

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### 4.1 Karakteristik Responden

Berikut ini hasil dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan M-Tix di Kota Semarang dengan model TAM untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan layanan M-Tix.

Data yang akan diolah di dalam penelitian ini adalah data primer yang di dapat dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebar sebanyak 120 kuesioner. Namun, jumlah kuesioner yang diisi lengkap dan dikembalikan adalah sebanyak 100 kuesioner. Jumlah kuesioner yang dikembalikan tetapi tidak diisi dengan lengkap sebanyak 8 kuesioner dan yang tidak sesuai dengan kriteria atau responden yang belum pernah menggunakan layanan M-Tix sebanyak 12 kuesioner.

**Tabel 4.1**

#### Daftar Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner didistribusikan	120
Kuesioner tidak diisi lengkap	8
Kuesioner tidak sesuai	12
<b>Kuesioner yang dapat diolah</b>	<b>100</b>

Sumber: Data sudah diolah, 2018

Dalam penelitian ini, yang menjadi responden adalah masyarakat Kota Semarang yang minimal pemakaian satu kali dalam menggunakan layanan M-Tix. Tabel 4.2 menunjukkan identitas 100 responden dalam penelitian ini.

**Tabel 4.2**

**Identitas Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Total</b>	<b>Presentase</b>
<b>Jumlah Sampel</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Jenis Kelamin:</b>		
Laki-Laki	37	37%
Perempuan	63	63%
<b>Usia:</b>		
<20 tahun	6	6%
20-30 tahun	84	84%
31-40 tahun	10	10%
<b>Jenis Alat Komunikasi Yang Selalu Digunakan:</b>		
Komputer/PC	12	12%
Laptop	15	15%
Smartphone/Handphone	73	73%

Sumber : Data sudah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki. Dengan jumlah responden perempuan sebanyak 63 orang (63%) sedangkan responden laki-laki berjumlah 37 orang (37%). Sebagian besar responden yang berumur 20-30 tahun yaitu sebanyak 84 orang (84%), responden yang berumur 31-40 tahun

sebanyak 10 orang (10%) dan responden yang berumur dibawah 20 tahun sebanyak 6 orang (6%). Selain itu berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menggunakan jenis alat komunikasi dengan *Smartphone/Handphone* yaitu sebanyak 73 orang (73%), responden yang menggunakan jenis alat komunikasi dengan komputer/PC sebanyak 12 orang (12%), sedangkan sisanya merupakan responden yang menggunakan jenis alat komunikasi dengan laptop sebanyak 15 orang (15%).

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif atau yang biasa disebut dengan statistik rata-rata ini digunakan untuk menggambarkan jawaban responden terhadap indikator-indikator dalam variabel penelitian. Peneliti membaginya ke dalam tiga kategori (rendah, sedang, tinggi). Kemudian setelah terpilih tiga kategori, perhitungan untuk menentukan rentang masing-masing kategori dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{rentang skala} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$\text{rentang} = \frac{5 - 1}{3}$$

$$\text{rentang} = 1,33$$

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

**Tabel 4.3**

**Hasil Tanggapan Responden**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	4,550	Tinggi
	PU2	4,180	Tinggi
	PU3	4,250	Tinggi
	PU4	4,490	Tinggi
	PU5	4,480	Tinggi
Rata-Rata		<b>4,390</b>	<b>Tinggi (Bermanfaat)</b>
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	PEOU1	4,440	Tinggi
	PEOU2	4,470	Tinggi
	PEOU3	4,370	Tinggi
	PEOU4	4,650	Tinggi
	PEOU5	4,570	Tinggi
Rata-Rata		<b>4,500</b>	<b>Tinggi (Mudah)</b>
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	BIU1	4,300	Tinggi
	BIU2	4,280	Tinggi
	BIU3	3,710	Tinggi
	BIU4	4,170	Tinggi
	BIU5	4,410	Tinggi
Rata-Rata		<b>4,174</b>	<b>Tinggi (Berniat)</b>
	ATU1	4,560	Tinggi
	ATU2	4,200	Tinggi
	ATU3	4,440	Tinggi

<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	ATU4	4,440	Tinggi
	ATU5	4,560	Tinggi
Rata-Rata		<b>4,440</b>	<b>Tinggi (Sangat Positif)</b>
<i>Actual Use</i> (AU)	AU1	4,090	Tinggi
	AU2	3,930	Tinggi
	AU3	4,540	Tinggi
	AU4	4,330	Tinggi
Rata-Rata		<b>4,223</b>	<b>Tinggi (Berlanjut)</b>

Sumber : Data primer sudah diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui, variabel *Perceived Usefulness* (PU) dalam penggunaan layanan M-Tix diukur dengan menggunakan tiap indikator pertanyaan yang menunjukkan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,390. Hasil dari rata-rata *Perceived Usefulness* (PU) menunjukkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori tinggi, artinya responden merasa layanan M-Tix berguna dan sangat efektif dalam proses pembelian tiket bioskop di XXI.

Dari tabel diatas dapat diketahui, variabel *Perceived Ease to Use* (PEOU) dalam penggunaan layanan M-Tix diukur dengan menggunakan tiap indikator pertanyaan yang menunjukkan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,500. Hasil dari rata-rata *Perceived Ease to Use* (PEOU) menunjukkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori tinggi, artinya mudah dalam penggunaannya dan pembayarannya.

Dari tabel diatas dapat diketahui, variabel *Behavioral Intention to Use* (BIU) dalam penggunaan layanan M-Tix diukur dengan menggunakan tiap indikator pertanyaan yang menunjukkan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,174. Hasil dari rata-rata *Behavioral Intention to Use* (BIU) menunjukkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori tinggi, artinya responden berniat untuk selalu menggunakan layanan M-Tix dalam pembelian tiket bioskop di XXI dan tetap berlanjut dimasa yang akan datang.. Dari nilai jawaban yang tinggi ini menunjukkan bahwa responden memiliki niat untuk menggunakan layanan M-Tix sesering mungkin dan berlanjut dimasa yang akan datang.

Dari tabel diatas dapat diketahui, variabel *Attitude Toward Using* (ATU) dalam penggunaan layanan M-Tix diukur dengan menggunakan tiap indikator pertanyaan yang menunjukkan nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,440. Hasil dari rata-rata *Attitude Toward Using* (ATU) menunjukkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori tinggi, artinya responden menikmati saat menggunakan layanan M-Tix dan responden merasa layanan M-Tix dapat membantu dalam transaksi pembelian tiket bioskop di XXI.

Dari tabel diatas dapat diketahui, variabel *Actual Use* (AU) dalam penggunaan layanan M-Tix diukur dengan menggunakan tiap indikator pertanyaan bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah 4,223. Hasil dari rata-rata *Actual Use* (AU) menunjukkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori tinggi, itu artinya responden sudah dan akan selalu menggunakan layanan M-Tix dalam melakukan pembelian tiket bioskop di

XXI.

### 4.3 Analisis Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS) memerlukan 2 langkah dalam penilaian *Fit Model* dari sebuah model penelitian (Ghozali, 2014). Berikut merupakan langkah-langkah analisis data pada penelitian ini :

#### 4.3.1 Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model*

Untuk menilai outer model terdapat tiga kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*.

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menentukan indikator kuesioner apakah layak atau tidak untuk variabel laten. Item akan valid jika berkorelasi  $> 0,7$ . Namun menurut Chin (1998) dalam (Ghozali, 2014) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran loading value 0,5-0,6 dianggap cukup. Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,6.

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji *Convergent Validity***

<b>Variabel</b>	<b>Butir</b>	<b><i>Loading Factor</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	1	0,776	Valid
	2	0,846	Valid
	3	0,881	Valid
	4	0,837	Valid
	5	0,747	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	1	0,780	Valid
	2	0,738	Valid
	3	0,769	Valid
	4	0,855	Valid
	5	0,799	Valid
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	1	0,865	Valid
	2	0,885	Valid
	3	0,766	Valid
	4	0,919	Valid
	5	0,827	Valid
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	1	0,777	Valid
	2	0,803	Valid
	3	0,887	Valid
	4	0,635	Valid
	5	0,835	Valid
<i>Actual Use</i> (AU)	1	0,858	Valid
	2	0,915	Valid
	3	0,691	Valid
	4	0,738	Valid

Sumber : Data primer sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018



Hasil pengolahan Uji *Convergent Validity* dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel 4.4, menunjukkan bahwa semua indikator diatas memiliki nilai *loading factor* diatas 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa semua indikator yang ada sudah memenuhi *Convergent Validity*, jadi bisa dipakai untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.5

Hasil Uji *Discriminant Validity*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Akar <i>Average Variance Extracted</i> ( $\sqrt{AVE}$ )
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,670	0,819
<i>Perceived Ease Of Use (PEOU)</i>	0,623	0,789
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	0,729	0,854
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	0,627	0,792
<i>Actual Use (AU)</i>	0,649	0,805

Sumber : Data primer sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

Dapat dilihat pada tabel yang telah diolah diatas dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model penelitian ini memiliki  $AVE > 0,5$ . Jadi semua konstruk di dalam model penelitian ini memenuhi kriteria *Discriminant Validity*.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur konsistensi antar indikator kuesioner. Suatu kuesioner akan reliabel bila jawaban dari

seseorang konsisten dari waktu ke waktu terhadap pertanyaan yang diberikan (Ghozali, 2014). Uji Reliabilitas diukur dengan dua cara yaitu : *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Suatu item dinyatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* adalah  $> 0,7$  (Ghozali, 2014).

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha***

<b>Variabel</b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,910	0,876
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	0,892	0,848
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,931	0,906
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0,893	0,849
<i>Actual Use</i> (AU)	0,879	0,822

Sumber : Data sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

Dapat dilihat pada tabel yang telah diolah diatas menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dari semua konstruk dalam penelitian ini  $> 0,7$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

#### **4.3.2 Menilai *Inner Model* atau Model Struktural**

Pengujian *Inner Model* akan dibandingkan dengan nilai *R-square* yang menunjukkan konstruk dependen, lalu nilai *Stone-Geisser Q-square* menunjukkan *predictive relevance* dan nilai Uji T yang menunjukkan signifikan koefisien.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Output Bootsrapping**

	<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	0.179	0.178	0.090	2.002	0.046
BIU → AU	0.849	0.851	0.030	28.376	0.000
PEOU → ATU	0.271	0.270	0.122	2.234	0.026
PEOU → PU	0.787	0.791	0.039	20.412	0.000
PU → ATU	0.545	0.549	0.112	4.848	0.000
PU → BIU	0.722	0.722	0.085	8.482	0.000

Sumber : Data sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

Dilihat pada tabel yang telah diolah dengan menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa nilai dari P-values konstruk Sikap pengguna (ATU) layanan M-Tix terhadap Niat menggunakan (BIU) layanan M-Tix sebesar  $0,046 < 0,05$ , nilai P-Values konstruk Niat menggunakan (BIU) layanan M-Tix terhadap Penggunaan Senyatanya (AU) layanan M-Tix sebesar  $0,000 < 0,05$ , nilai P-values konstruk Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) layanan M-Tix terhadap sikap penggunaan (ATU) layanan M-Tix sebesar  $0,026 < 0,05$ , nilai P-values konstruk Persepsi kemudahan (PEOU) layanan M-Tix terhadap persepsi kegunaan (PU) layanan M-Tix sebesar  $0,000 < 0,05$ , lalu nilai P-Values konstruk Persepsi kegunaan (PU) terhadap Sikap pengguna (ATU) layanan M-Tix sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai P-values konstruk Persepsi kemudahan (PU) terhadap Niat

menggunakan (BIU) layanan M-Tix sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**Tabel 4.8**  
**Nilai *R-Square***

<b>Variabel Endogen</b>	<b>Nilai <i>R-Square</i></b>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,619
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,749
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0,603
<i>Actual Use</i> (AU)	0,720

Sumber : Data sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

Dari tabel data yang telah diolah diatas, menunjukkan nilai *R-Square* 0,619 untuk Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix, dapat diinterpretasikan bahwa konstruk Persepsi Kegunaan (PU) dapat dijelaskan oleh Persepsi Kemudahan (PEOU) sebesar 61,9%. Nilai *R-Square* 0,749 untuk Niat Seseorang (BIU) untuk menggunakan layanan M-Tix, dapat diinterpretasikan bahwa konstruk Sikap Pengguna (ATU) dan Persepsi Kegunaan (PU) layanan M-Tix adalah sebesar 74,9%. Lalu nilai *R-Square* 0,603 untuk Sikap Pengguna (ATU) layanan M-Tix, dapat diinterpretasikan bahwa konstruk Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dan Persepsi Kegunaan (PU) ketika memakai layanan M-Tix adalah sebesar 60,3%. Dan nilai *R-Square* 0,720 untuk Penggunaan Senyatanya (AU) layanan M-Tix, dapat diinterpretasikan bahwa Niat Seseorang (BIU) untuk menggunakan layanan M-Tix adalah sebesar 72%.

**Tabel 4.9**

### Nilai *Q-Square*

Variabel Endogen	Nilai <i>Q-Square</i>
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,377
<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0,502
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0,345
<i>Actual Use</i> (AU)	0,418

Sumber : Data sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari *Q-Square* untuk konstruk Persepsi Kegunaan (PU) layanan M-Tix sebesar 0,377, maka nilai *Q-Square* pada konstruk Persepsi Kegunaan (PU) lebih dari 0,35 yang berarti memiliki nilai *predictive relevance* yang besar. Hasil dari *Q-Square* untuk konstruk Niat Seseorang (BIU) layanan M-Tix sebesar 0,502, maka nilai *Q-Square* pada konstruk Niat Seseorang (BIU) lebih dari 0,35 yang berarti memiliki nilai *predictive relevance* yang besar. Lalu hasil dari *Q-Square* untuk konstruk Sikap Pengguna (ATU) layanan M-Tix sebesar 0,345, maka nilai *Q-Square* pada konstruk Sikap Pengguna (ATU) lebih dari 0,35 yang berarti memiliki nilai *predictive relevance* yang besar. Dan terakhir, hasil dari *Q-Square* untuk konstruk Penggunaan Senyatanya (AU) layanan M-Tix sebesar 0,418, maka nilai *Q-Square* pada konstruk Penggunaan Senyatanya (AU) lebih dari 0,35 yang berarti memiliki nilai *predictive relevance* yang besar.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan Analisa *Outer Model* dan *Inner Model*, selanjutnya perlu dilakukan Pengujian Hipotesis. Dan informasi signifikan parameter yang dihasilkan akan membantu hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Hipotesis ini dapat dikatakan signifikan atau tidak dilihat dari perbandingan nilai t-table dengan t-statistik, dengan tingkat keyakinan 95%, maka  $\alpha = 0,05$  yang menunjukkan nilai dari t-statistik = 1,96. Artinya  $H_a$  diterima jika memiliki nilai t-statistik lebih dari 1,96.

Tabel 4.10

*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	0.179	0.178	0.090	2.002	0.046
BIU → AU	0.849	0.851	0.030	28.376	0.000
PEOU → ATU	0.271	0.270	0.122	2.234	0.026
PEOU → PU	0.787	0.791	0.039	20.412	0.000
PU → ATU	0.545	0.549	0.112	4.848	0.000
PU → BIU	0.722	0.722	0.085	8.482	0.000

Sumber : Data sudah diolah menggunakan SmartPLS, 2018

#### **4.4.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dari seorang pengguna layanan M-Tix berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (PU) dalam menggunakan M-Tix)**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dari seorang pengguna layanan M-Tix terhadap Persepsi Kegunaan (PU) menunjukkan nilai *original sample* 0,787 dengan nilai t-statistik sebesar 20,412. Nilai t-statistik yang dihasilkan  $> 1,960$ . Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) memiliki hubungan yang positif terhadap Persepsi Kegunaan (PU) dalam menggunakan M-Tix sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 diterima**.

#### **4.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2 (Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix secara positif mempengaruhi Sikapnya terhadap penggunaan (ATU) pada layanan M-Tix)**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan variabel Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix terhadap Sikap dalam menggunakan (ATU) menunjukkan nilai *original sample* 0,545 dengan nilai t-statistik sebesar 4,848. Nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,960). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (PU)

memiliki hubungan yang positif terhadap Sikap dalam menggunakan (ATU) menggunakan M-Tix sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 diterima**.

#### **4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3 (Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dari seorang pengguna layanan M-Tix secara positif mempengaruhi Sikapnya terhadap penggunaan (ATU) pada layanan M-Tix)**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dari seorang pengguna layanan M-Tix terhadap Sikap dalam menggunakan (ATU) menunjukkan nilai *original sample* 0,271 dengan nilai t-statistik sebesar 2,234. Nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,960). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) memiliki hubungan yang positif terhadap Sikap pengguna (ATU) menggunakan M-Tix sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 diterima**.



#### **4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis 4 (Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix berpengaruh positif terhadap Niat Perilakunya (BIU) dalam menggunakan M-Tix)**

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan variabel Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix terhadap Niat Perilakunya (BIU) menunjukkan nilai *original sample* 0,722 dengan nilai t-statistik sebesar 8,482. Nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,960). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (PU) memiliki hubungan yang positif terhadap Niat Perilaku seseorang (BIU) menggunakan M-Tix sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 diterima**.

#### **4.4.5 Hasil Pengujian Hipotesis 5 (Sikap Seorang Pengguna (ATU) layanan M-Tix berpengaruh positif terhadap Niat Perilakunya (BIU) dalam menggunakan M-Tix)**

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hubungan variabel Sikap dari seorang pengguna (ATU) layanan M-Tix terhadap Niat Perilakunya (BIU) menunjukkan nilai *original sample* 0,179 dengan nilai t-statistik sebesar 2,002. Nilai t-statistik yang dihasilkan > 1,960. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Sikap Pengguna (ATU) layanan M-Tix memiliki hubungan yang positif terhadap Niat Perilaku seseorang (BIU) sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 5 diterima**.

#### **4.4.6 Hasil Pengujian Hipotesis 6 (Niat Perilaku Seseorang (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix berpengaruh positif terhadap Penggunaan Senyatanya (AU))**

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan variabel Niat Perilaku seseorang (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix terhadap Penggunaan Senyatanya (AU) menunjukkan nilai *original sample* 0,849 dengan nilai t-statistik sebesar 28,376. Nilai t-statistik yang dihasilkan  $> 1,960$ . Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Niat Perilaku Seseorang (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix memiliki hubungan yang positif terhadap Penggunaan Senyatanya (AU) sehingga dinyatakan bahwa **Hipotesis 6 diterima**.

#### **4.5 Analisis Pembahasan**

TAM secara khusus digunakan dalam bidang sistem teknologi informasi untuk meneliti faktor-faktor penerimaan dan penggunaan pada sistem teknologi dalam pekerjaan individual pemakai (Jogiyanto, 2007). Pengadopsian sistem teknologi ini kerap dijelaskan dengan menggunakan model penerimaan sistem teknologi (Nysveen et al., 2005). Menurut Nugroho (2008) tujuan utama dari TAM adalah untuk membsntu dasar penelusuran dari pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Artinya TAM menyediakan suatu basis teori agar dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu sistem teknologi informasi dalam sebuah organisasi. Semakin seseorang bisa

menerima sistem teknologi informasi berbasis internet yang baru, maka akan semakin besar pula keinginan seseorang untuk merubah kebiasaannya dalam menggunakan waktu serta upayanya untuk lebih menerapkan secara nyata sistem teknologi informasi berbasis internet. Konstruksi model TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis (1989) yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), niat perilaku (*behavior intention*), dan penggunaan senyatanya (*actual use*).

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) memiliki hubungan yang positif terhadap Persepsi Kegunaan (PU) dalam menggunakan M-Tix. Dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata PEOU yaitu 4,50 berada pada kategori tinggi dan PU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,39. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa semakin mudah seorang responden atau konsumen dalam menggunakan layanan M-Tix maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh responden atau konsumen dalam melakukan transaksi pembelian tiket melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prianata et al., 2017), bahwa adanya hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap persepsi kegunaan (PU) dalam melakukan transaksi pembelian tiket pada situs M-Tix.

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna layanan M-Tix

secara positif mempengaruhi Sikapnya terhadap penggunaan (ATU) layanan M-Tix. Ini bisa dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata PU yaitu 4,39 berada pada kategori tinggi dan ATU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,44. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh responden atau konsumen dalam penggunaan layanan M-Tix, maka semakin baik pula sikap responden atau konsumen untuk melakukan transaksi pembelian tiket bioskop melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jogiyanto, 2007), jika seseorang mempunyai kepercayaan bahwa sistem informasi tersebut kurang berguna bagi dirinya maka dia tidak akan menggunakannya.

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) memiliki hubungan positif terhadap Sikap Pengguna (ATU) dalam menggunakan M-Tix. Dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata PEOU yaitu 4,50 berada pada kategori tinggi dan ATU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,44. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa semakin mudah seorang responden atau konsumen menggunakan layanan M-Tix, maka semakin baik pula sikap responden atau konsumen untuk melakukan transaksi pembelian tiket melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Priyana et al., 2017), bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) yang dirasakan dari seorang pengguna berpengaruh secara positif terhadap sikap konsumen (ATU) dalam melakukan transaksi pembelian tiket pada situs M-Tix.

Hasil dari pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Persepsi Kegunaan (PU) memiliki hubungan yang positif terhadap Niat Perilaku seseorang (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix. Dapat dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata PU yaitu 4,39 berada pada kategori tinggi dan BIU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,17. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa semakin besar rasa percaya responden atau konsumen bahwa layanan M-Tix berguna atau bermanfaat maka akan timbul niat responden atau konsumen untuk membeli kembali tiket bioskop melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muntianah et al., 2012), menemukan adanya hubungan positif antara persepsi kegunaan (PU) terhadap niat perilaku (BIU).

Hasil dari pengujian hipotesis kelima dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Sikap Seorang Pengguna (ATU) layanan M-Tix berpengaruh positif terhadap Niat Perilakunya (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix. Ini bisa dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata ATU yaitu 4,44 berada pada kategori tinggi dan BIU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,17. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap seorang responden atau konsumen untuk melakukan transaksi pembelian tiket bioskop melalui layanan M-Tix, maka semakin tinggi pula niat responden atau konsumen untuk membeli kembali tiket bioskop melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prianata et al., 2017), menunjukkan bahwa sikap seorang pengguna (ATU) layanan M-Tix memberi

pengaruh positif terhadap niat perilakunya (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix.

Hasil dari pengujian hipotesis keenam dalam penelitian ini yaitu diterima. Artinya, Niat perilaku seseorang (BIU) dalam menggunakan layanan M-Tix memiliki hubungan yang positif terhadap Penggunaan Senyatanya (AU). Ini bisa dilihat dari analisis deskriptifnya, rata-rata BIU yaitu 4,17 berada pada kategori tinggi dan AU juga memiliki kategori tinggi sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan atau niat dalam menggunakan layanan M-Tix dapat menimbulkan atau mendorong konsumen untuk membeli tiket bioskop melalui layanan M-Tix. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Davis, 1989) dan (Venkatesh & Davis, 2000), bahwa niat perilaku seseorang (BIU) merupakan pemrediksi yang baik terhadap penggunaan senyatanya.

