

Pengkajian Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (*Ride Sharing*) Di Jakarta Dan Sekitarnya

Taufik Asra¹⁾, Andi Taufik²⁾, Muhammad Rofi'i³⁾

Bina Sarana Informatika¹⁾, STMIK Nusa Mandiri²⁾, STMIK Nusa Mandiri³⁾
taufik.tas@bsi.ac.id¹⁾, a.taufik30@gmail.com²⁾, rofi.muhamad@gmail.com³⁾

Abstrak – Pengkajian atas penerimaan dan penggunaan terhadap teknologi telah diungkapkan melalui metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Metode lain juga berkembang adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Keunggulan model UTAUT misalnya adanya faktor pengaruh sosial yang tidak terdapat di TAM. Dari beberapa metode yang ada, ada faktor yang tidak terdapat didalamnya yaitu faktor keamanan. Faktor keamanan akan ditambahkan dalam melengkapi kajian model penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi online di Jakarta dan sekitarnya. Uji statistik dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang akan dianalisis dengan menggunakan software AMOS. Hasil dari analisis SEM diperoleh bahwa model tidak fit. Hipotesis yang diterima adalah bahwa faktor *social* mempengaruhi penggunaan *actual*, dan *attitude toward mobile service* juga memberikan nilai signifikan atas penerimaan teknologi ini.

Kata Kunci: UTAUT, TAM, *Ride Sharing*, AMOS, SEM

Abstract – Assessment of acceptance and use of technology has been disclosed through the *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) method. Another method also developed is the *Technology Acceptance Model* (TAM). The advantages of UTAUT model for example the existence of social influence factor that is not found in TAM. From some existing methods, there is a factor that is not contained in it, ie the security factor. The safety factor will be added in order to completing the study of the model of acceptance and use of online transport applications in Jakarta and surrounding areas. Statistical test with *Structural Equation Modeling* (SEM) method to be analyzed by using AMOS software. Results from the SEM analysis show that the model is not fit. The accepted hypothesis is that social factors affect the actual use, and the attitude toward mobile service also provide significant value on the acceptance of this technology.

Key Word: UTAUT, TAM, *Ride Sharing*, AMOS, SEM

1. PENDAHULUAN

Layanan transportasi berbasis aplikasi online belakangan ini ramai diperbincangkan. Di Jakarta sendiri sudah beroperasi Uber, Grab dan Gojek. Pertumbuhan ini merupakan salah satu indikator bahwa teknologi ini semakin diterima di masyarakat. Konsumen banyak diuntungkan akan teknologi *ride sharing* ini. Pengkajian atas penerimaan dan penggunaan terhadap teknologi ini telah diungkapkan.

Teori atas penerimaan dan penggunaan teknologi telah diungkapkan (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) melalui metode UTAUT dan berkembang menjadi UTAUT2 dan juga terdapat teori TAM yang telah berkembang menjadi TAM3 (Venkatesh & Bala, 2008).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat penerimaan masyarakat di wilayah Jakarta dan sekitarnya terhadap teknologi *ride sharing* pada aplikasi transportasi online seperti Uber, Grab dan Gojek. Untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi model perilaku seseorang dalam memilih jasa transportasi

pemesanan kendaraan online berbasis aplikasi. Untuk mengkaji pengaruh variabel keamanan dalam penerimaan dan penggunaan teknologi *ride sharing* pada aplikasi transportasi online.

2. LANDASAN TEORI

2.1. TAM

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai (Davis, 1989). TAM dikembangkan berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*). TAM adalah gambaran perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi informasi berdasarkan *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Easy of Use* (PeoU).

2.2. UTAUT

Model UTAUT merupakan sebuah teori yang telah banyak diadopsi dan sangat berpengaruh untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap suatu teknologi informasi

(Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Teori ini menyatakan bahwa ada empat konstruksi kunci:

1. *Performance Expectancy* (kepercayaan yang dimiliki individu bahwa kinerjanya akan makin baik apabila menggunakan teknologi).
2. *Effort Expectancy* (ekspektasi kemudahan dalam penggunaan teknologi).
3. *Social Influence* (pengaruh orang lain dalam penggunaan teknologi).
4. *Facilitating Conditions* (dukungan sarana/prasarana yang dimiliki individu untuk menggunakan teknologi).

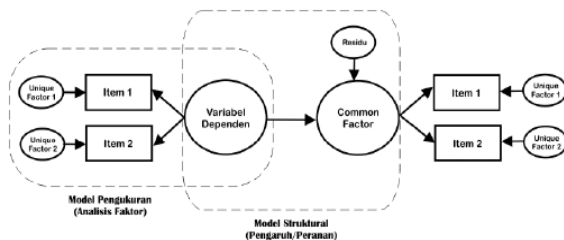
Kemudian berkembang dan ditambah adanya variabel lain seperti, *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit*.

2.3. Ride Sharing

Ride Sharing merupakan sebuah konsep dimana individu-individu yang cocok akan berkeliling dan berbagi perjalanan dalam jadwal pada sebuah kendaraan pribadi (Stiglic, Agatz, Savelsbergh, & Gradisar, 2015). Dalam sebuah *ride sharing* pengemudi dan penumpang berbagi biaya (misalnya bahan bakar) atas perjalanan yang dilakukan secara bersama.

2.4. Structural Equation Modeling (SEM)/Model Persamaan Struktural

SEM merupakan penggabungan antara dua konsep statistika, yaitu konsep regresi melalui model struktural (*structural model*) dan konsep analisis faktor yang masuk pada model pengukuran (*measurement model*) (Widhiarso, 2009). Konsep SEM dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Konsep SEM

Secara garis besar metode SEM dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu SEM berbasis *covariance* atau *Covariance Based Structural Equation Model* (CB-SEM) dan SEM berbasis varian atau komponen yang disebut *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) (Haryono & Wardoyo, 2013). Tujuan CB-SEM adalah untuk menguji teori atau mengkonfirmasi teori, sedangkan PLS-SEM bertujuan untuk mengembangkan teori atau membangun teori. Untuk *sample* PLS-SEM lebih kecil yaitu 30, sedangkan CB-SEM mensyaratkan *sample* yang besar.

2.5. Tinjauan Studi Terdahulu

Pada tinjauan terdahulu terdapat model UTAUT dalam pemesanan tiket *online* (Escobar-Rodríguez & Carvajal-Trujillo, 2014), dijelaskan bahwa penentu utama perilaku dari pembelian tiket *online* adalah kebiasaan, penghematan biaya, kemudahan penggunaan, kinerja dan usaha yang dikeluarkan, motivasi hedonis dan faktor sosial. Faktor tadi juga diperkuat dengan penelitian terhadap pembayaran *mobile* pada transportasi umum yang menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi pembayaran *mobile* pada transportasi umum adalah *Easy of Use*, *Usefulness*, *Security*, *Attitude Toward Mobile Service*, *Compatibility* dan kesemua faktor diatas disebut IMMPA (Di Pietro, Guglielmetti Mugion, Mattia, Renzi, & Toni, 2015).

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif untuk mengetahui nilai variabel dan memberikan gambaran mengenai objek yang dipilih serta data berbentuk angka. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penduduk Jakarta dan sekitarnya yang menggunakan jasa layanan Uber, Grab atau Gojek. Penentuan jumlah sampel berdasarkan syarat jumlah sampel minimal yaitu 100-200. Jumlah sampel yaitu 100 (Hair, Tatham, Black, & Anderson, 1998). Ini juga sesuai dengan metode estimasi yang dipilih yaitu ML (*Maximum Likelihood*) (Haryono & Wardoyo, 2013). Responden tadi akan ditanyakan dalam bentuk kuesioner dengan skala likert bernilai 1-5. Skala ini berintersi 1-5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), 5. Sangat Setuju (SS). Dari ke 100 responden yang menjadi sampel, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56%. Selebihnya adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 44%. Dimana mayoritas seluruh responden berdomisili di Jakarta sebesar 62%, urutan kedua responden berdomisili di daerah Bekasi sebesar 20%, diikuti dengan Depok dan Tangerang sebesar 7% dan Bogor berada di frekuensi data yang lebih sedikit yaitu sebesar 4%.

3.2. Kerangka Kerja

Terdapat tujuh tahapan dalam pembentukan model persamaan struktural (Hair et al., 1998):

1. *Developing a Theoretical Based Model.*
2. *Constructing a Path Diagram of Casual.*
3. *Convering the Path Diagram into a Set of Structural and Measurement Models.*
4. *Choosing the Input Matrix Type and Estimating the Proposed Model.*

5. Assessing the Identification of the Structural Model.
6. Evaluating Goodness-of-Fit Criteria.
7. Interpreting the Model.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengembangan Model Berbasis Teori

Berdasarkan teori diatas, dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu variabel dependen (bergantung) dan variabel independen (bebas), antara lain:

A. Variabel Independen

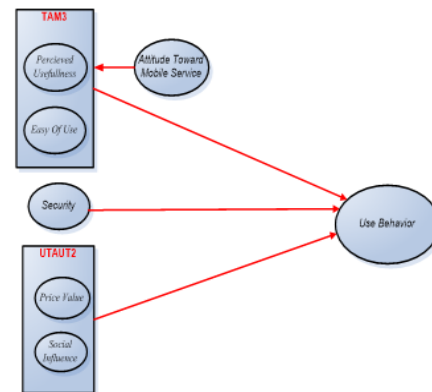
1. Harga (*Price Value*), dengan indikatornya (Venkatesh et al., 2012) (Xu, Peak, & Prybutok, 2015): Harga Murah (PL1), Harga Tetap (PL2), dan Harga Promo (PL3).
2. Lingkungan Sosial (*Social Influence*), dengan indikatornya (Venkatesh et al., 2012): Pengaruh Orang Lain (SI1), dan Rekomendasi Orang Lain (SI2).
3. Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*), dengan indikatornya (Venkatesh et al., 2012) (Baptista & Oliveira, 2015): Fasilitas *Smartphone* (FC1), Pengetahuan (FC2), dan Armada (FC3).
4. Sikap Terhadap Layanan *Mobile* (*Attitude Toward Mobile Service*), dengan indikatornya (Di Pietro et al., 2015): Informasi Armada, Pengemudi dan Perpindahannya (AT1), dan Rating Penggunaan (AT2).
5. Keamanan (*Security*), dengan indikatornya (Di Pietro et al., 2015): Transaksi Pembayaran (SC1), dan Data Penumpang (SC2).
6. Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*), dengan indikatornya (Venkatesh & Bala, 2008): Akses (EU1), Reservasi (EU2), dan Cara Pembayaran (EU3).

B. Variabel Dependen

1. Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*), dengan indikatornya (Venkatesh & Bala, 2008): Akses (EU1), Reservasi (EU2), dan Cara Pembayaran (EU3).
2. Penggunaan Aktual (*Use Behavior*), dengan indikatornya (Venkatesh et al., 2003): Penggunaan Mingguan (UB1), dan Penggunaan untuk Mobilitas (UB2).

4.2. Pengembangan Diagram Jalur (*Path Diagram*)

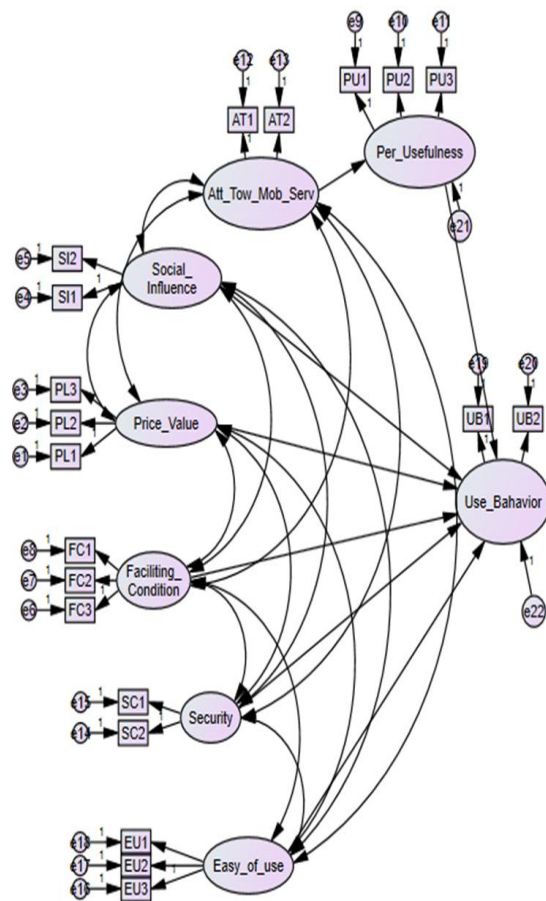
Berdasarkan landasan teori, maka dibuat diagram jalur untuk SEM sepertigambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Model SEM dan Variabelnya

4.3. Menyusun Persamaan SEM

Model SEM secara lengkap akan digambarkan pada gambar berikut (gambar 3.)



Gambar 3. Diagram Jalur (*Path Diagram*)

1. Persamaan Struktural (*Structural Equation*)

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk dengan membentuk model pengukuran variabel laten eksogen dan

endogen, bentuk persamaannya (tabel 1) sebagai berikut:

Tabel 1. Persamaan Struktural

Variabel Endogen	Variabel Eksogen	+	Kesalahan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	γ_{AT}	+	e21
<i>Use Behavior (UB)</i>	$\gamma_{PL} + \gamma_{SI} + \gamma_{FC} + \gamma_{SC} + \gamma_{EU} + \beta_{PU}$	+	e22

2. Persamaan Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk dengan membentuk model pengukuran variabel laten eksogen dan endogen, bentuk persamaannya sebagai berikut:

Tabel 2. Persamaan Model Pengukuran Variabel Eksogen

Variabel Eksogen	Indikator	+	Kesalahan
<i>Price Value (PL)</i>	λ_{PL1}	+	e1
	λ_{PL2}	+	e2
	λ_{PL3}	+	e3
<i>Social Influence (SI)</i>	λ_{SI1}	+	e4
	λ_{SI2}	+	e5
<i>Facilitating Conditing (FC)</i>	λ_{FC1}	+	e8
	λ_{FC2}	+	e7
	λ_{FC3}	+	e6
<i>Attitude Toward Mobile Service (AT)</i>	λ_{AT1}	+	e12
	λ_{AT2}	+	e13
<i>Security</i>	λ_{SC1}	+	e15
	λ_{SC2}	+	e16
<i>Easy of Use</i>	λ_{EU1}	+	e18
	λ_{EU2}	+	e17
	λ_{EU3}	+	e16

Tabel 3. Persamaan Model Pengukuran Variabel Endogen

Variabel Endogen	Indikator	+	Kesalahan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	λ_{PU1}	+	e9
	λ_{PU2}	+	e10
	λ_{PU3}	+	e11
<i>Use Behavior (UB)</i>	λ_{UB1}	+	e19
	λ_{UB2}	+	e20

4.4. Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi

Model persamaan *structural* hanya menggunakan data input berupa matriks varian/kovarian atau matriks kolerasi sebagai input data untuk estimasi yang dilakukannya. Teknik estimasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah **Maximum Likelihood Method** (default program AMOS).

4.5. Menilai Problem Identifikasi

identifikasi model perlu dilakukan untuk menentukan apakah analisis bisa dilakukan lebih lanjut. Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik.

4.6. Penilaian Evaluasi Model

A. Uji Normalitas

Dikatakan data normal jika nilai *critical skeweness* (kemencengan) dan *critical ratio curtosis value* secara keseluruhan tidak berada pada kisaran nilai yang direkomendasikan yaitu antara -2,58 sampai dengan 2,58.

Nilai *critical ratio curtosis* berada pada nilai -1,535 sampai dengan 6,342. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal. Tidak terdistribusi normal ini akan menjadikan SEM akan dilakukan **Goodness-of-Fit Tes** dan akhirnya akan menjadi normal.

B. Uji Outliers

Sebuah data termasuk *outlier* jika memiliki nilai p_1 dan p_2 kurang dari 0,05. Ukuran sampel besar (100) pedoman evaluasi adalah bahwa nilai ambang batas dari *z-score* itu berada pada rentang -3 sampai 3. Oleh karena itu kasus yang mempunyai $-3 \geq z\text{-score} \geq 3$ akan dikategorikan sebagai *outlier* dan tetap akan diikutsertakan dalam analisis selanjutnya bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan kasus tersebut. Dari data didapatkan bahwa nilai *Z* berada pada rentang tersebut, dan tidak ada data yang dibuang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi asumsi *outlier* untuk dapat dilanjutkan ke analisis SEM.

C. Uji Validitas

pengujian validitas digunakan untuk menguji kemampuan (keakuratan) suatu indikator sehingga dapat mewakili suatu variabel laten. Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Suatu variabel dikatakan memiliki nilai konstruk valid, jika mempunyai nilai *loading factor* lebih besar atau sama dengan 0,5. Berikut tabel uji validitasnya.

Tabel 4. Uji Validitas Indikator

Variabel	Indikator	Estimasi	Ket Konstruksi
Price Value	PL1	0,921	Valid
	PL2	0,601	Valid
	PL3	0,498	Valid
Social Influence	SI1	0,745	Valid
	SI2	0,649	Valid
Facilitating Conditing	FC1	0,797	Valid
	FC2	0,874	Valid
	FC3	0,575	Valid
Attitude Toward Mobile Service	AT1	0,561	Valid
	AT2	0,583	Valid
Security	SC1	0,813	Valid
	SC2	0,627	Valid
Easy of Use	EU1	0,710	Valid
	EU2	0,731	Valid
	EU3	0,767	Valid
Percieved Usefulness	PU1	0,829	Valid
	PU2	0,754	Valid
	PU3	0,722	Valid
Use Behavior	UB1	0,568	Valid
	UB2	0,935	Valid

D. Uji Reabilitas

Konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai *alpha* di atas 0,60 dan sebaliknya (Ghozali, 2008). Dari hasil perhitungan untuk uji reabilitas menggunakan *software* SPSS 16, maka nilai *alpha* untuk uji reabilitas adalah 0,9. Maka untuk semua variabel bersifat *reliable*.

E. Uji Kesesuaian (Goodness-of-Fit Index)

Untuk menyatakan suatu model diterima atau tidak, perlu dilakukan uji model secara menyeluruh, untuk mengukur kesesuaian antara matrik varians kovarians sampel dengan matrik varians kovarians. Kriteria utama yang bisa dijadikan acuan untuk mengambil keputusan adalah jika *probability* $\geq 0,05$ maka matrik varians kovarians sampel sama dengan matrik varians kovarians populasi dugaan, ini artinya model tersebut fit/diterima. Akan tetapi jika $p < 0,05$ maka model ditolak atau tidak fit.

Tabel 5. Pengujian Kesesuaian

Goodness-of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi-square (χ^2)	124,34	237.92	Bad Fit
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,0000	Marginal Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,78	Marginal Fit
GFI	$\geq 0,90$	0,41	Marginal Fit
CMIN / DF	$\leq 2,00$	1,608	Good Fit
AGFI	$\geq 0,90$	0,737	Marginal Fit
TLI	$\geq 0,95$	0,871	Good Fit
CFI	$\geq 0,95$	0,899	Marginal Fit

F. Uji Signifikasi

langkah selanjutnya setelah terbentuknya model penelitian diagram jalur, adalah uji signifikasi. Uji signifikasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan kausal antara variabel signifikan atau non-signifikan. Jika terdapat nilai yang tidak signifikan, maka akan dilakukan *drop* atau penghapusan. Uji signifikan ini dengan nilai P akan diterima jika $< 0,05$.

Tabel 6. Regresion Weight

Kausal Variabel	Koofisien Regresi	P	Hasil
PU ← AT	5.629	***	Hubungan kausal signifikan
UB ← PL	1.15	0.25	Hubungan kausal non-signifikan
UB ← SI	2.298	0.022	Hubungan kausal signifikan
UB ← SC	1.211	0.226	Hubungan kausal non-signifikan
UB ← EU	0.49	0.624	Hubungan kausal non-signifikan
UB ← PU	-1.166	0.244	Hubungan kausal non-signifikan
UB ← FC	-0.242	0.808	Hubungan kausal non-signifikan

G. Uji Hipotesis

Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan terhadap tujuh hipotesis yang diajukan. Apabila nilai Probabilitas (P) $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Adapun hasil pengujian terhadap seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

H₀ : *Attitude Toward Mobile Service* tidak berpengaruh terhadap Kegunaan (*Percieved Usefulness*) pada aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : *Attitude Toward Mobile Service* berpengaruh terhadap Kegunaan (*Percieved Usefulness*) pada aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai $P < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti *Attitude Toward Mobile Service* berpengaruh terhadap Kegunaan (*Percieved Usefulness*) pada aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

2. Pengujian Hipotesis 2

H₀ : Harga (*Price Value*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Harga (*Price Value*) berpengaruh terhadap perilaku Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,25 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti Harga (*Price Value*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

3. Pengujian Hipotesis 3

H₀ : Pengaruh Sosial (*Social Influence*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,022 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

4. Pengujian Hipotesis 4

H₀ : Keamanan (*Security*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Keamanan (*Security*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,226 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti Keamanan (*Security*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*)

aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

5. Pengujian Hipotesis 5

H₀ : Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,49 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

6. Pengujian Hipotesis 6

H₀ : Kegunaan (*Percieved Usefulness*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Kegunaan (*Percieved Usefulness*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,244 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti Kegunaan (*Percieved Usefulness*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

7. Pengujian Hipotesis 7

H₀ : Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

H₁ : Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

Kesimpulan : Karena nilai P sebesar $0,808 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.

4.7. Interpretasi Model

Setelah estimasi model dilakukan, dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan, bila ternyata estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar. Namun demikian, modifikasi hanya dapat dilakukan bila mempunyai justifikasi teoritis yang cukup kuat, sebab SEM bukan ditujukan untuk menghasilkan teori, tetapi menguji

model yang mempunyai pijakan teori yang benar atau tidak. Khusus untuk interpretasi pada analisis jalur yang dilihat antara lain: efek langsung, efek tidak langsung dan efek total.

Tabel 7. Efek Langsung

	Manfaat/ Kegunaan	Perilaku Penggunaan
Kemudahan Penggunaan	0.000	0.266
Keamanan	0.000	0.293
Layanan Info Aplikasi	0.884	0.000
Kondisi Yang Memfasilitasi	0.000	-0.720
Pengaruh Sosial	0.000	0.680
Harga	0.000	0.215
Manfaat/Kegunaan	0.000	-0.497
Perilaku Penggunaan	0.000	0.000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7. pengaruh variabel terhadap manfaat/kegunaan (*Percieved Usefullness*) yang paling besar adalah layanan info aplikasi yaitu sebesar 0.884. Variabel *Attitude Toward Mobile Service* ini memberikan pengaruh dominan secara langsung dengan memberikan informasi mengenai informasi armada, pengemudi dan perpindahannya serta adanya penilaian terhadap pengemudi yang memberikan pengaruh langsung atas manfaat dari aplikasi transportasi *online*. Adapun pengaruh langsung kemudahan penggunaan, keamanan, layanan info aplikasi, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, harga, dan manfaat/kegunaan terhadap perilaku penggunaan dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku penggunaan yaitu sebesar 0.680 dari pada pengaruh langsung keamanan sebesar 0.293 atau kemudahan penggunaan sebesar 0.266 maupun harga sebesar 0.215.

Tabel 8. Efek Tidak Langsung

	Manfaat/ Kegunaan	Perilaku Penggunaan
Kemudahan Penggunaan	0.000	0.000
Keamanan	0.000	0.000
Layanan Info Aplikasi	0.000	-0.439
Kondisi Yang Memfasilitasi	0.000	-0.840
Pengaruh Sosial	0.000	0.443
Harga	0.000	0.139
Manfaat/Kegunaan	0.000	-0.416
Perilaku Penggunaan	0.000	0.000

Dari tabel 8. hasil perhitungan pengaruh tidak langsung dari pengaruh sosial dan harga terhadap perilaku penggunaan melalui manfaat/kegunaan menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0.443 lebih besar dari pada harga sebesar 0.139.

Tabel 9. Efek Total

	Manfaat/ Kegunaan	Perilaku Penggunaan
Kemudahan Penggunaan	0.000	0.266
Keamanan	0.000	0.293
Layanan Info Aplikasi	0.884	-0.439
Kondisi Yang Memfasilitasi	0.000	-0.720
Pengaruh Sosial	0.000	0.680
Harga	0.000	0.215
Manfaat/Kegunaan	0.000	-0.497
Perilaku Penggunaan	0.000	0.000

Dari tabel 9. hasil perhitungan pengaruh total dari layanan info aplikasi terhadap manfaat/kegunaan menunjukkan bahwa layanan info aplikasi memiliki pengaruh total yang paling besar 0.884 dari pada pengaruh total lainnya. Kemudian hasil perhitungan pengaruh total dari kemudahan penggunaan, keamanan, layanan info aplikasi, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, harga, manfaat/kegunaan terhadap perilaku penggunaan menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh total yang paling besar yaitu sebesar 0.680 terhadap perilaku penggunaan dari pada pengaruh total keamanan sebesar 0.293 atau kemudahan penggunaan sebesar 0.266 maupun harga sebesar 0.215.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian-pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan:

- Tingkat penerimaan dan penggunaan atas teknologi ini sangat tinggi terbukti dengan *loading factor* yang tinggi yaitu > 0.5 dan diketahui dari kuesioner didapatkan jawaban dominan dari responden setuju dan sangat setuju untuk menggunakan aplikasi transportasi *online* seminggu sekali dengan nilai persentase 70%. Artinya responden tidak keberatan dan penggunaan akan aplikasi ini sudah sangat tinggi untuk wilayah Jakarta dan Sekitarnya.
- Faktor yang mempengaruhi model perilaku seseorang dalam memilih moda transportasi pemesanan kendaraan berdasarkan model UTAUT dan TAM berbasis aplikasi adalah variabel eksogen yang terdapat pada penelitian ini, yaitu Harga (*Price Value*), Lingkungan Sosial (*Social Influence*), Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*),

Sikap Terhadap Layanan *Mobile* (*Attitude Toward Mobile Service*), Keamanan (*Security*), Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*).

- C. Dari tujuh Hipotesa yang diuji, dua hipotesa dapat diterima, yaitu:
1. Faktor Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi *ride sharing* pada aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.
 2. Sikap Terhadap Layanan *Mobile* (*Attitude Toward Mobile Service*) berpengaruh terhadap Kegunaan/Manfaat (*Perceived Usefulness*) pada aplikasi transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.
- D. Pengaruh variabel Keamanan dalam penerimaan dan penggunaan aktual teknologi *ride sharing* pada aplikasi transportasi *online* terlihat pada pengujian hipotesis 4 yang menyebutkan bahwa Keamanan (*Security*) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) transportasi *online* di Jakarta dan Sekitarnya.
- E. Pengaruh total perilaku Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh total yang paling besar yaitu sebesar 0,680 terhadap perilaku penggunaan dari pada pengaruh total Keamanan sebesar 0,293 atau Kemudahan Penggunaan sebesar 0,266 maupun Harga sebesar 0,215.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- [2] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(98\)00028-0](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(98)00028-0)
- [3] Di Pietro, L., Guglielmetti Mugion, R., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463–479. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2015.05.001>
- [4] Escobar-Rodríguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2014). Online purchasing tickets for low cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management*, 43, 70–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.017>
- [5] Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Hair, J. F., Tatham, R. L., Black, W. C., & Anderson, R. E. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed., Vol. 5). Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- [7] Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural equation modeling untuk penelitian manajemen menggunakan AMOS 18.00*. Jakarta: Intermedia Personalia Utama.
- [8] Stiglic, M., Agatz, N., Savelsbergh, M., & Gradisar, M. (2015). The benefits of meeting points in ride-sharing systems. *Transportation Research Part B: Methodological*, 82, 36–53. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2015.07.025>
- [9] Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- [10] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- [11] Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1981.tb02627.x>
- [12] Widhiarso, W. (2009). *Praktek Model Persamaan Struktural (SEM) Melalui Program Amos*, 1–11.
- [13] Xu, C., Peak, D., & Prybutok, V. (2015). A customer value, satisfaction, and loyalty perspective of mobile application recommendations. *Decision Support Systems*, 79(June 2017), 171–183. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2015.08.008>