

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi teknologi *online ticketing* di Kota Semarang dengan menggunakan model TAM sebagai model dasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sistem *online ticketing*.

Peneliti telah mendistribusikan kuesioner secara offline sebanyak 125 lembar. Data yang terkumpul tersebut kemudian digunakan sebagai data primer. Namun jumlah kuesioner yang kembali dan dinyatakan lengkap dan sesuai untuk dapat diolah lebih lanjut hanya berjumlah 100 lembar, hal ini dikarenakan 25 lembar yang telah diisi merupakan data yang didapatkan dari responden yang belum pernah menggunakan teknologi *online ticketing* sehingga data tersebut dapat dikatakan tidak sesuai. Dari kuesioner yang telah terkumpul dapat digambarkan deskripsi responden yang ada sebagai berikut :

Tabel 4.1

Daftar Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang didistribusikan	125
Kuesioner yang tidak kembali	25

Kuesioner yang layak digunakan untuk keperluan input data	100
---	-----

Sumber : Data yang Diolah, 2018

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	52	52 %
Laki-laki	48	48 %
Total	100	100 %

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel 4.2 terlihat sebagian besar responden adalah perempuan dengan jumlah 52 responden (52%) sementara responden laki-laki berjumlah 48 responden (48%). Persentase ini hanya menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan dalam penelitian ini lebih banyak.

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penghasilan per Bulan

Rentang Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp 5.000.000	45	45 %
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	37	37 %
Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000	6	6 %
Rp 15.000.000 – Rp 20.000.000	4	4 %
> Rp 20.000.000	8	8 %
Total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.3 terlihat sebagian besar responden berpenghasilan < Rp 5.000.000 per bulan yaitu sejumlah 45 responden (45%), sisanya merupakan responden dengan berpenghasilan diatas Rp 5.000.000 per bulan sesuai kategori yang ada pada tabel 4.3. Persentase ini telah menunjukkan bahwa responden yang berpenghasilan < Rp 5.000.000 lebih banyak daripada penghasilan lainnya.

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Pesawat Terbang per Tahun

Rentang	Jumlah	Persentase
< 2 kali	64	64 %
3 kali	10	10 %
> 3 kali	26	26 %
Total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.4 terlihat sebagian besar responden menggunakan layanan pesawat terbang kurang dari 2 kali dalam setahun, yaitu sebanyak 64 responden (64%), sisanya merupakan responden yang menggunakan layanan pesawat terbang baik 3 kali maupun lebih dari 3 kali dalam setahun sesuai pada tabel 4.4. Persentase ini telah menunjukkan bahwa responden menggunakan layanan pesawat terbang < 2 kali dalam setahun lebih banyak daripada lainnya.

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pemesanan
dengan Jadwal Keberangkatan

	Jumlah	Persentase
< 2 minggu	57	57 %
3 – 4 minggu	22	22 %
1 – 2 bulan	14	14 %
> 2 bulan	7	7 %
Total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.5 terlihat sebagian besar responden memesan tiket pesawat < 2 minggu sebelum jadwal keberangkatan pesawat, yaitu sebanyak 57 responden (57%) sedangkan sisanya merupakan responden yang memesan tiket pesawat dalam kurun waktu lebih dari 2 minggu sebelum jadwal keberangkatan pesawat sesuai pada tabel 4.5. Persentase ini telah menunjukkan bahwa responden lebih banyak melakukan pemesanan tiket dengan jangka waktu yang dekat yaitu dalam kurun waktu < 2 minggu.

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Berdasarkan Alat yang Digunakan untuk
Mengakses *Online Tikketing*

	Jumlah	Persentase
PC/ Laptop	16	16 %
Tablet	3	3 %

Aplikasi di Ponsel	58	58 %
Mobile Website di Ponsel	23	23 %
Total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.6 terlihat sebagian besar responden mengakses sistem *online ticketing* melalui ponsel baik melalui aplikasi di ponsel, yaitu sebanyak 58 responden (58%) maupun melalui mobile website di ponsel, yaitu sebanyak 23 responden (23%) sedangkan sisanya merupakan responden yang mengakses sistem *online ticketing* melalui alat lain baik melalui PC/Laptop maupun tablet. Persentase ini telah menunjukkan bahwa responden lebih banyak mengakses sistem *online ticketing* melalui ponsel daripada melalui alat lainnya, hal ini dimungkinkan karena ponsel merupakan alat komunikasi yang selalu dibawa kemana-mana sehingga apabila seseorang ingin mengakses sistem *online ticketing* akan dirasa sangat mudah jika mengakses melalui ponsel atau telepon genggam.

4.1.1. Crosstabulation Responden

Tabel 4.7
Hasil Crosstabulation Penggunaan Online Ticketing dengan Penghasilan/bulan

Count		Penghasilan					Total
		< Rp.5jt	5-10jt	10-15jt	15-20jt	> 20jt	
penggunaan_online ticketing	>1	71 %	76 %	100 %	75 %	100 %	77 %
	1	29 %	24%	0 %	25 %	0 %	23 %
Total		100%	100 %	100 %	100 %	100%	100 %

Pada tabel 4.7 yang memperlihatkan hasil *Crosstabulation* penggunaan *online ticketing* dengan penghasilan responden / bulan telah menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pendapat responden akan membuat seseorang akan lebih sering menggunakan *online ticketing* hal ini ditunjukkan melalui penggunaan responden yang menggunakan *online ticketing* > 1 kali penggunaannya selalu meningkat sesuai pendapatannya.

Tabel 4.8
Hasil *Crosstabulation* Penggunaan *Online Ticketing* dengan
Jangka Waktu Pemesanan Tiket

Count		jangka_waktu				Total
		< 2 minggu	3-4 minggu	1 - 2 bulan	> 2 bulan	< 2 minggu
penggunaan_online_ticketing	>1	44	18	11	4	77
	1	13	4	3	3	23
Total		57	22	14	7	100

Pada tabel 4.8 yang memperlihatkan hasil *Crosstabulation* penggunaan *online ticketing* terhadap jangka waktu pemesanan tiket dengan jadwal keberangkatan telah menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang telah menggunakan teknologi *online ticketing* > 1 kali penggunaan sebagian besar adalah mereka yang selalu memesan tiket pesawat dengan waktu yang dekat dengan jadwal keberangkatan.

Tabel 4.9
Hasil Crosstabulation Penggunaan Online Ticketing dengan Alat Penggunaan

Count

	alat_digunakan				Total
	aplikasi Ponsel	PC/Laptop	Tablet	web ponsel	aplikasi Ponsel
penggunaan_online nlineticketing >1	49	8	3	17	77
1	9	8	0	6	23
Total	58	16	3	23	100

Pada tabel 4.9 yang memperlihatkan hasil *Crosstabulation* penggunaan *online ticketing* terhadap alat penggunaan telah menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang telah menggunakan teknologi *online ticketing* > 1 kali penggunaan sebagian besar adalah mereka yang selalu mengakses teknologi *online ticketing* dengan menggunakan ponsel baik mengakses melalui aplikasi maupun mengakses melalui web.

Tabel 4.10
Hasil Crosstabulation Penggunaan Online Ticketing dengan Jenis Kelamin

Count

		JK		Total
		Laki-Laki	Perempuan	Laki-Laki
penggunaan_online nlineticketing >1		71 %	83 %	77 %
1		29 %	17 %	23 %
Total		100 %	100 %	100 %

Pada tabel 4.10 yang memperlihatkan hasil *Crosstabulation* penggunaan *online ticketing* terhadap jenis kelamin telah menunjukkan bahwa kebanyakan responden telah menggunakan teknologi *online*

ticketing > 1 kali, hal ini terlihat pada jenis kelamin perempuan penggunaan teknologi *online ticketing* > 1 kali penggunaan yaitu sebanyak 71 % dan penggunaan *online ticketing* > 1 kali penggunaan pada jenis kelamin laki-laki yaitu 83 % , persentase ini menunjukkan bahwa responden baik laki-laki maupun perempuan lebih sering menggunakan teknologi *online ticketing*.

4.2. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari jawaban responden terhadap indikator-indikator dalam variabel penelitian. Peneliti membagi kategori menjadi tiga bagian, yaitu rendah, sedang dan tinggi. Kemudian menentukan rentang skala masing-masing kategori yang dihitung dengan rumus :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} = \frac{5-1}{3} = 1,33$$

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
3,67 – 5,00	Tinggi

Tabel 4.11
Hasil Tanggapan Responden

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	4,590	Tinggi
	PU2	4,480	Tinggi
	PU3	4,400	Tinggi
	PU4	4,440	Tinggi
	PU5	4,410	Tinggi
Rata-Rata		4,464	Tinggi
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	PEOU1	4,130	Tinggi
	PEOU2	4,110	Tinggi
	PEOU3	4,250	Tinggi
	PEOU4	4,100	Tinggi
	PEOU5	4,280	Tinggi
Rata-Rata		4,174	Tinggi
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	BIU1	4,360	Tinggi
	BIU2	4,280	Tinggi
	BIU3	4,350	Tinggi
	BIU4	4,330	Tinggi
	BIU5	4,390	Tinggi
Rata-Rata		4,342	Tinggi
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	ATU1	4,450	Tinggi
	ATU2	4,110	Tinggi
	ATU3	4,350	Tinggi
	ATU4	4,370	Tinggi
	ATU5	4,310	Tinggi
Rata-Rata		4,318	Tinggi

<i>Actual Use</i> (AU)	AU1	4,360	Tinggi
	AU2	4,190	Tinggi
	AU3	4,240	Tinggi
	AU4	4,040	Tinggi
Rata-Rata		4,208	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Pada variabel *Perceived Usefulness* (PU) penggunaan *online ticketing* diukur dengan menggunakan pertanyaan PU1, PU2, PU3, PU4, dan PU5 diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,464. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi manfaat (PU) berada pada kategori tinggi. Nilai jawaban yang tinggi mengindikasikan bahwa responden merasa sistem *online ticketing* bermanfaat dan membantu memperlancar proses pembelian tiket pesawat.

Pada variabel *Perceived Ease to Use* (PEOU) diukur dengan menggunakan pertanyaan PEOU1, PEOU2, PEOU3, PEOU4, dan PEOU5 diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,174. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan (PEOU) berada dalam kategori Tinggi. Nilai jawaban yang tinggi mengindikasikan bahwa responden merasa sistem *online ticketing* mudah untuk dipahami dan dipelajari.

Pada variabel *Behavioral Intention to Use* (BIU) diukur dengan menggunakan pertanyaan BIU1, BIU2, BIU3, BIU4, dan BIU5 dan diketahui

bahwa nilai rata-rata jawaban dari responden adalah 4,342. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap niat berperilaku menggunakan *online ticketing* (BIU) berada dalam kategori yang Tinggi. Nilai jawaban yang tinggi mengindikasikan bahwa responden memiliki niat untuk menggunakan sistem *online ticketing* dimasa yang akan datang dan tetap menggunakan sistem *online ticketing* sebagai cara untuk memesan tiket pesawat.

Pada variabel *Attitude Toward Using* (ATU) diukur dengan menggunakan pertanyaan ATU1, ATU2, ATU3, ATU4, dan ATU5 diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,318. Hasil tersebut menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel sikap seorang pengguna (ATU) terhadap penggunaan *online ticketing* berada pada kategori Tinggi. Nilai jawaban yang tinggi telah mengindikasikan bahwa responden secara keseluruhan menikmati penggunaan *online ticketing* dan menyetujui penggunaan *online ticketing* mampu membantu dalam transaksi pembelian tiket pesawat.

Pada variabel *Actual Use* (AU) diukur menggunakan pertanyaan AU1, AU2, AU3, dan AU4 dan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,208. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa responden terhadap variabel penggunaan senyatanya *online ticketing* berada dalam kategori Tinggi. Nilai jawaban yang tinggi telah mengindikasikan bahwa responden telah dan sering menggunakan sistem *online ticketing* dalam melakukan pemesanan tiket pesawat.

4.3. Hasil Analisis Outer Model

Analisa Outer Model dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel).

4.3.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner akan dikatakan sah/valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Pada penelitian ini valid tidaknya butir (item) pertanyaan pada kuesioner dilihat melalui nilai *outer loading* > 0,6.

Tabel 4.12
Hasil Uji *Convergent Validity*

Variabel	Butir	<i>Loading Factor</i>	Evaluasi Model
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	1	0,762	Valid
	2	0,819	Valid
	3	0,838	Valid
	4	0,824	Valid
	5	0,750	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i>	1	0,855	Valid
	2	0,894	Valid
	3	0,897	Valid

(PEOU)	4	0,846	Valid
	5	0,900	Valid
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	1	0,887	Valid
	2	0,868	Valid
	3	0,918	Valid
	4	0,930	Valid
	5	0,808	Valid
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	1	0,806	Valid
	2	0,675	Valid
	3	0,917	Valid
	4	0,877	Valid
	5	0,872	Valid
<i>Actual Use</i> (AU)	1	0,822	Valid
	2	0,885	Valid
	3	0,835	Valid
	4	0,823	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji *Convergent Validity* yang telah ditunjukkan pada tabel 4.12, maka semua indikator diatas telah memiliki nilai *outer loading* > 0,6. Berdasarkan hasil ini maka dapat dikatakan bahwa semua indikator yang ada telah memiliki *convergent validity*, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Discriminant Validity

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Akar Average Variance Extracted (\sqrt{AVE})
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,639	0,799
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	0,772	0,879
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,780	0,883
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0,695	0,834
<i>Actual Use</i> (AU)	0,709	0842

Berdasarkan tabel 4.13 telah diketahui bahwa semua variabel penelitian memiliki *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5. Sehingga hasil ini telah menunjukkan bahwa setiap variabel di dalam penelitian ini tidak terdapat permasalahan *Discriminant Validity*.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha*. Suatu item pengukuran dikatakan reliabel jika variabel memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Muniarti et al., 2013). Uji reliabilitas juga dapat dilihat melalui *Composite Reliability*. Suatu item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Composite Reliability* > 0,7.

Tabel 4.14

Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,898
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	0,944
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,946

<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	0,919
<i>Actual Use (AU)</i>	0,907

Sumber : Data yang Diolah, 2018

Berdasarkan hasil tabel 4.14 di atas telah menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai *Composite Reliability* > 0,7, sehingga hal ini telah menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria *Composite Reliability*.

Tabel 4.15

Hasil Cronbach Alpha

Varabel	Cronbach's Alpha
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,858
<i>Perceived Ease Of Use (PEOU)</i>	0,926
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	0,929
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	0,887
<i>Actual Use (AU)</i>	0,863

Sumber : Data yang Diolah, 2018

Berdasar tabel 4.15 di atas telah menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel dalam penelitian ini lebih dari 0,7, maka pengukuran ini dapat dikatakan reliabel.

4.4. Hasil Analisis Inner Model

Pengujian Inner Model atau yang sering disebut sebagai Model Struktural ini dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji T serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Tabel 4.16
Hasil Output Bootstrapping

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standart Deviasi (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
ATU → BIU	0.675	0.678	0.090	7.534	0.000
BIU → AU	0.774	0.773	0.051	15.307	0.000
PEOU → ATU	0.319	0.333	0.093	3.438	0.000
PEOU → PU	0.539	0.552	0.069	7.869	0.000
PU → ATU	0.536	0.529	0.084	6.409	0.000
PU → BIU	0.202	0.195	0.081	2.487	0.013

Sumber : Data yang Diolah dengan SmartPLS, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa hasil *Bootstrapping* menunjukkan nilai P-values variabel sikap pengguna *online ticketing* (ATU) terhadap Niat menggunakan *online ticketing* (BIU) ($0,000 < 0,05$), nilai P-values variabel Niat menggunakan *online ticketing* (BIU) terhadap penggunaan senyatanya (AU) ($0,000 < 0,05$), nilai P-values variabel persepsi kemudahan (PEOU) terhadap sikap pengguna *online ticketing* (ATU) ($0,000 < 0,05$), nilai P-values variabel persepsi kemudahan (PEOU) terhadap persepsi kegunaan (PU) ($0,000 < 0,05$), kemudian P-values variabel persepsi kegunaan (PU) terhadap sikap pengguna *online ticketing* (ATU) ($0,000 < 0,05$), dan nilai P-values variabel persepsi kemudahan (PU) terhadap niat menggunakan *online ticketing* (BIU) ($0,013 < 0,05$).

Tabel 4.17
Nilai R-Square

Variabel Endogen	Nilai R-Square
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,291
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,689
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0,573
<i>Actual Use</i> (AU)	0,599

Berdasarkan tabel 4.17, R-Square untuk persepsi kegunaan (PU) dari seorang pengguna *online ticketing* sebesar 0,291, yang memiliki arti bahwa persentase besarnya persepsi kegunaan (PU) yang dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan (PEOU) adalah sebesar 29,1%. R-square untuk Niat seseorang untuk menggunakan *online ticketing* (BIU) sebesar 0,689 artinya bahwa persentase besarnya niat seseorang untuk menggunakan *online ticketing* (BIU) yang dapat dijelaskan sikap pengguna (ATU) dan persepsi kegunaan (PU) *online ticketing* adalah sebesar 68,9%. Kemudian R-Square untuk sikap pengguna *online ticketing* (ATU) sebesar 0,573, artinya bahwa persentase besarnya sikap penggunaan *online ticketing* yang dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan (PEOU) dan persepsi kegunaan (PU) dalam menggunakan *online ticketing* adalah sebesar 57,3%. Dan R-Square untuk penggunaan senyatanya sistem *online ticketing* (AU) sebesar 0,599, hal ini berarti bahwa persentase besarnya penggunaan senyatanya seseorang (AU) dalam menggunakan *online ticketing* yang dapat dijelaskan oleh Niat seseorang untuk menggunakan *online ticketing* adalah sebesar 59,9%

Tabel 4.18

Nilai Q-Square

Variabel Endogen	Nilai Q-Square
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,170
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,497

<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	0,360
<i>Actual Use (AU)</i>	0,397

Sumber : Data yang Diolah dengan SmartPLS, 2018

Berdasarkan tabel 4.18, Q-square untuk variabel persepsi kegunaan sebesar 0,170 memiliki arti bahwa nilai Q-Square lebih dari 0,15 memiliki nilai *predictive relevance* dengan nilai sedang. Q-Square untuk variabel Niat seseorang untuk menggunakan *online ticketing* (BIU) adalah sebesar 0,497, yang memiliki arti bahwa nilai Q-Square lebih dari 0,35 memiliki nilai *predictive relevance* dengan tingkat besar. Kemudian Q-Square untuk Sikap pengguna *online ticketing* (ATU) adalah sebesar 0,360, hal ini berarti bahwa nilai Q-Square lebih dari 0,35 memiliki nilai *predictive relevance* dengan tingkat yang besar. Dan Q-Square untuk penggunaan senyatanya *online ticketing* (AU) adalah sebesar 0,397, hal ini berarti bahwa nilai Q-Square lebih dari 0,35 memiliki nilai *predictive relevance* dengan tingkat besar.

4.5. Pengujian Hipotesis

4.5.1. Hasil Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 dalam penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan (PEOU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi Persepsi Kegunaan (PU) pada penggunaan *online ticketing* yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 1 dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut ini :

Tabel 4.19

Hasil Path Coeficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standart Deviasi (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
ATU → BIU	0.675	0.678	0.090	7.534	0.000
BIU → AU	0.774	0.773	0.051	15.307	0.000
PEOU → ATU	0.319	0.333	0.093	3.438	0.000
PEOU → PU	0.539	0.552	0.069	7.869	0.000
PU → ATU	0.536	0.529	0.084	6.409	0.000
PU → BIU	0.202	0.195	0.081	2.487	0.013

Sumber : Data yang Diolah dengan SmartPLS, 2018

Dari hasil pengujian SmartPLS di tabel 4.19 telah menunjukkan bahwa *T-statistics* pada PEOU → PU sebesar 7,869 signifikan ($>1,96$). Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,539 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara PEOU dengan PU adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (PEOU) berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (PU). Dengan demikian H1 Yang menyatakan bahwa PEOU berpengaruh positif terhadap PU diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang serupa yang dilakukan oleh Sugiarto, (2016) kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan.

Hal ini membuktikan bahwa sikap pengguna *online ticketing* dalam memandang manfaat *online ticketing* juga dilandasi oleh kemudahan pengguna dalam menggunakan *online ticketing*. Dengan kata lain, pengguna akan menilai *online ticketing* tersebut bermanfaat apabila mereka dapat menggunakan *online ticketing* dengan mudah.

4.5.2. Hasil Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis 2 dalam penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi manfaat (PU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap penggunaan *online ticketing* (ATU) yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 2 dapat dilihat pada tabel 4.19. Dari hasil pengujian SmartPLS pada tabel 4.19 telah menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* pada PU -> ATU sebesar 6.409 signifikan ($> 1,96$). Dan nilai *Original Sample Estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,536 yang telah menunjukkan bahwa arah hubungan antara PU dengan ATU adalah positif.

Hal ini telah menunjukkan bahwa Persepsi manfaat penggunaan *online ticketing* (PU) berpengaruh positif terhadap Sikap seseorang dalam menggunakan *online ticketing* (ATU). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Persepsi manfaat (PU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap penggunaan *online ticketing* (ATU) diterima.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang serupa yang dilakukan oleh Sugiarto, (2016) kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (PU) dari seorang pengguna menunjukkan secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap penggunaan *online ticketing*. Hal ini telah membuktikan bahwa sikap penerimaan atau penolakan seseorang dalam menggunakan *online ticketing* dilandasi dengan kemanfaatan sistem *online ticketing* tersebut bagi para penggunannya. Dengan kata lain apabila seseorang merasa percaya bahwa *online ticketing* berguna bagi para maka dia akan menggunakan sistem *online ticketing* tersebut.

4.5.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 dalam penelitian ini menyatakan bahwa PEOU dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap pengguna *online ticketing* (ATU) yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 3 dapat dilihat pada tabel 4.19. Dari hasil pengujian SmartPLS yang terdapat pada tabel 4.19 yang menunjukkan bahwa nilai *T-Statistics* pada PEOU - > ATU sebesar 3.438 signifikan (> 1,96). Nilai *Original Sampel Estimate* adalah positif sebesar 0,319 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara PEOU dengan ATU adalah positif.

Hal ini berarti menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh positif terhadap ATU. Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan PEOU dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap pengguna *online ticketing* (ATU) diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang serupa yang dilakukan oleh Sugiarto, (2016) kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (PEOU) yang dirasakan dari seorang pengguna berpengaruh secara positif terhadap sikapnya terhadap penggunaan *online ticketing* (ATU).

Hal ini berarti membuktikan bahwa sikap seseorang dalam menggunakan *online ticketing* juga dilandasi oleh kemudahan dalam menggunakan *online ticketing*. Dengan kata lain, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem *online ticketing* mudah untuk digunakan maka pengguna akan menggunakannya.

4.5.4. Hasil Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 dalam penelitian ini menyatakan bahwa PU dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU) yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 4 dapat dilihat pada tabel 4.19.

Dari hasil pengujian SmartPLS yang terdapat pada tabel 4.19 telah menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* pada PU -> BIU sebesar 2.487 signifikan ($>1,96$). Nilai *Original Sampel Estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,202 hal ini menunjukkan bahwa arah hubungan antara PU dengan BIU adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa PU berpengaruh positif terhadap BIU. Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa PU dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU) diterima.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya Igbaria et al., (1997) yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh langsung terhadap niat berperilakunya. Hal ini membuktikan bahwa Niat seseorang dalam menggunakan *online ticketing* juga dilandasi dengan adanya persepsi manfaat dalam menggunakan *online ticketing*. Dengan kata lain, pengguna *online ticketing* akan berniat untuk menggunakan sistem *online ticketing* apabila pengguna merasa sistem *online ticketing* dapat membantu dan bermanfaat.

4.5.5. Hasil Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis 5 dalam penelitian ini menyatakan bahwa Sikap seorang pengguna (ATU) terhadap penggunaan *online ticketing* secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU) yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 5 dapat dilihat pada tabel 4.19. Dari hasil pengujian SmartPLS yang terdapat pada tabel 4.19 telah menunjukkan bahwa *T-statistics* pada ATU -> BIU sebesar 7.534 signifikan ($> 1,96$). Nilai *Original Sample Estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,675 dengan demikian telah menunjukkan bahwa arah hubungan antara ATU dengan BIU adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa ATU berpengaruh positif terhadap BIU. Dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa Sikap seorang pengguna (ATU) terhadap penggunaan *online ticketing* secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU) diterima.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang serupa yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya Sugiarto, (2016) kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan bahwa sikap seorang pengguna (ATU) berpengaruh positif terhadap niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU).

Hal ini berarti membuktikan bahwa niat pengguna dalam menggunakan *online ticketing* dilandasi dengan sikap pengguna *online ticketing*. Dengan kata lain seorang pengguna *online ticketing* yang merasa bahwa sistem *e-ticketing* mudah dan dapat berguna bagi para penggunanya, maka pengguna akan terus menggunakan layanan *e-ticketing* tersebut untuk mendukung kegiatannya.

4.5.6. Hasil Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis 6 dalam penelitian ini menyatakan bahwa Niat berperilaku menggunakan *online ticketing* (BIU) secara positif mempengaruhi penggunaan senyatanya *online ticketing* (AU) yang akan diuji dengan menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian Hipotesis 6 dapat dilihat pada tabel 4.19. Dari hasil pengujian SmartPLS yang terlihat pada tabel 4.19 telah menunjukkan bahwa *T-statistics* pada BIU \rightarrow AU sebesar 15.307 signifikan ($> 1,96$). Nilai *Original Sample Estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,774 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara BIU dengan AU adalah positif.

Hal ini menunjukkan bahwa BIU berpengaruh positif terhadap AU, dengan demikian Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa Niat berperilaku menggunakan *online ticketing* (BIU) secara positif mempengaruhi penggunaan senyatanya *online ticketing* (AU) diterima.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya Venkatesh & Davis, (2000) yang menyatakan bahwa niat berperilaku merupakan pemrediksi yang baik terhadap penggunaan senyatanya. Hal ini membuktikan bahwa Penggunaan senyatanya seseorang menggunakan *online ticketing* dilandasi dengan Niat pengguna tersebut untuk menggunakan *online ticketing*.

