigading, Makasar. Kedua fakultas itu perkembangannya nampak kurang menggembirakan, sehingga di kalangan mahasiswa timbul keresahan. Beberapa orang dan tokoh mahasiswa yang menyadari hal ini kemudian mengadakan pendekatan-pendekatan kepada para pemuka masyarakat. Akhirnya, pada suatu pertemuan yang mereka lakukan di Balai Kota Malang pada tanggal 10 Mei 1957, tercetus gagasan untuk mendirikan sebuah Universitas kotapraja (Gemeentelijke Universiteit) yang diharapkan lebih dapat menjamin masa depan para mahasiswa.

Sebagai langkah pertama ke arah Universitas kotapraja, dibentuklah Yayasan Perguruan Tinggi Malang pada tanggal 28 Mei 1957. Yayasan ini kemudian membuka Perguruan Tinggi Hukum dan Pengetahuan Masyarakat (PTHPM) pada tanggal 1 Juli 1957. Mahasiswa dan dosen PTHPM terdiri dari bekas mahasiswa dan dosen Fakultas Hukum Universitas Sawerigading. Hampir

bersamaan dengan itu, pada tanggal 15 Agustus 1957 sebuah yayasan lain, yakni Yayasan Tinggi Ekonomi Malang mendirikan Perguruan Tinggi Ekonomi Malang (PTEM).

Pada perkembangan berikutnya, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kotapraja Malang dengan sebuah keputusan tertanggal 19 Juli 1958 mengakui PTHPM sebagai milik Kotapraja Malang. Pada peringatan Dies Natalis III PTHPM tanggal 1 Juli 1960, diresmikan pemakaian nama Universitas Kotapraja Malang. Universitas itu kemudian mendirikan Fakultas Administrasi Niaga (FAN) pada tanggal 10 Nopember 1960.

Pada acara Peringatan Dies Natalis IV Universitas Kotapraja Malang, nama universitas ini diganti menjadi Universitas Brawijaya. Nama ini diberikan oleh Presiden Republik Indonesia melalui kawat nomor: 258/K/1961 tanggal 11 Juli 1961. Selanjutnya pada tanggal 3 Oktober 1961 diadakan penggabungan antara Yayasan Perguruan Tinggi Ekonomi Malang yang mengasuh PTEM ke dalam sebuah yayasan baru yang bernama Yayasan Universitas Malang. Atas dasar penggabungan ini Universitas Brawijaya memiliki 4 fakultas, yakni Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat (FHPM) yang semula PTHPM, Fakultas Ekonomi (FE) yang semula bernama PTEM, Fakultas Administrasi Niaga (FAN) dan Fakultas Pertanian (FP). Penggabungan tersebut adalah salah satu usaha yang harus ditempuh untuk memperoleh status negeri bagi Universitas Brawijaya, karena sebelum itu walaupun diakui sebagai milik Kotapraja Malang, semua pembiayaan universitas masih menjadi tanggung jawab yayasan. Guna memenuhi syarat

penegerian, maka pada tanggal 26 Oktober 1961 Universitas Brawijaya mendirikan sebuah fakultas baru yakni Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan (FKHP).

Usaha yang dirintis selama beberapa tahun tersebut akhirnya menemui titik terang. Dalam sebuah pertemuan antara Panglima Daerah Militer VIII Brawijaya, Presiden Universitas Brawijaya, Presiden Universitas Tawangalun (Jember) serta Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan pada tanggal 7 Juli 1962, ternyata Menteri PTIP menyanggupi untuk menegerikan Universitas Brawijaya secara bertahap. Yang akan dinegerikan pertama adalah fakultas-fakultas eksakta, sedangkan fakultas sosial masih dalam pertimbangan. Dengan Surat keputusan Menteri PTIP Nomor 92 tertanggal 1 Agustus 1962 Fakultas Pertanian dan Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan diberi status negeri, terhitung sejak tanggal 1 Juli 1962 dan berada di bawah naungan Universitas Airlangga. Sambil menunggu proses selanjutnya, pada tanggal 30 September 1962, Fakultas Administrasi Niaga diubah namanya menjadi Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK), untuk menyesuaikan diri dengan Undang-Undang Perguruan Tinggi Nomor 22 Tahun 1961.

Dalam perkembangan selanjutnya, sesuai dengan dinamika keilmuan dan regulasi di bidang Pendidikan Tinggi, pada tahun 1982 FKK secara resmi berubah menjadi Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) berdasarkan PP No. 27 Tahun 1982 tentang Penataan Fakultas pada Universitas/Institut Negeri. Sementara itu di Probolinggo pada tanggal 28 Oktober 1961 dibuka sebuah Perguruan Tinggi Jurusan Perikanan Laut oleh Yayasan Pendidikan Tinggi Probolinggo. Jurusan ini kemudian menjadi salah satu jurusan dari Fakultas Kedokteran Hewan dan

Peternakan, yakni berdasarkan Surat Keputusan Menteri PTIP No. 163 Tahun 1963 Tanggal 25 Mei 1963.

Pada tanggal 5 Januari 1963, Universitas Brawijaya dengan seluruh fakultasnya dinegerikan dengan Keputusan Menteri PTIP Nomor 1 Tahun 1963. Fakultas Pertanian serta Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan yang semula berada di bawah naungan Universitas Airlangga dikembalikan ke Universitas Brawijaya. Selain itu diresmikan pula cabang-cabang Universitas Brawijaya di Jember, yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Kedokteran. Cabang di Jember ini semula adalah fakultas-fakultas dari Universitas Tawangalun.

Dengan Surat Keputusan Menteri PTIP Nomor 97 Tahun 1963 Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan di Kediri, terhitung sejak tanggal 15 Agustus 1963 ditetapkan sebagai cabang Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan Universitas Brawijaya. Surat Keputusan Menteri PTIP tentang penegerian itu telah dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1963 yang berlaku sejak tanggal 5 Januari 1963. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan sebagai hari lahir (Dies Natalis) Universitas Brawijaya.

2. Visi dan Misi Universitas Brawijaya

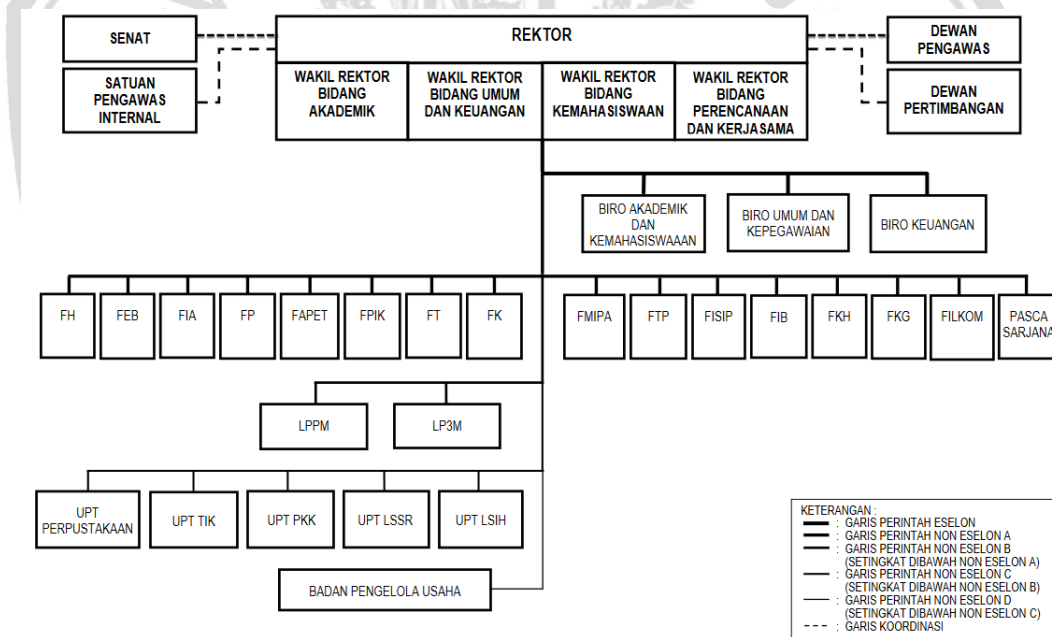
a. Visi Universitas Brawijaya

Menjadi universitas unggul yang berstandar internasional dan mampu berperan aktif dalam pembangunan bangsa melalui proses pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

b. Misi Universitas Brawijaya

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasional agar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan/atau profesi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan/atau berkemampuan entrepreneur.
- 2) Melakukan pengembangan dan penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

3. Struktur Organisasi Universitas Brawijaya



Gambar 11. Struktur Organisasi Universitas Brawijaya

Sumber: ub.ac.id

4. Fakultas dan Mahasiswa

Berikut ini daftar fakultas beserta jumlah mahasiswa aktif program S1

Universitas Brawijaya (data per Oktober 2017):

Tabel 7. Daftar Fakultas dan Jumlah Mahasiswa Aktif Program S1 Universitas Brawijaya

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	Ekonomi dan Bisnis	4433
2	Hukum	2841
3	Ilmu Administrasi	5698
4	Ilmu Budaya	3023
5	Ilmu Komputer	5151
6	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	6227
7	Kedokteran	2487
8	Kedokteran Gigi	495
9	Kedokteran Hewan	853
10	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	2507
11	Pertanian	5112
12	Perikanan dan Ilmu Kelautan	4675
13	Peternakan	3036
14	Teknik	5388
15	Teknologi Pertanian	3466
Total		55392

Sumber: Pusat Informasi dan Keluhan Universitas Brawijaya

B. Analisis

1. Analisis Statistik Deskriptif

a. Deskripsi Responden

Berdasarkan data yang diolah dari 100 kuisisioner, diperoleh gambaran responden yang secara lengkap diuraikan pada diagram sebagai berikut:

1) Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas

Deskripsi data responden berdasarkan fakultas dapat dilihat pada tabel 8. dan gambar 12. Data tersebut menunjukkan jumlah prosentase berdasarkan fakultas responden yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*. Dari data responden tersebut dapat dilihat responden yang berasal dari FEB sebanyak 6 orang (6%), FH sebanyak 5 orang (55), FIA sebanyak 11 orang (11%), FIB

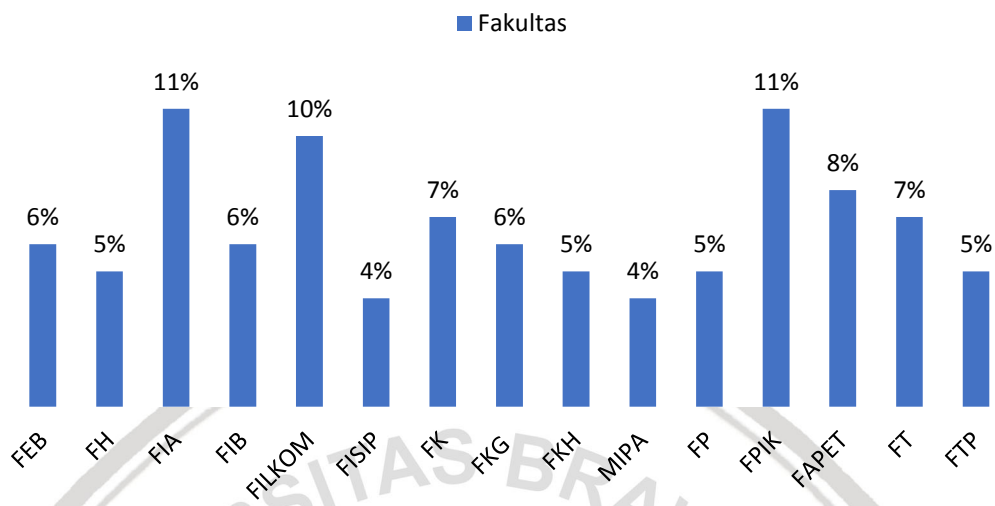
sebanyak 6 orang (6%), FILKOM sebanyak 10 orang (10%), FISIP sebanyak 4 orang (4%), FK sebanyak 7 orang (7%), FKG sebanyak (6%), FKH sebanyak 5 orang (5%), MIPA sebanyak 4 orang (4%), FP sebanyak 5 orang (5%), FPIK sebanyak 11 orang (11%), FAPET sebanyak 8 orang (8%), FT sebanyak 7 orang (7%), FTP sebanyak 5 orang (5%) pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*.

Tabel 8. Demografi Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	Prosentase
Ekonomi dan Bisnis (FEB)	6	6%
Hukum (FH)	5	5%
Ilmu Administrasi (FIA)	11	11%
Ilmu Budaya (FIB)	6	6%
Ilmu Komputer (FILKOM)	10	10%
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)	4	4%
Kedokteran (FK)	7	7%
Kedokteran Gigi (FKG)	6	6%
Kedokteran Hewan (FKH)	5	5%
Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA)	4	4%
Pertanian (FP)	5	5%
Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK)	11	11%
Peternakan (FAPET)	8	8%
Teknik (FT)	7	7%
Teknologi Pertanian (FTP)	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: data diolah

Responden Berdasarkan Fakultas



Gambar 12. Diagram Batang Demografi Responden Berdasarkan Fakultas

2) Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

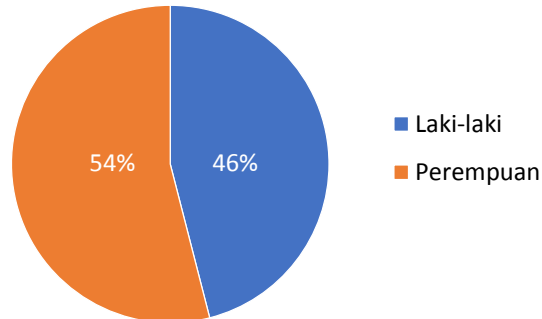
Tabel 9. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	46	46%
Perempuan	54	54%

Sumber: data diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah prosentase berdasarkan jenis kelamin responden yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa responden laki-laki yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online* sebanyak 46 orang (46%), sedangkan responden perempuan sebanyak 54 orang (54%) pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*. Hal tersebut digambarkan dalam diagram sebagai berikut:

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 13. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

3) Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Deskripsi data responden berdasarkan tahun angkatan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Demografi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Prosentase
2012	2	2%
2013	7	7%
2014	29	29%
2015	21	21%
2016	10	10%
2017	31	31%
Total	100	100%

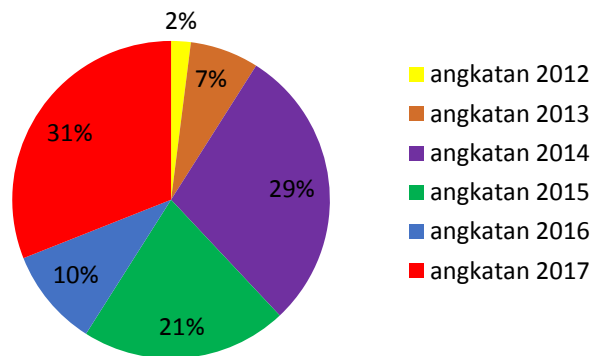
Sumber: data diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah prosentase berdasarkan tahun angkatan responden yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online*. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online* adalah angkatan 2017 sebanyak 31 orang (31%), selanjutnya angkatan 2014 sebanyak 29 orang (29%) diikuti angkatan 2015

sebanyak 21 orang (21%), kemudian angkatan 2016 sebanyak 10 orang (10%), dan angkatan 2013 sebanyak 7 orang (7%) serta angkatan 2012 sebanyak 2 orang (2%).

Hal tersebut digambarkan dalam diagram sebagai berikut:

Responden Berdasarkan Tahun Angkatan



Gambar 14. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

4) Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

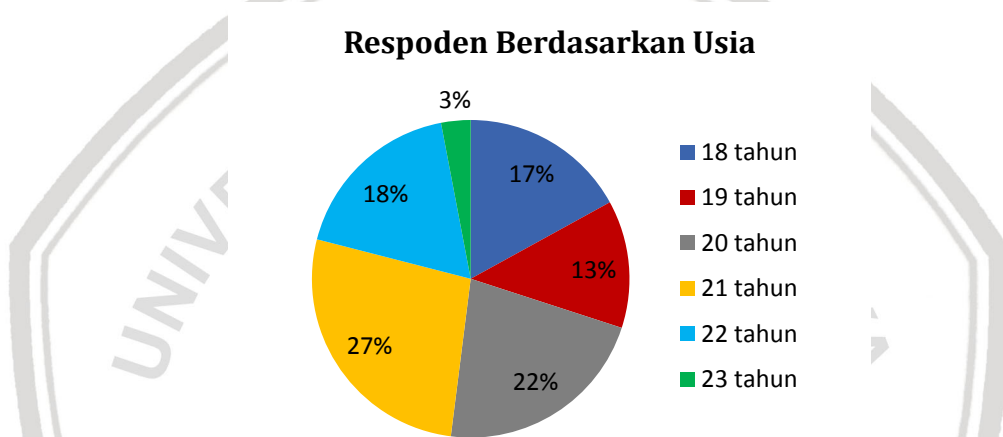
Prosentase usia responden yang pernah menggunakan aplikasi transportasi *online* dapat dilihat pada Tabel 11 dan Gambar 15. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 21 tahun sebanyak 27 orang (27%), kemudian usia 20 tahun sebanyak 22 orang (22%), selanjutnya usia 18 tahun sebanyak 17 orang (17%), dan usia 19 tahun sebanyak 13 orang (13%), serta usia 23 tahun sebanyak 3 orang (3%) sebagai berikut:



Tabel 11. Demografi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Prosentase
18	17	17%
19	13	13%
20	22	22%
21	27	27%
22	18	18%
23	3	3%
Total	100	100%

Sumber: data diolah

**Gambar 15. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Usia**

5) Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Online

Deskripsi data responden berdasarkan lama penggunaan aplikasi transportasi *online* dapat dilihat pada Tabel 12 dan Gambar 16. Data tersebut menunjukkan prosentase responden berdasarkan lama penggunaan aplikasi transportasi *online*.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi transportasi *online* lebih dari 1 tahun yaitu 35 orang (35%), kemudian 24 responden (24%) telah menggunakan aplikasi transportasi *online* kurang dari 1 tahun, selanjutnya 18 responden (18%) telah menggunakan

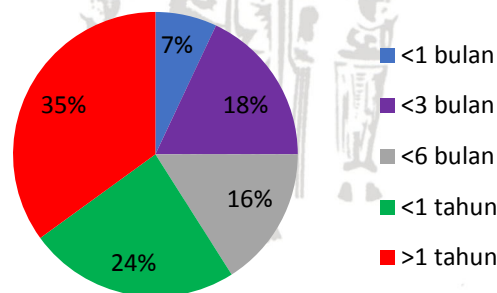
aplikasi transportasi *online* kurang dari 3 bulan, dan 16 responden (16%) telah menggunakan aplikasi transportasi *online* selama kurang dari 6 bulan, serta yang terakhir sebanyak 7 orang (7%) telah menggunakan aplikasi transportasi *online* kurang dari 1 bulan.

Tabel 12. Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Online

Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Online	Frekuensi	Prosentase
<1 bulan	7	7%
<3 bulan	18	18%
<6 bulan	16	16%
<1 tahun	24	24%
>1 tahun	35	35%
Total	100	100%

Sumber: data diolah

Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Online



Gambar 16. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Online

6) Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Transportasi Online dalam 1 Bulan

Deskripsi data responden berdasarkan jumlah penggunaan aplikasi transportasi *online* dalam 1 bulan, sebagai berikut:

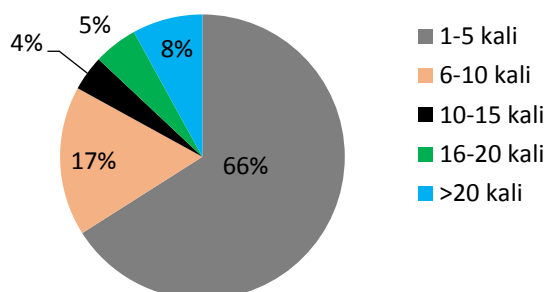
Tabel 13. Demografi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* dalam 1 Bulan

Jumlah Penggunaan	Frekuensi	Prosentase
1-5 kali	66	66%
6-10 kali	17	17%
10-15 kali	4	4%
16-20 kali	5	5%
>20 kali	8	8%
Total	100	100%

Sumber: data diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah penggunaan aplikasi transportasi *online* dalam 1 bulan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden biasa menggunakan aplikasi transportasi *online* sebanyak 1-5 kali dalam 1 bulan yaitu sejumlah 66 responden (66%), kemudian 17 orang (17%) menggunakan aplikasi transportasi *online* sebanyak 6-10 kali dalam 1 bulan, selanjutnya 4 orang (4%) biasa menggunakan aplikasi transportasi *online* sebanyak 10-15 kali dalam 1 bulan, dan 5 responden menggunakan aplikasi transportasi *online* sebanyak 16-20 kali dalam 1 bulan, serta 8 orang (8%) biasa menggunakan aplikasi transportasi *online* lebih dari 20 kali dalam 1 bulan.

Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* dalam 1 Bulan



Gambar 17. Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* dalam 1 Bulan

7) Data Penggunaan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan pada Aplikasi Transportasi *Online* Oleh Responden

Data mengenai jenis layanan yang pernah digunakan responden pada aplikasi transportasi *online* sebagai berikut:

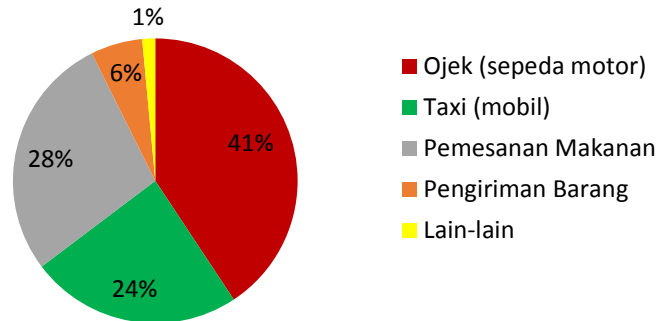
Tabel 14. Data Penggunaan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan pada Aplikasi Transportasi *Online* Oleh Responden

Jenis Layanan	Frekuensi	Prosentase
Ojek (sepeda motor)	83	41%
Taxi (mobil)	49	24%
Pemesanan Makanan	57	28%
Pengiriman Barang	12	6%
Lain-lain	3	1%
Total	204	100%

Sumber: data diolah

Pada kuisisioner yang menyatakan jenis layanan yang pernah digunakan pada aplikasi transportasi *online*, responden diperkenankan memilih lebih dari satu jawaban yang disediakan sesuai dengan pengalaman responden. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah menggunakan layanan ojek (sepeda motor) *online* yaitu sebanyak 83 responden (41%), kemudian diikuti oleh penggunaan layanan pemesanan makanan sebanyak 57 responden (28%), selanjutnya responden yang pernah menggunakan layanan taxi (mobil) *online* sebanyak 49 responden (24%), dan 12 responden (6%) pernah menggunakan layanan pengiriman barang, serta 3 responden (1%) pernah menggunakan layanan selain yang yang disebutkan di atas seperti belanja *online* dan pembelian pulsa. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:

Data Penggunaan Jenis Layanan pada Aplikasi Transportasi *Online* Oleh Responden



Gambar 18. Diagram Lingkaran Data Penggunaan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan pada Aplikasi Transportasi *Online* Oleh Responden

8) Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Transportasi *Online*

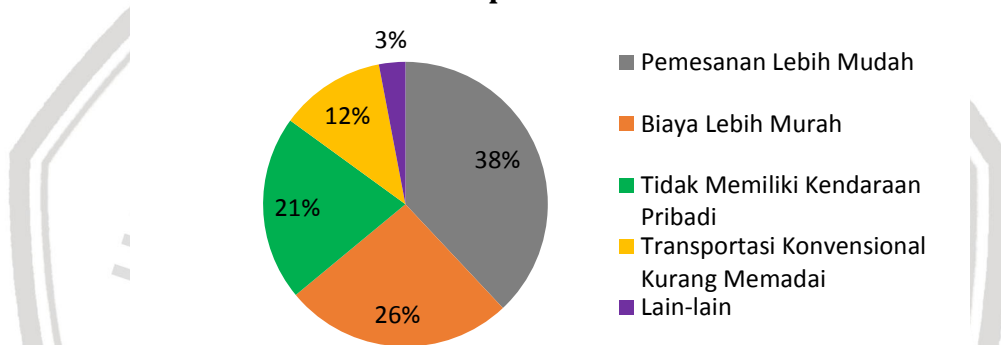
Deskripsi data responden berdasarkan alasan penggunaan transportasi *online* dapat dilihat pada Tabel 15 dan Gambar 19. Pada kuisioner yang menyatakan alasan penggunaan transportasi *online*, responden diperkenankan memilih lebih dari satu jawaban yang disediakan. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden sebanyak 66 orang (38%) memilih transportasi *online* karena lebih mudah dalam pencarian dan pemesanan layanannya, alasan selanjutnya karena biaya yang lebih murah dipilih oleh 46 responden (26%), kemudian 37 responden (21%) beralasan menggunakan transportasi *online* karena tidak memiliki kendaraan pribadi, dan 21 orang (12%) merasa transportasi konvensional yang kurang memadai, serta adanya alasan lain yang menentukan 5 responden (3%) menggunakan transportasi *online*. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram berikut:

Tabel 15. Demografi Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Transportasi Online

Alasan	Frekuensi	Prosentase
Pemesanan Lebih Mudah	66	38%
Biaya Lebih Murah	46	26%
Tidak Memiliki Kendaraan Pribadi	37	21%
Transportasi Konvensional Kurang Memadai	21	12%
Lain-lain	5	3%
Total	175	100%

Sumber: data diolah

Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Transportasi Online



Gambar 19. Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Transportasi Online

9) Data Merek Transportasi Online yang Pernah Digunakan Oleh Responden

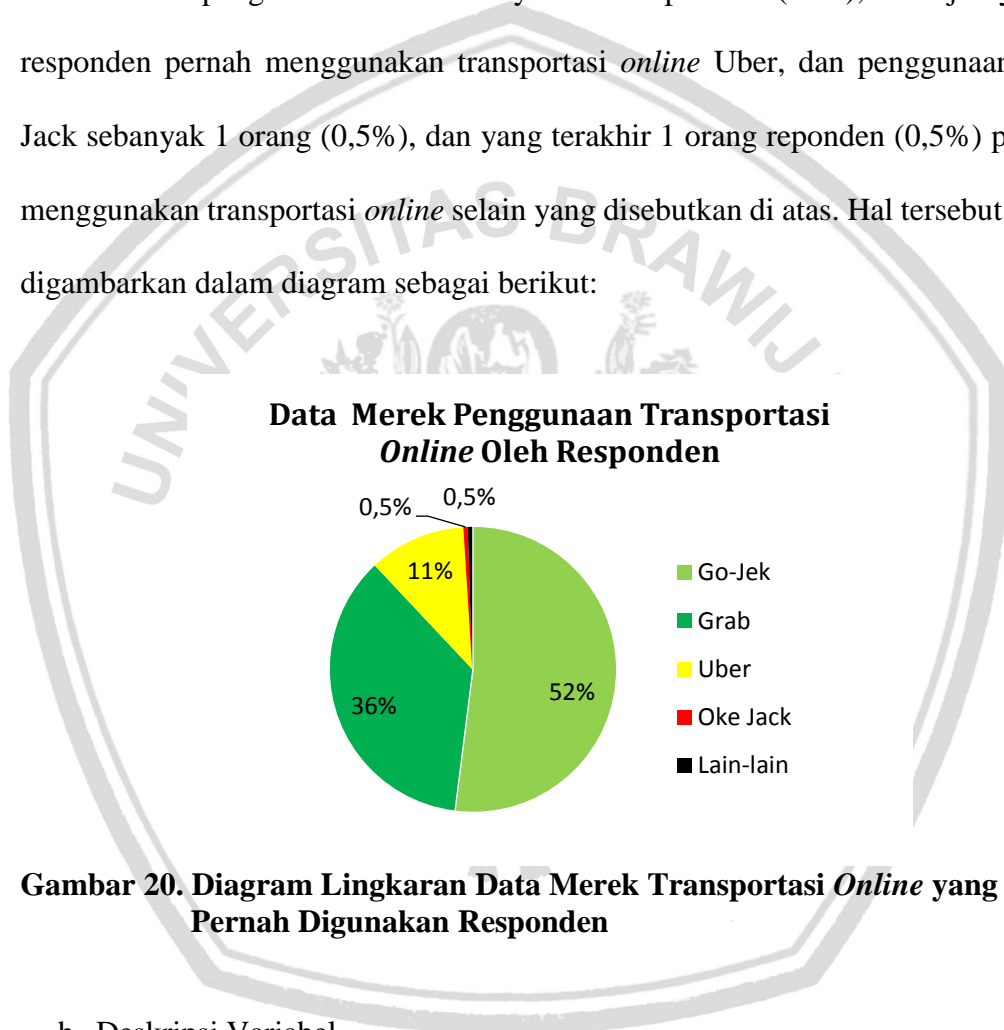
Berikut ini akan disajikan data penggunaan responden berdasarkan merek transportasi online yang pernah digunakan:

Tabel 16. Data Penggunaan Merek Transportasi Online Oleh Responden

Merek Transportasi Online	Frekuensi	Prosentase
Go-Jek	86	52%
Grab	59	36%
Uber	18	11%
Oke Jack	1	0,5%
Lain-lain	1	0,5%
Total	165	100%

Sumber: data diolah

Pada kuisisioner yang menyatakan merek transportasi *online* yang pernah digunakan, responden diperbolehkan memilih lebih dari satu merek transportasi *online* sesuai pengalaman responden. Berdasarkan data yang diperoleh sebagian besar responden yaitu 86 orang (52%) pernah menggunakan Go-Jek, kemudian disusul oleh penggunaan Grab sebanyak 59 responden (36%), selanjutnya 18 responden pernah menggunakan transportasi *online* Uber, dan penggunaan Oke Jack sebanyak 1 orang (0,5%), dan yang terakhir 1 orang reponden (0,5%) pernah menggunakan transportasi *online* selain yang disebutkan di atas. Hal tersebut dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 20. Diagram Lingkaran Data Merek Transportasi Online yang Pernah Digunakan Responden

b. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel dari masing-masing *item* merupakan gambaran distribusi frekuensi atas jawaban responden dari pertanyaan yang telah diajukan pada kuisisioner. Berdasarkan lima alternatif jawaban untuk masing-masing *item* adalah 1 s/d 5. Untuk penilaian tiap variabel dihitung dengan rumus:



$$\text{interval} = \frac{\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

(Sudjana, 1996:47)

Tabel 17. Penilaian Variabel

Kriteria Penilaian	Persepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemudahan	Minat Perilaku
1,00 – 1,79	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah	Rendah	Rendah
2,60 – 3,39	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
3,39 – 4,19	Tinggi	Tinggi	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber: data diolah

1) Deskripsi Variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1)

Variabel persepsi kemanfaatan penggunaan aplikasi transportasi *online* diukur menggunakan kuisioner yang terdiri dari 6 *item* pertanyaan dengan lima alternatif jawaban pada skala *likert*. Berdasarkan data tersebut diperoleh tanggapan responden terkait variabel persepsi kemanfaatan sebagai berikut:

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1)

No	Item	Jawaban Responden										Mean
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	0	0%	4	4%	15	15%	45	45%	36	36%	4,13
2	X1.2	0	0%	4	4%	44	44%	38	38%	14	14%	3,62
3	X1.3	2	2%	7	7%	55	55%	28	28%	8	8%	3,33
4	X1.4	0	0%	5	5%	16	16%	55	55%	24	24%	3,98
5	X1.5	0	0%	0	0%	15	15%	49	49%	36	36%	4,21
6	X1.6	1	1%	4	4%	8	8%	44	44%	43	43%	4,24
Mean											3,92	

Sumber: data diolah

Pada Tabel 18. diperoleh penjelasan mengenai distribusi frekuensi masing-masing *item* variabel persepsi kemanfaatan (X_1). Pada pertanyaan X1.1 yaitu

tentang menggunakan aplikasi transportasi *online* membuat urusan lebih cepat selesai, 36 responden menyatakan sangat setuju (36%), 45 responden menyatakan setuju (45%), 15 responden berpendapat netral (15%), dan 4 orang responden menyatakan tidak setuju (4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden (45%) setuju bahwa menggunakan aplikasi transportasi *online* mempercepat urusan mereka. Nilai mean untuk *item* X1.1 adalah 4,13 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti dengan menggunakan aplikasi transportasi *online* maka dapat memungkinkan untuk menyelesaikan urusan dengan lebih cepat.

Pada *item* X1.2 tentang aplikasi transportasi *online* dapat meningkatkan kinerja, 14 responden menyatakan sangat setuju (14%), 38 responden menyatakan setuju (38%), 44 responden berpendapat netral (44%), dan 4 responden menyatakan tidak setuju (4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden (44%) merasa aplikasi transportasi *online* cukup meningkatkan kinerja mereka. Nilai mean untuk *item* X1.2 sebesar 3,62 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti aplikasi transportasi *online* dapat meningkatkan kinerja penggunanya.

Pada *item* X1.3 pertanyaan tentang menggunakan aplikasi transportasi *online* membuat lebih produktif, 8 responden menyatakan sangat setuju (8%), 38 responden menyatakan setuju (38%), 55 responden berpendapat netral (55%), 7 responden menyatakan tidak setuju (7%), dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa aplikasi transportasi *online* cukup meningkatkan produktifitas mereka. Nilai

mean untuk X1.3 sebesar 3,33 termasuk dalam kategori cukup tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa aplikasi transportasi *online* dapat menambah produktifitas penggunanya.

Pada *item* X1.4 pertanyaan tentang menggunakan aplikasi transportasi *online* lebih efektif, 24 responden menyatakan sangat setuju (24%), 55 responden menyatakan setuju (55%), 16 responden berpendapat netral (16%), dan 5 responden menyatakan tidak setuju (5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar reponden setuju bahwa menggunakan aplikasi tranportasi *online* menjadikan waktu mereka lebih efektif. Nilai mean untuk X1.4 sebesar 3,98 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna merasa lebih efektif saat menggunakan aplikasi transportasi *online*.

Pada *item* X1.5 pertanyaan mengenai transportasi aplikasi *online* mempermudah aktivitas penggunanya, 36 responden menyatakan sangat setuju (36%), 49 responden menyatakan setuju (49%), 15 responden berpendapat netral (15%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden setuju bahwa aplikasi transportasi *online* dapat mempermudah urusan mereka. Nilai mean untuk X1.5 sebesar 4,21 termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa dengan menggunakan aplikasi transportasi *online* akan mempermudah aktivitas penggunanya.

Pada *item* X1.6 pertanyaan mengenai aplikasi transportasi *online* sangat bermanfaat, 43 responden menyatakan sangat setuju (43%), 44 responden menyatakan setuju (44%), 8 responden berpendapat netral (8%), 4 responden

menyatakan tidak setuju (4%), dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa keberadaan aplikasi transportasi *online* sangat bermanfaat. Nilai mean untuk X1.6 sebesar 4,24 termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti dengan menggunakan aplikasi transportasi *online* menghadirkan manfaat yang nyata untuk penggunanya.

Berdasarkan keenam *item* pertanyaan variabel persepsi kemanfaatan, nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 3,92 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa aplikasi transportasi *online* bermanfaat untuk menunjang aktivitas penggunanya.

2) Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Variabel persepsi kemudahan penggunaan transportasi *online* diukur menggunakan kuisioner yang terdiri dari 6 *item* pertanyaan dengan lima alternatif jawaban pada skala *likert*. Berdasarkan data tersebut diperoleh data jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X_2)

No	Item	Jawaban Responden										Mean
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	0	0%	4	4%	7	7%	49	49%	40	40%	4,25
2	X2.2	0	0%	3	3%	9	9%	56	56%	32	32%	4,17
3	X2.3	0	0%	4	4%	15	15%	56	56%	25	25%	4,02
4	X2.4	1	1%	4	4%	7	7%	57	57%	31	31%	4,13
5	X2.5	0	0%	15	15%	60	60%	15	15%	10	10%	3,20
6	X2.6	0	0%	5	5%	10	10%	53	53%	32	32%	4,12
Mean											3,99	

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 19. diperoleh data mengenai distribusi frekuensi masing-masing *item* dari variabel persepsi kemudahan (X_2). Pada *item* X2.1 pertanyaan mengenai aplikasi transportasi *online* mudah untuk dipelajari, 40 responden menyatakan sangat setuju (40%), 49 responden menyatakan setuju (49%), 7 responden menjawab netral (7%), dan 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa aplikasi transportasi *online* mudah untuk dipelajari. Nilai mean untuk X2.1 sebesar 4,25 termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa pengguna merasa mudah dalam mempelajari aplikasi transportasi *online*.

Pada *item* X2.2 pertanyaan mengenai kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi transportasi *online*, 32 responden menyatakan sangat setuju (32%), 56 responden menyatakan setuju (56%), 9 responden menjawab netral (9%), dan 3 reponden menyatakan tidak setuju (3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa aplikasi transportasi *online* mudah utuk dioperasikan. Nilai mean untuk *item* X2.1 sebesar 4,17 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengguna merasa mudah dalam mengoperasikan atau mengontrol aplikasi trasnportasi *online*.

Pada *item* X2.3 pertanyaan mengenai interaksi dengan aplikasi transportasi *online* jelas dan mudah dipahami, 25 responden menyatakan sangat setuju (25%), 56 responden menyatakan setuju (56%), 15 responden menjawab netral (15%), 4 responden menyatakan tidak setuju (4%). Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju apabila aplikasi

transportasi *online* jelas dan mudah dipahami. Nilai mean untuk *item* X2.3 sebesar 4,02 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti pengguna merasa jelas dan mudah memahami saat berinteraksi dengan aplikasi transportasi *online*.

Pada X2.4 *item* pertanyaan mengenai aplikasi transportasi *online* sangat fleksibel untuk digunakan, 31 responden menyatakan sangat setuju (31%), 57 responden menyatakan setuju (57%), 7 responden menjawab netral (7%), 4 responden menyatakan tidak setuju (4%), dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju (1%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju dengan pernyataan transportasi *online* sangat fleksibel untuk digunakan. Nilai mean untuk *item* X2.4 sebesar 4,13 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna merasa aplikasi transportasi *online* sangat fleksibel untuk digunakan.

Pada X2.5 *item* pertanyaan mengenai aplikasi transportasi *online* akan menambah keterampilan penggunanya, 10 responden menyatakan sangat setuju (10%), 15 responden menyatakan setuju (15%), 60 responden menjawab netral (60%), dan 15 responden menyatakan tidak setuju (15%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa bahwa aplikasi transportasi *online* cukup menambah keterampilan mereka. Nilai mean untuk *item* X2.5 sebesar 3,20 termasuk dalam kategori cukup tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa aplikasi transportasi *online* dapat menambah keterampilan penggunanya.

Pada *item* X2.6 pertanyaan mengenai secara keseluruhan aplikasi transportasi *online* mudah untuk digunakan, 32 responden menyatakan sangat setuju (32%), 53 responden menyatakan setuju (53%), 10 responden menjawab

netral (10%), dan 5 responden menyatakan tidak setuju (5%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa secara keseluruhan aplikasi transportasi *online* mudah untuk digunakan. Nilai mean untuk X2.6 sebesar 4,12 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diartikan aplikasi transportasi *online* mudah untuk digunakan.

Dari keenam *item* pertanyaan variabel persepsi kemudahan (X_2) diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,99 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa aplikasi transportasi *online* mudah untuk digunakan atau dioperasikan.

3) Deskripsi Variabel Minat Perilaku (Y)

Variabel minat perilaku penggunaan transportasi *online* diukur menggunakan kuisioner yang terdiri dari 5 *item* pertanyaan dengan lima alternatif jawaban pada skala *likert*. Berdasarkan data jawaban responden dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Perilaku (Y)

No	Item	Jawaban Responden										Mean
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y1	0	0%	8	8%	19	19%	48	48%	25	25%	3,90
2	Y2	1	1%	9	9%	35	35%	40	40%	15	15%	3,59
3	Y3	0	0%	8	8%	44	44%	36	36%	12	12%	3,52
4	Y4	1	1%	9	9%	36	36%	37	37%	17	17%	3,60
5	Y5	3	3%	22	22%	45	45%	20	20%	10	10%	3,12
Mean											3,55	

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 20. diperoleh penjelasan mengenai distribusi frekuensi masing-masing *item* variabel minat perilaku (Y). Pada item Y1 pertanyaan mengenai rencana penggunaan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang, 25 responden menyatakan sangat setuju (25%), 48 responden

menyatakan setuju (48%), 19 responden menjawab netral (19%), dan 8 responden menyatakan tidak setuju (8%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai rencana penggunaan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang. Nilai mean untuk item Y1 sebesar 3,90 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diartikan responden akan menggunakan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang.

Pada *item* Y2 pertanyaan mengenai niat penggunaan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang, 15 responden menyatakan sangat setuju (15%), 40 responden menyatakan setuju (40%), 35 responden menjawab netral (45%), 9 responden menyatakan tidak setuju (9%), dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju (1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai niat penggunaan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang. Nilai mean untuk item Y2 sebesar 3,59 termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan responden berniat menggunakan aplikasi transportasi *online* diwaktu yang akan datang.

Pada *item* Y3 pertanyaan mengenai penggunaan layanan pada aplikasi transportasi *online* secara terus-menerus karena sangat bermanfaat, 12 responden menyatakan sangat setuju (12%), 36 responden menyatakan setuju (36%), 44 responden menjawab netral (44%), 8 responden menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju akan menggunakan layanan transportasi *online* secukupnya karena dirasa sangat bermanfaat. Nilai mean untuk item Y3 sebesar 3,52 termasuk dalam kategori

tinggi. Hal ini berarti layanan pada aplikasi transportasi *online* akan selalu digunakan karena sangat bermanfaat.

Pada *item* Y4 pertanyaan mengenai harapan penggunaan aplikasi transportasi *online* yang berkelanjutan diwaktu yang akan datang, 17 responden menyatakan sangat setuju (17%), 37 responden menyatakan setuju (37%), 36 responden menjawab netral (36%), 9 responden menyatakan tidak setuju (9%), dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju akan menggunakan aplikasi transportasi *online* secara berkelanjutan diwaktu yang akan datang. Nilai mean untuk *item* Y4 sebesar 3,60 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diartikan responden berharap menggunakan aplikasi transportasi *online* secara berkelanjutan diwaktu yang akan datang.

Pada *item* Y5 pertanyaan mengenai penggunaan aplikasi transportasi *online* dalam setiap kesempatan, 10 responden menyatakan sangat setuju (10%), 20 responden menyatakan setuju (20%), 45 responden menjawab netral (45%), 22 responden menyatakan tidak setuju (22%), dan 3 responden menyatakan sangat tidak setuju (3%). Hal tersebut menunjukkan sebagian besar responden setuju akan selalu mencoba menggunakan aplikasi transportasi *online* dalam setiap kesempatan. Nilai mean untuk *item* Y5 sebesar 3,12 termasuk dalam kategori cukup tinggi. Hal ini berarti pengguna selalu mencoba menggunakan aplikasi transportasi *online* dalam setiap kesempatan.

Dari kelima *item* pertanyaan pada variabel minat perilaku (Y) diperoleh nilai mean sebesar 3,55 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat

diakatan bahwa responden mempunyai keinginan dan minat untuk menggunakan aplikasi transportasi *online*.

2. Uji Prasyarat Analisis

Sebelum melakukan analisis dengan regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk membuktikan bahwa data yang digunakan telah bebas dari masalah normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Jika salah satu uji pada asumsi klasik tidak terpenuhi, maka akan menyebabkan bias pada persamaan regresi yang berpengaruh terhadap hasil penelitian. Penjelasan masing-masing uji prasyarat analisis sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dalam model regresi, uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, karena uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 23 dengan teknik analisis *Kolmogorof-Smirnov*. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* dengan nilai *alpha* yang ditentukan sebesar 5%. Apabila nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,90213361
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,049
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui nilai signifikansi atau *Asymp. Sig (2-Tailed)* sebesar $0,20 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah 2 variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Kriteria pengujian linearitas adalah jika nilai signifikansi atau *linearity* dari tabel Anova pada masing-masing variabel bebas $> 0,05$, maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah linear. Hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Linearitas

Variabel	F hitung	Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan	1,780	0,055	Linear
Persepsi Kemudahan	0,822	0,644	Linear

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji linearitas dapat diketahui bahwa variabel bebas persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan mempunyai nilai signifikansi yang lebih

besar dari 0,05 dan nilai F hitung yang kurang dari F tabel (3,09), hal ini menunjukkan variabel penelitian linear.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat gejala korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinieritas menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi. Syarat tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,1. Hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 23. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X_1)	0,586	1,706	Non Multikolinieritas
Persepsi Kemudahan (X_2)	0,586	1,706	Non Multikolinieritas

Sumber: data diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF yang < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians variabel untuk semua pengamatan/observasi. Pada uji heteroskedastisitas diharapkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Pengujian ini menggunakan metode koefisien relasi *Rank Spearman*. Jika nilai signifikansi variabel bebas > alpha 5% maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X_1)	0,547	Non Heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan (X_2)	0,735	Non Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat perilaku (Y) nyata atau tidak. Hasil uji t pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 25. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel Bebas	Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Persepsi Kemanfaatan (X_1)	3,997	0,325	3,012	0,003
Persepsi Kemudahan (X_2)		0,255	2,432	0,017

Sumber: data diolah

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,997 + 0,255 X_1 + 0,325 X_2$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,997 dapat diartikan apabila variabel persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) dianggap konstan atau tidak

mengalami perubahan, maka minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* Mahasiswa Universitas Brawijaya sebesar 3,997.

- 2) Nilai koefisien variabel persepsi kemanfaatan (X_1) sebesar 0,255 artinya jika variabel persepsi kemanfaatan (X_1) mengalami peningkatan tiap satuan maka variabel minat perilaku (Y) akan meningkat sebesar 0,255. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden terhadap manfaat aplikasi transportasi *online*, maka minat menggunakan aplikasi transportasi *online* semakin besar.
- 3) Nilai koefisien variabel persepsi kemudahan (X_2) sebesar 0,325 artinya jika variabel persepsi kemudahan (X_2) mengalami peningkatan tiap satuan maka variabel minat perilaku (Y) akan meningkat sebesar 0,325. Hal ini berarti semakin baik persepsi responden akan kemudahan penggunaan aplikasi transportasi *online*, maka akan semakin besar minat responden dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*.
- 4) Hasil uji statistik untuk variabel persepsi kemanfaatan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,012 dan t tabel sebesar 1,660 dengan tingkat signifikansi 0,017; karena t hitung lebih besar dari t tabel ($3,012 > 1,660$), signifikansi kurang dari 0,050 ($0,017 < 0,050$), dan koefisien regresi bernilai positif maka H_1 yang menyatakan: “Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya” diterima.
- 5) Hasil uji statistik untuk variabel persepsi kemudahan (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,432 dan t tabel sebesar 1,660 dengan tingkat signifikansi

0,003; karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,432 > 1,660$), signifikansi kurang dari 0,050 ($0,003 < 0,050$), dan koefisien regresi bernilai positif maka H_2 yang menyatakan: “Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya” diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh antara semua faktor yang meliputi persepsi kemanfaatan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) terhadap minat perilaku (Y) penggunaan aplikasi transportasi *online* secara simultan atau bersama-sama.

Hasil uji F diuraikan dalam tabel berikut:

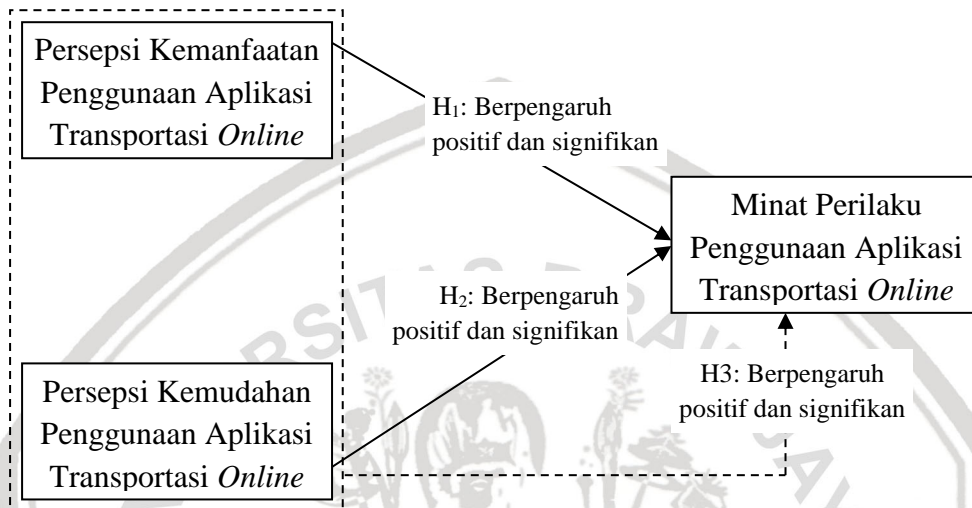
Tabel 26. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel Bebas	Variabel Terikat	F hitung	R squared	Sig.
Persepsi Kemanfaatan (X_1) Persepsi Kemudahan (X_2)	Minat Perilaku (Y)	20,817	0,286	0,000

Sumber: data diolah

- 6) Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 20,817 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Diketahui nilai F tabel untuk probabilitas 5% adalah sebesar 3,09. Sehingga didapatkan nilai F hitung $>$ F tabel ($20,817 > 3,09$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,050 ($0,000 < 0,050$), maka H_3 yang menyatakan: “Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya” diterima.
- 7) Hasil uji *Adjusted R squared* diperoleh nilai R^2 sebesar 0,286. Hal ini menunjukkan bahwa minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*

oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya dipengaruhi oleh faktor persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan sebesar 28,6%, sedangkan sisanya sebesar 71,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.



Gambar 21. Model Hasil Penelitian

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Brawijaya. Pengaruh masing-masing faktor terhadap minat pengguna akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*. Hal ini terbukti dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($3,012 > 1,660$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 5% ($0,003 < 0,050$). Berdasarkan nilai koefisien regresi persepsi kemanfaatan sebesar 0,325 dan bertanda positif, maka apabila variabel

persepsi kemanfaatan mengalami peningkatan tiap satuan maka variabel minat perilaku akan meningkat sebesar 0,325. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden terhadap manfaat aplikasi transportasi *online*, maka minat menggunakan aplikasi transportasi *online* semakin besar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2008), yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap minat perilaku menggunakan teknologi dibandingkan konstruk yang lainnya. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanto (2016) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi Go-Jek di Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat perilaku. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya diterima dan terbukti oleh fakta.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($2,432 > 1,660$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari alpha 5% ($0,017 < 0,050$). Berdasarkan nilai koefisien regresi persepsi kemudahan sebesar 0,255 dan bertanda positif, maka apabila variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan tiap satuan maka

variabel minat perilaku akan meningkat sebesar 0,255. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden terhadap kemudahan dalam penggunaan layanan transportasi *online*, maka minat menggunakan aplikasi transportasi *online* semakin besar.

Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi kemudahan termasuk dalam kategori tinggi yaitu 3,99. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gunawan (2017), yang mengamati tentang persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Surabaya. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa variabel persepsi kemudahan mendapatkan respon yang sangat tinggi dari responden yaitu dengan nilai rata-rata 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah dipahami dan digunakan aplikasi transportasi *online*, maka konsumen semakin percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2008). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H₂ yang menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya diterima dan didukung oleh penelitian empiris.

3. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online*

Seluruh variabel bebas (persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan) secara bersama-sama/simultan mempengaruhi variabel terikatnya (minat perilaku). Terbukti dari nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ($20,817 > 3,09$) dan nilai signifikansi yang kurang dari alpha 5% ($0,000 < 0,050$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H₃ yang menyatakan persepsi kemanfaatan

dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Universitas Brawijaya diterima dan didukung dengan fakta. Nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,286 yang berarti persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara total mempengaruhi sebesar 28,6% minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*, sedangkan sisanya sebesar 71,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya tidak memiliki kendaraan pribadi, biaya yang lebih murah, transportasi konvensional yang kurang memadai, kepercayaan (Muflihadi, 2016), dan *service quality* (Gunawan, 2017).

Smith (2008) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem bermanfaat dan mudah dioperasikan/digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem kurang berguna atau sulit untuk diaplikasikan maka ia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Muflihadi (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Go-jek Bandung) sebesar 71,9%.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain:

1. Temuan hasil penelitian membuktikan bahwa selain persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi transportasi *online* dengan bukti bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan hanya memberikan sumbangan sebesar 28,6% terhadap minat penggunaan transportasi *online*, sedangkan 71,4% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pada penelitian ini hanya mengamati penggunaan aplikasi transportasi *online* secara umum dari berbagai merek jasa transportasi *online* sehingga mengabaikan perbedaan layanan pada masing-masing merek jasa transportasi *online*.
3. Populasi pada penelitian ini hanya mencakup pengguna aplikasi transportasi *online* dari kalangan Mahasiswa Universitas Brawijaya saja, sehingga data hasil penelitian hanya seputar mahasiswa sebagai kalangan terpelajar atau generasi milenial yang sudah terbiasa memanfaatkan teknologi dalam aktivitas mereka. Mungkin data akan lebih bervariasi apabila objek penelitian mencakup semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa.
4. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dalam teknik pengumpulan datanya. Kemungkinan data yang terkumpul hanya menggambarkan opini sesuai persepsi para responden dalam memahami dan menjawab pertanyaan pada kuisisioner, sehingga terjadinya bias sangat memungkinkan. Hal ini disebabkan perbedaan sudut pandang antara peneliti dan para responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah sebagai berikut:

1. Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan minat perilaku ketiganya termasuk dalam kategori tinggi pada penggunaan aplikasi transportasi *online* oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online*.

Berdasarkan beberapa poin kesimpulan di atas, dapat dikatakan bahwa semakin banyak manfaat yang diperoleh dan semakin mudah dalam mengoperasikan aplikasi transportasi *online* maka semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi transportasi *online*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun bagi perusahaan penyedia jasa transportasi *online* sebagai berikut:

- a. Perusahaan transportasi *online* diharapkan dapat meningkatkan lagi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan pada layanan aplikasi transportasi *online* sehingga kedepannya dapat lebih meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*.
- b. Diharapkan perusahaan dapat menganalisa dan mempertimbangkan kembali faktor-faktor lain di luar persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan, dikarenakan 71,4% minat penggunaan aplikasi transportasi *online* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
- c. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperbesar dan memperluas jumlah responden sehingga dapat meningkatkan keterwakilan hasil penelitian terhadap populasi sebenarnya.
- d. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan pada variabel-variabel lain yang juga memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi transportasi *online*, yang berdasarkan hasil penelitian 71,4% minat perilaku penggunaan aplikasi transportasi *online* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di amati pada penelitian ini seperti biaya, kepercayaan, *service quality* dan lain sebagainya.
- e. Peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan uji beda dari berbagai aplikasi jasa transportasi *online* untuk mengetahui perbedaan layanan yang ditawarkan perusahaan penyedia transportasi *online*.

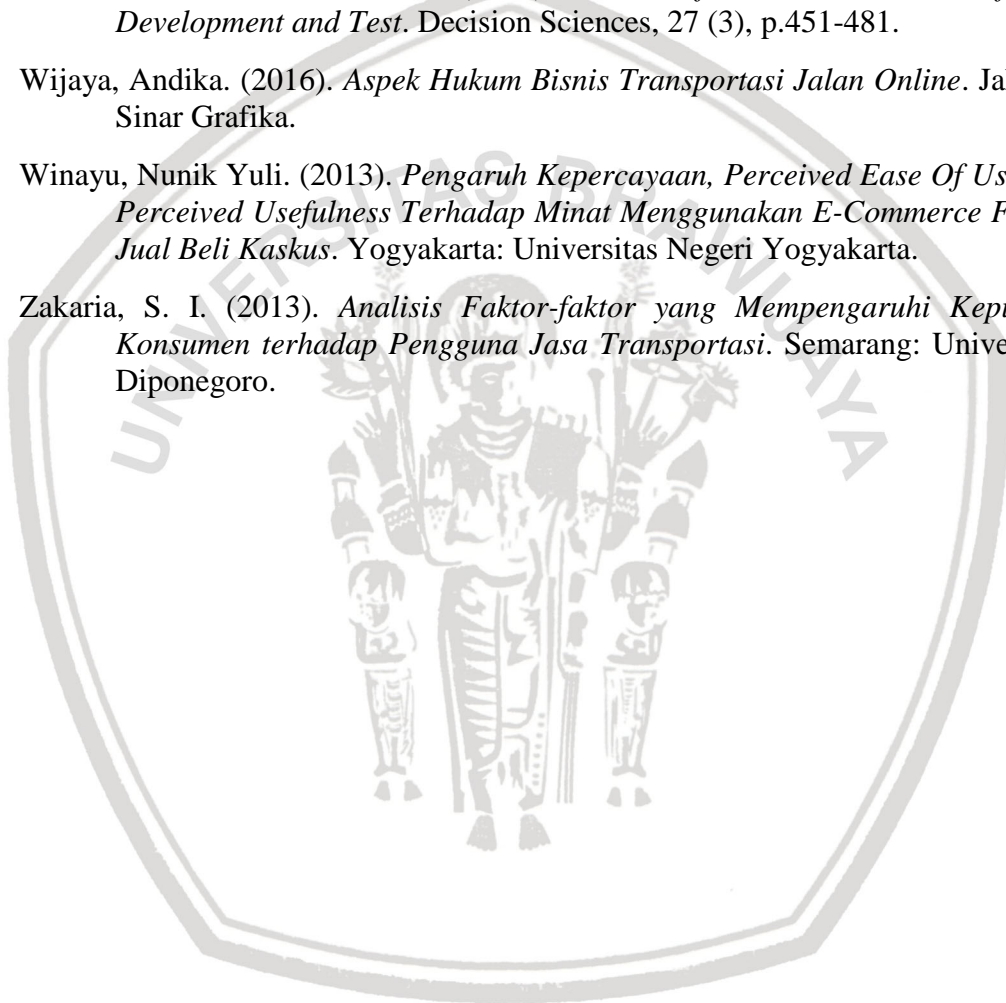
DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Ricky. et al. (2017). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna Instant Messaging Line Di Indonesia*. Jurnal Universitas Telkom, Vol. 20, No.1, hal.24-32.
- Agung, Anak A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Algifari. (2009). *Analisis Statistik untuk Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Ayoo Nguber. (2016). *Ini Jenis-Jenis Layanan Uber Sudah Tahu?*. Nguber.net, 26 Juli 2016. <http://www.nguber.net/2016/07/jenis-jenis-layanan-uber-sudah-tahu.html>, diakses pada 17 Oktober 2017.
- Bangkara, R. P. et al. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.16.3.
- Bendon, Olive. (2015). *GoJek, Jasa Angkutan Cepat Murah Tak Pakai Ribet*. Obendon.com, 12 Maret 2015. <https://obendon.com/2015/03/12/gojek-indonesia/>, diakses pada 17 September 2017.
- Brands of The World. (2017). Vector Logo Library. Brandsoftheworld.com, 16 Februari 2017. <https://www.brandsoftheworld.com/logo/uber-1>, diakses pada 17 Oktober 2017.
- Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. (2014). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chuttur, Mohammad. (2009). *Overview of The Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions*. Sprouts, Working Papers on Information Systems, Vol.9 No.37.
- Cooper, Donald R. dan C. W. Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. 13(3). 319-340.
- Fatmawati, Endang. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Jurnal Iqra', Vol. 09 No 01.
- Fauzi. (2016). *Grab Raih Sertifikasi Yang Baru Pertama Kali di Dunia*. Selular.id, 3 November 2016. <http://selular.id/news/2016/11/grab-raih-sertifikasi-yang-baru-pertama-kali-di-dunia/>, diakses pada 15 Oktober 2016.

- Fishbein, M dan I. Ajzen. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flipersshop. *Go-Jek Logo*. <http://flipersshop.com/tarif-dan-resi-pengiriman/gojek-logo/>, diakses pada 14 Oktober 2017.
- Gahtani, S.A. (2001). *The Applicability of TAM Outside North America: an Empirical Test in United Kingdom*. Information Resource Management Journal, p.37-46.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grab. (2017). *Grab Car Bandung Penyesuaian Bagi Hasil*. Grab.com/id, 6 Maret 2017. <https://www.grab.com/id/blog/driver/taxi/penyesuaian-bagi-hasil/>, diakses pada 14 Oktober 2017.
- Go-Jek Indonesia. *Satu Aplikasi Untuk Semua Kebutuhan Anda*. Go-jek.com. <https://www.go-jek.com/about/>, diakses pada 15 September 2017
- Gunawan, Steven (2017). *Persepsi Konsumen Atasa Layanan Grab-Car di Surabaya*. Jurnal Universitas Petra AGORA Vol. 5, No:3.
- Hariyanto. (2013). *Pengertian Transportasi Online*. Belajarpsikologi.com, 2013. <http://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online/>, diakses pada 20 November 2017.
- IBT. (2016). *Honda invests in SE Asian ride hailing service Grab in latest funding round*. Ibtimes.com, 12 Desember 2016. <http://www.ibtimes.sg/honda-invests-se-asian-ride-hailing-service-grab-latest-funding-round-5442>, diakses pada 15 Oktober 2017.
- Imandari, Fitri. (2013). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Jahja, Adi Susilo. (2017). *Peringkat Perguruan Tinggi Negeri dengan Mahasiswa Terbanyak 2015*. Dosen.perbanas.id, 2 Januari 2017. <https://dosen.perbanas.id/peringkat-perguruan-tinggi-dengan-mahasiswa-terbanyak-2015/>. Diakses pada 27 Desember 2017.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Joko Sulistyoyo. (2010). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Millward, Steven. (2014). *Indonesia Diproyeksi Lampau 100 Juta Pengguna Smartphone Di 2018, Keempat Di Dunia*. id.techinasia.com, 23 Desember 2014. <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>, diakses pada 5 Oktober 2017.

- Muflihadi, Irfan. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nasir, Muhammad. (2013). *Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT*. Palembang: Universitas Bina Darma
- Nasution, M. Nur. (2004). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nysveen, H *et al.* (2005). *Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons*. *Journal of Academy of Marketing Science*. 33(3). 330-346.
- Purba, Ricki Bermana. (2017). *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online yang Mengalami Kecelakaan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rahkmad, Andyka. (2013). *Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube Dengan Pendekatan TAM*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Riadi, Muchlisin. (2012). *Pengertian dan Fungsi Transportasi*. *Kajianpustaka.com*. <https://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-dan-fungsi-transportasi.html>, diakses pada 11 Oktober 2017.
- Salim, Abbas. (2016). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba.
- Septyadi, Firmansyah. (2017). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Siregar, Syofian. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Smith, J. T. (2008). *Senior Citizens and E-commerce Websites: The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Web Site Usability*. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, Volume 11, 59-83.
- Sudjana. (1996). *Metode Statistik*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Adi Mahasatya.

- Suhendro (2009). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use dalam Penggunaan Sistem Informasi Keuangan Daerah*. Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Susanto, Jonathan. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi GO-JEK Sebagai Penyedia Jasa Transportasi di Surabaya*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Venkatesh, V dan Davis, Fred D. (1996). *A Model of The Perceived Ease of Use: Development and Test*. Decision Sciences, 27 (3), p.451-481.
- Wijaya, Andika. (2016). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Winayu, Nunik Yuli. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce Forum Jual Beli Kaskus*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zakaria, S. I. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Pengguna Jasa Transportasi*. Semarang: Universitas Diponegoro.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Identitas Responden

Petunjuk: Isilah titik-titik yang telah disediakan dan beri tanda silang (X) atau centang (√) pada kolom pilihan.

- 1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. No responden : (diisi oleh peneliti)
3. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
4. Usia :
5. Fakultas/Angkatan :

Penjelasan Umum:

Survei ini bertujuan untuk menganalisis persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat perilaku dalam penggunaan transportasi online di kalangan Mahasiswa Universitas Brawijaya.

Petunjuk: Berilah tanda (X) atau lingkari (O) jawaban yang menurut anda paling sesuai dan isilah titik-titik apabila terdapat jawaban lain.

- 1. Berapa lama Anda telah menggunakan transportasi online?
a. Kurang dari 1 bulan
b. Kurang dari 3 bulan
c. Kurang dari 6 bulan
d. Kurang dari 1 tahun
e. Lebih dari 1 tahun
2. Berapa kali dalam 1 bulan Anda menggunakan transportasi online?
a. 1-5 kali
b. 6-10 kali
c. 10-15 kali
d. 16-20 kali
e. Lebih dari 20 kali
3. Jenis layanan apa yang pernah Anda gunakan pada transportasi online?
(jawaban boleh lebih dari satu)
a. Ojek (sepeda motor) online
b. Taxi (mobil) online

- c. Pemesanan makanan
d. Pengiriman barang
e. Lain-lain..... (sebutkan)
4. Hal apa yang mendorong Anda untuk menggunakan transportasi online:
(jawaban boleh lebih dari satu)
a. Pemesanan lebih mudah
b. Biaya lebih murah
c. Tidak memiliki kendaraan pribadi
d. Transportasi konvensional kurang memadai
e. Lain-lain..... (sebutkan)
5. Merek transportasi online apa yang pernah anda gunakan?
(jawaban boleh lebih dari satu)
a. Go-Jek
b. Grab
c. Uber
d. Oke Jack
e. Lain-lain..... (sebutkan)

Petunjuk: Isilah pernyataan berikut ini dengan memilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda silang (X) atau centang (√) berdasarkan kesesuaian dengan pendapat Anda.

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

Persepsi Kemanfaatan (X1)

- 1) Menggunakan transportasi online membuat urusan saya lebih cepat selesai
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju
2) Menggunakan transportasi online meningkatkan kinerja saya
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

Lampiran 2. Data Jawaban Responden

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
1	5	3	3	4	5	5	25	5	5	5	5	3	5	28	5	4	4	4	3	20
2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29	5	4	5	4	4	22
3	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	3	4	4	3	4	18
4	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	18
6	3	3	3	4	3	3	19	4	4	4	4	3	4	23	3	2	3	3	2	13
7	5	4	3	4	5	5	26	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	3	3	19
8	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	4	3	17
9	3	4	3	4	3	4	21	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	19
10	4	3	3	4	4	4	22	4	4	3	4	3	3	21	4	3	3	3	2	15
11	3	3	3	3	3	3	18	5	5	4	3	3	4	24	2	3	3	2	1	11
12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	22	4	3	3	3	3	16
13	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	4	19
14	5	4	4	5	5	5	28	5	4	4	4	3	3	23	3	3	4	5	3	18
15	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	4	3	5	5	3	20
16	5	4	5	5	5	5	29	4	3	3	4	3	5	22	4	4	4	4	3	19
17	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	4	4	4	24	4	4	5	5	2	20
18	4	4	3	5	4	5	25	3	4	3	2	4	4	20	5	5	4	5	5	24
19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	2	5	27	3	2	3	2	1	11
20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	4	3	20
21	5	4	3	4	5	4	25	5	4	4	4	3	4	24	5	5	4	4	4	22

22	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	2	3	21	3	3	2	3	2	13
23	3	3	2	4	3	5	20	5	4	3	4	2	5	23	3	4	3	3	2	15
24	2	3	3	2	4	2	16	2	2	2	1	3	2	12	2	2	2	2	2	10
25	4	4	3	5	4	5	25	5	5	5	5	3	5	28	4	4	3	3	3	17
26	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	2	4	18	4	4	4	4	3	19
27	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	3	3	3	4	3	16
28	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	5	5	3	5	3	21
29	4	4	3	4	4	4	23	5	5	5	5	4	5	29	3	3	3	4	3	16
30	5	4	3	5	5	5	27	5	5	4	5	3	5	27	5	5	5	5	5	25
31	3	5	3	4	3	5	23	5	5	5	5	3	5	28	5	5	4	3	4	21
32	5	4	3	4	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	4	4	25	4	3	5	4	3	19
34	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	3	22	2	2	3	3	3	13
35	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	3	18
36	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
37	3	2	2	4	3	5	19	5	5	5	5	2	4	26	4	2	3	2	3	14
38	5	5	3	5	5	5	28	4	4	4	4	3	3	22	3	3	3	3	3	15
39	4	3	3	4	4	4	22	5	4	3	3	3	4	22	3	3	3	3	3	15
40	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	4	4	17
41	5	3	3	5	5	4	25	5	4	5	4	3	4	25	4	3	4	4	2	17
42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	4	2	19
43	5	5	3	3	5	4	25	5	5	5	4	3	4	26	5	5	4	5	3	22
44	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	2	5	27	3	3	4	3	4	17
45	5	4	4	5	5	4	27	4	4	4	4	3	4	23	3	3	3	3	4	16

46	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	3	18
47	3	3	4	4	3	5	22	4	3	3	4	4	4	22	5	3	3	4	5	20
48	4	3	3	4	4	5	23	4	3	4	4	3	2	20	4	3	4	3	2	16
49	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	4	22	3	3	4	3	4	17
50	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	3	2	15
51	4	4	4	3	4	4	23	5	5	5	5	3	5	28	5	4	4	3	5	21
52	4	3	3	2	4	5	21	4	4	3	4	2	4	21	4	3	4	4	2	17
53	4	4	3	5	4	5	25	5	5	4	4	3	5	26	5	4	4	4	3	20
54	4	3	3	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	5	23
55	2	2	3	3	4	2	16	2	3	2	2	3	2	14	4	3	3	2	3	15
56	3	3	2	3	3	3	17	4	4	4	5	2	4	23	2	2	2	3	2	11
57	4	5	4	4	4	4	25	4	5	5	4	3	4	25	4	4	5	5	3	21
58	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	5	28	3	3	3	4	2	15
59	5	3	3	4	5	5	25	5	5	5	5	3	5	28	5	3	3	5	3	19
60	5	4	3	5	5	4	26	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	25
61	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	24
62	3	3	3	3	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	3	3	17
63	4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	3	18
64	4	3	3	4	4	4	22	5	5	5	5	4	5	29	4	3	3	3	2	15
65	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	3	19
66	4	3	2	3	4	4	20	3	3	4	4	3	3	20	4	3	3	4	3	17
67	4	4	1	4	4	4	21	4	4	4	4	2	4	22	4	4	3	4	4	19
68	5	3	4	4	5	5	26	5	4	4	4	2	5	24	4	4	4	2	2	16
69	4	3	3	5	4	5	24	4	4	4	4	3	4	23	5	5	3	4	3	20

70	4	3	3	4	4	5	23	5	4	4	5	4	3	25	4	3	2	3	3	15
71	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	3	3	4	22	4	4	2	4	1	15
72	5	3	3	4	5	4	24	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	2	18
73	4	3	3	4	4	4	22	4	3	4	4	3	4	22	4	4	3	3	4	18
74	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	4	5	5	26	5	3	4	4	4	20
75	5	3	3	4	5	5	25	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	18
76	2	3	3	2	4	2	16	2	2	2	2	3	2	13	2	2	2	2	3	11
77	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	3	4	25	5	5	5	4	4	23
78	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25
79	4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	4	3	5	24	5	4	3	5	4	21
80	4	2	2	2	4	2	16	3	3	3	3	2	3	17	2	3	3	3	3	14
81	4	3	3	4	4	5	23	5	5	5	5	3	4	27	4	4	4	4	4	20
82	5	5	3	4	5	4	26	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	4	4	20
83	3	3	3	4	3	4	20	5	4	4	4	2	4	23	4	4	3	3	3	17
84	5	3	3	4	5	4	24	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	2	2	16
85	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	3	3	4	22	3	3	3	3	3	15
86	5	3	3	3	5	5	24	5	5	4	4	3	4	25	4	4	4	4	3	19
87	4	3	4	5	4	5	25	4	5	4	5	2	5	25	3	3	4	5	5	20
88	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	4	19
89	3	3	3	4	3	4	20	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	3	3	18
90	4	4	3	3	4	4	22	5	4	4	4	3	4	24	4	3	3	4	2	16
91	3	4	1	3	3	5	19	4	4	3	4	3	4	22	3	1	3	1	3	11
92	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	4	27	4	3	3	3	2	15
93	4	3	2	5	4	4	22	4	4	4	3	3	5	23	3	2	2	3	2	12

94	4	3	3	3	4	5	22	5	5	4	4	3	4	25	4	3	3	4	4	18
95	4	3	3	4	4	3	21	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	18
96	4	3	3	4	4	5	23	5	5	5	5	3	5	28	4	4	3	3	2	16
97	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
98	2	2	2	2	4	1	13	2	2	2	2	2	2	12	2	4	4	3	3	16
99	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	2	4	22	2	2	2	2	2	10
100	5	4	3	4	5	4	25	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	3	19



Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Persepsi Kemanfaatan

1. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,528**	,444**	,563**	,875**	,589**	,873**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,528**	1	,510**	,473**	,455**	,388**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,444**	,510**	1	,446**	,440**	,299**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,563**	,473**	,446**	1	,405**	,608**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,875**	,455**	,440**	,405**	1	,349**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,589**	,388**	,299**	,608**	,349**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,873**	,735**	,690**	,772**	,761**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	6

b. Persepsi Kemudahan

1. Uji Validitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,802**	,683**	,742**	,229*	,648**	,850**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,022	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,802**	1	,749**	,718**	,289**	,707**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,004	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,683**	,749**	1	,747**	,306**	,614**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,742**	,718**	,747**	1	,321**	,647**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,229*	,289**	,306**	,321**	1	,342**	,530**
	Sig. (2-tailed)	,022	,004	,002	,001		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,648**	,707**	,614**	,647**	,342**	1	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,850**	,881**	,850**	,869**	,530**	,824**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	6

c. Minat Perilaku

1. Uji Validitas

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,704**	,490**	,548**	,422**	,807**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,704**	1	,552**	,569**	,446**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,490**	,552**	1	,491**	,448**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,548**	,569**	,491**	1	,457**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,422**	,446**	,448**	,457**	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,807**	,835**	,751**	,788**	,723**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	5

Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	15	15.0	15.0	19.0
	4	45	45.0	45.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	44	44.0	44.0	48.0
	4	38	38.0	38.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	55	55.0	55.0	64.0
	4	28	28.0	28.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	16	16.0	16.0	21.0
	4	55	55.0	55.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.0	15.0	15.0
	4	49	49.0	49.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	8	8.0	8.0	13.0
	4	44	44.0	44.0	57.0
	5	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2	5	4.13	.812
X1.2	100	2	5	3.62	.776
X1.3	100	1	5	3.33	.805
X1.4	100	2	5	3.98	.778
X1.5	100	3	5	4.21	.686
X1.6	100	1	5	4.24	.842
Valid N (listwise)	100				

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	7	7.0	7.0	11.0
	4	49	49.0	49.0	60.0
	5	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	9	9.0	9.0	12.0
	4	56	56.0	56.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	15	15.0	15.0	19.0
	4	56	56.0	56.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	7	7.0	7.0	12.0
	4	57	57.0	57.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	15.0	15.0	15.0
	3	60	60.0	60.0	75.0
	4	15	15.0	15.0	90.0
	5	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.0	5.0	5.0
3	10	10.0	10.0	15.0
4	53	53.0	53.0	68.0
5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	100	2	5	4.25	.757
X2.2	100	2	5	4.17	.711
X2.3	100	2	5	4.02	.752
X2.4	100	1	5	4.13	.787
X2.5	100	2	5	3.20	.816
X2.6	100	2	5	4.12	.782
Valid N (listwise)	100				

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0
3	19	19.0	19.0	27.0
4	48	48.0	48.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	35	35.0	35.0	45.0
4	40	40.0	40.0	85.0
5	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0
3	44	44.0	44.0	52.0
4	36	36.0	36.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	36	36.0	36.0	46.0
4	37	37.0	37.0	83.0
5	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	22	22.0	22.0	25.0
3	45	45.0	45.0	70.0
4	20	20.0	20.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	2	5	3.90	.870
Y2	100	1	5	3.59	.889
Y3	100	2	5	3.52	.810
Y4	100	1	5	3.60	.910
Y5	100	1	5	3.12	.967
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,90213361
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,049
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6. Hasil Uji Linearitas

Minat Perilaku * Persepsi Kemanfaatan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Perilaku * Persepsi Kemanfaatan	Between Groups	(Combined)	509,503	15	33,967	4,182	,000
		Linearity	307,070	1	307,070	37,809	,000
		Deviation from Linearity	202,433	14	14,460	1,780	,055
	Within Groups		682,207	84	8,122		
	Total		1191,710	99			

Minat Perilaku * Persepsi Kemudahan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Perilaku * Persepsi Kemudahan	Between Groups	(Combined)	389,754	15	25,984	2,722	,002
		Linearity	279,922	1	279,922	29,320	,000
		Deviation from Linearity	109,832	14	7,845	,822	,644
	Within Groups		801,956	84	9,547		
	Total		1191,710	99			

Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,997	2,150		1,859	,066		
	Persepsi Kemanfaatan	,325	,108	,334	3,012	,003	,586	1,706
	Persepsi Kemudahan	,255	,105	,270	2,432	,017	,586	1,706

a. Dependent Variable: Minat Perilaku

Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Persepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemudahan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Persepsi Kemanfaatan	Correlation Coefficient	1,000	,567**	,061
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,547
		N	100	100	100
	Persepsi Kemudahan	Correlation Coefficient	,567**	1,000	,034
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,735
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,061	,034	1,000
		Sig. (2-tailed)	,547	,735	.
		N	100	100	100

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

Lampiran 9. Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Perilaku

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.286	2.932

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	357.894	2	178.947	20.817	.000 ^a
	Residual	833.816	97	8.596		
	Total	1191.710	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat Perilaku

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.997	2.150		1.859	.066
	Persepsi Kemanfaatan	.325	.108	.334	3.012	.003
	Persepsi Kemudahan	.255	.105	.270	2.432	.017

a. Dependent Variable: Minat Perilaku





PRINKA KURNIASARI

BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
BRAWIJAYA UNIVERSITY

CURRICULUM VITAE

OBJECTIVE

Madiun, 20 Mei 1995

Jl. Jawa Gg III No 13 A Madiun



Telephone
08523358828



prinkakurniasari
@gmail.com

ACHIEVEMENTS

Delegate of
Inter-Nationalism Student
Progressive Resolution
Exchange (INSPIRE)
Malaysia 2016

Penerima Manfaat
Beastudi Etos

ORGANIZATION EXPERIENCES

2016 • EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS
BRAWIJAYA

Staff Kementrian Advokasi dan Kebijakan Kampus

2015 • DESA PRODUKTIF ETOS MALANG

Sekretaris Direksi

2014 • FORUM KAJIAN ISLAM DAN MASYARAKAT

Staff Syiar

EDUCATION

2014 - 2018 • UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu
Administrasi

2011 - 2014 • SMAN 2 MADIUN

2008 - 2011 • SMPN 5 MADIUN

2002 - 2008 • SDN 01 KARTOHARJO