

EVALUASI ADOPTASI TEKNOLOGI MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY MODEL (STUDI KASUS : LOKET.COM)**Stefanus Aditya Ferary¹, Arista Pratama², Eristya Maya Safitri³**^{1, 2, 3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, UPN Veteran Jatim,
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar Surabaya Jawa Timur IndonesiaEmail: stefanusaf5@gmail.com, aristapratama.si@upnjatim.ac.id,
eristyamayasafitri.si@upnjatim.ac.id**Abstract (English)**

Loket.com is a platform that offers superior Ticketing Management Service (TMS) technology to support all event organizers from ticket distribution to management. Some users who have been interviewed feel that the application is not yet user-friendly. Additionally, the payment system within the application makes it somewhat difficult for those who are still unfamiliar with e-ticketing payment systems. The objective of this thesis is to analyze the Behavioral Intention of Bibit application users residing in Surabaya towards the application. This thesis employs the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model with seven variables: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, usage satisfaction, trust, and behavioral intention. The sample was collected using Non-Probability Sampling with a Purposive Sampling method. The sample size for this thesis consists of 400 Loket.com application users residing in Surabaya. The collected data was then analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 3 software. The results of this study indicate that the performance expectancy variable has a positive and significant effect on usage satisfaction. Additionally, the performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition variables have a positive and significant effect on trust. Furthermore, the usage satisfaction and trust variables have a positive and significant effect on the behavioral intention variable, which is a person's intention to use a technology in the future

Article History*Submitted: 28 Juni 2024**Accepted: 1 Juli 2024**Published: 8 Juli 2024***Key Words***Online Ticketing,
Loket.com, UTAUT, SEM-PLS***Abstrak (Indonesia)**

Loket.com adalah platform yang memiliki Ticketing Management Service (TMS) teknologi unggul dalam mendukung seluruh penyelenggara event mulai dari distribusi & manajemen tiket. Beberapa pengguna yang sudah diwawancarai merasa bahwa aplikasi awam untuk digunakan, terlebih lagi terdapat sistem pembayaran yang ada di dalam aplikasi tersebut membuat beberapa orang yang masih awam dengan sistem pembayaran e-ticketing menjadi sedikit kesulitan. Tujuan skripsi ini adalah menganalisis perilaku (Behavioral Intention) pengguna aplikasi Loket.com berdomisili Surabaya terhadap aplikasi. Skripsi ini menggunakan model teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dengan 7 variabel yaitu variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, Usage Satisfaction, Trust dan behavioral intention. Pengambilan sampel menggunakan Teknik NonProbability sampling dengan jenis Purposive Sampling. Jumlah sampel dalam skripsi ini sebanyak 400 pengguna aplikasi Loket.com berdomisili Surabaya. Data skripsi yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan software SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel performance expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap usage satisfaction. Selain itu variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust. Lalu variabel usage satisfaction dan Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel behavioral intention yakni niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi di masa yang mendatang.

Sejarah Artikel*Submitted: 28 Juni 2024**Accepted: 1 Juli 2024**Published: 8 Juli 2024***Kata Kunci***Online Ticketing, Loket.com,
UTAUT, SEM-PLS*

PENDAHULUAN

Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi, beberapa sektor kehidupan, termasuk bidang pariwisata, mengalami dampak signifikan (Suleman, 2013). Pariwisata merupakan segala kegiatan dalam berwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas beserta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (UU No.10 Tahun 2009). Salah satu bentuk penerapan teknologi dalam industri pariwisata adalah dengan menggunakan teknologi reservasi tiket secara online, yang biasa disebut dengan e-ticket. Penerapan e-ticketing pada dasarnya bertujuan untuk memudahkan dan mempercepat proses pembelian tiket, sehingga pengguna layanan tidak perlu lagi datang ke loket, mengantre, dan membawa tiket kertas. Sistem e-ticketing berbasis website memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya secara online dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan koneksi internet. Hal ini membuat e-ticketing menjadi suatu inovasi baru dalam sistem permintaan pelayanan dukungan, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai suatu bentuk layanan yang lebih efektif dan efisien (Rahardja et al., 2013). Teknologi e-ticketing tersebut sudah diaplikasikan pada sektor pengadaan acara atau event yang dikembangkan perusahaan LOKET melalui website Locket.com (<https://www.loket.com/>).

Tidak semua fitur yang tersedia di situ website Locket.com dapat berfungsi dengan normal dalam penerapannya. Berdasarkan hasil dari beberapa wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa kesenjangan yang dialami masyarakat dalam penggunaan dan pemahaman mengenai situs website Locket.com. Beberapa pengguna yang sudah diwawancarai merasa bahwa aplikasi masih dirasa awam untuk digunakan, terlebih lagi terdapat sistem pembayaran yang ada di dalam aplikasi tersebut membuat beberapa orang yang masih awam dengan sistem pembayaran e-ticketing menjadi sedikit kesulitan akan hal ini. Locket.com juga memiliki aplikasi berbasis mobile yang memiliki tampilan dan fungsi yang sama seperti yang ada pada website Locket.com. Dari beberapa ulasan yang ada di Play Store beberapa pengguna mengatakan bahwa masih ada kendala dalam penggunaan aplikasi Locket.com. Akibatnya, beberapa orang batal untuk menghadiri sebuah acara akibat dari kendala dan mungkin bisa dari kelalaian pengguna itu sendiri.

Pengguna mengetahui bahwa untuk mengikuti sebuah acara / event yang diadakan dapat dilakukan dengan memesan tiket secara online pada website Locket.com melalui orang-orang sekitar dan promosi yang ada pada sosial media. Website Locket.com menyediakan fasilitas berupa layanan customer service yang dapat dihubungi oleh pengguna yang mengalami kesulitan dalam memesan dan membeli tiket. Tidak menutup kemungkinan juga, kelompok masyarakat yang berkeinginan untuk mengadakan acara baik itu seminar, konser musik, dan lain sebagainya dapat menghubungi customer service yang sudah disediakan apabila mengalami kesulitan dalam akan mengadakan sebuah acara yang melibatkan Locket.com sebagai tempat penyedia online ticketing. Website Locket.com diharapkan mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna sehingga pengguna merasa senang saat mengakses situs web tersebut serta pengguna akan terus menggunakan dan merekomendasikan website Locket.com kepada orang yang akan menghadiri acara karena dianggap sebagai implementasi yang baik dari sistem e-ticketing. Dalam mengatasi beberapa masalah tersebut, perlu dilakukan evaluasi terhadap penerimaan pengguna terhadap sistem tersebut. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai apakah solusi dan teknologi yang dipilih sudah dapat diterima oleh masyarakat sebagai pengguna agar memberikan pengalaman yang lebih baik saat mengakses situs website tersebut. Salah satu model yang dapat digunakan untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi adalah Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang diciptakan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003. Keunggulan menggunakan UTAUT terletak pada kemampuannya dalam menjelaskan bagaimana perbedaan individual dapat mempengaruhi perbedaan penggunaan teknologi melalui penjelasan mengenai

kaitan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan niat untuk menggunakan teknologi tertentu (Ananda et al., 2014).

Pada penelitian ini menggunakan model UTAUT dari peneliti T Siswanto, R Shofiati dan H Hartini (Siswanto et al., 2018). Variabel yang digunakan yaitu terdiri dari performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions dan use behavior yang mempengaruhi behavioral intention. Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, peneliti berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna terhadap website TIKET.COM dengan menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Maka, tugas akhir ini memiliki judul Evaluasi Adopsi Teknologi Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model (Studi Kasus : Locket.com).

Tipe Artikel

Definisi dan Pengertian

1. E-Ticket

E-ticket adalah salah satu cara berdagang dengan melakukan transaksi jual beli-beli tiket untuk berbagai jenis layanan, terutama dalam layanan perjalanan, menggunakan teknologi internet dan komputer sebagai mediana (Bienz, 2008). *E-Ticketing* merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh perusahaan jasa kepada pelanggan untuk mempermudah proses pemesanan tiket menggunakan internet sebagai media transaksi jual-beli. Dengan menggunakan *e-ticket*, pengguna dapat merekam seluruh proses pembelian tiket perjalanan mereka tanpa perlu mencetak dokumen fisik yang berharga (Indarto, 2011).

2. Perilaku Pengguna E-Ticket

Perilaku pengguna adalah perilaku yang terkait dengan penggunaan sumber informasi, termasuk perilaku dalam mencari dan menggunakan informasi, baik dengan cara aktif maupun pasif (Pendit, 2003). Cara pengguna memenuhi kebutuhan informasi sangat bervariasi, karena setiap pengguna memiliki pengalaman dan motivasi yang berbeda. Sikap dan persepsi pengguna terhadap layanan teknologi informasi akan membentuk perilaku terhadap layanan tersebut. Analisis perilaku yaitu aktivitas pengamatan terhadap segala tindakan yang dilakukan oleh pengguna terkait dengan sumber informasi, termasuk dalam mencari dan menggunakan informasi baik secara aktif maupun pasif (Uno, 2021).

E-ticketing merupakan metode untuk merekam seluruh proses penjualan tiket perjalanan pelanggan tanpa perlu mencetak dokumen fisik seperti paper ticket yang berharga (Ng-Kruelle et al., 2006). Dengan e-ticketing, seseorang dapat membeli tiket untuk berbagai acara melalui situs web dengan lebih mudah. Pemesanan tiket dapat dilakukan melalui perangkat yang terhubung dengan internet.

3. Website

Website adalah sebuah kumpulan halaman terhubung satu sama lain yang berisi beberapa item seperti dokumen dan gambar yang disimpan di dalam web server (Misty E & Susan L, 2017). Web App adalah sebuah aplikasi yang berada di dalam server web yang dapat diakses oleh pengguna melalui browser. Web App umumnya menampilkan data dan informasi pengguna dari server (Vossen et al., 2017). Sejak awal 1990, world wide web atau website merevolusi kehidupan pribadi maupun profesional. Web telah menjadi sebuah situs yang terus berkembang dan menjadi perpustakaan informasi yang dapat diakses melalui mesin pencari dan portal. Web kini menjadi tempat penyimpanan media yang memudahkan hosting dan berbagi sumber daya, sering kali gratis, serta sebagai pendukung layanan do-it-yourself. Web juga telah menjadi sebuah platform perdagangan di mana individu dan perusahaan semakin menjalankan bisnis mereka.

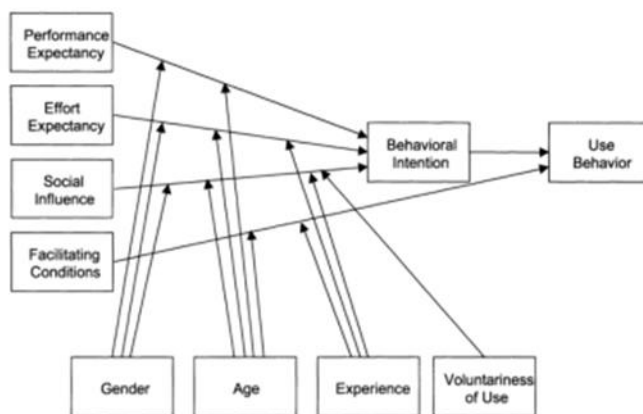
4. Locket.com

Locket.com adalah platform yang memiliki Ticketing Management Service (TMS) teknologi unggul dalam mendukung seluruh penyelenggara event mulai dari distribusi & manajemen tiket, hingga penyediaan laporan analisa event di akhir acara (Locket.com, 2023). Aplikasi ini hadir sebagai solusi bagi masyarakat untuk menikmati beberapa acara yang diselenggarakan oleh beberapa kelompok masyarakat dengan kemudahan informasi pemesanan tiket berbasis online. Tidak memungkinkan juga bagi penyelenggara event / acara mampu menjual serta mendistribusi dan memanajemen tiket melalui website Locket.com ini. Website Locket.com dapat diakses melalui laman berikut <https://www.loket.com/>.

5. Definisi UTAUT

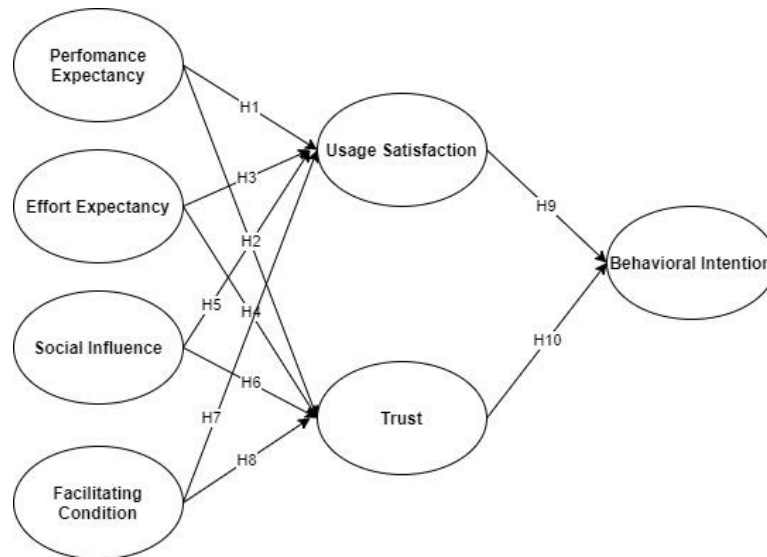
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model yang dikemukakan oleh Venkatesh, et al. (2003). Terdapat delapan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan pola perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Hal ini dapat dibahas dengan mendiskusikan teori-teori tersebut secara rinci dan terperinci. Delapan teori tersebut adalah Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behaviour (TPB), Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB), Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion (IDT) dan Social Cognitive Theory (SCT). UTAUT dapat menjelaskan sebanyak 70% variasi dalam minat penggunaan teknologi, angka yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan delapan model sebelumnya.

Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan bahwa terdapat empat konstruk utama yang memiliki peran penting sebagai determinan langsung dari behavioral intention dan use behavior yaitu, performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions. Sedangkan yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari behavioral intention.



Gambar 1 Model Struktural UTAUT Venkatesh et al

Pada gambar 1, model UTAUT terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel yang mempengaruhi (independent) dan variabel yang dipengaruhi (dependen). Empat variabel independent, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions. Dua variabel dependen, yaitu behavioral intention dan use behavior. Dan terdapat empat variabel moderat, yaitu gender, age, experience dan voluntariness of use (Venkatesh et al., 2003).



Gambar 2 Model Struktural Penelitian

Pengaruh Performance Expectancy

Performance Expectancy ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan memberikan keuntungan dalam kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Behavioral Intention merupakan sejauh mana seseorang memiliki keinginan atau niat untuk terus menggunakan sistem, dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi. Dengan mempertimbangkan manfaat, motivasi dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan teknologi informasi, maka akan muncul keinginan untuk memanfaatkan teknologi oleh pengguna untuk meningkatkan kinerja mereka. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Performance Expectancy* mempengaruhi *Usage Satisfaction* dalam penggunaan website Locket.com

H2: *Performance Expectancy* mempengaruhi *Trust* dalam penggunaan website Locket.com

Pengaruh Effort Expectancy

Effort Expectancy merupakan sejauh mana penggunaan sistem dianggap mudah oleh pengguna dan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaan. Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan mendorong minat seseorang dan membuat mereka merasa nyaman dalam menggunakan sistem tersebut untuk bekerja. (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: *Effort Expectancy* mempengaruhi *usage satisfaction* dalam penggunaan website Locket.com

H4: *Effort Expectancy* mempengaruhi *trust* dalam penggunaan website Locket.com

Pengaruh Social Influence

Social Influence adalah sejauh mana seseorang merasa terdorong untuk menggunakan sistem karena pengaruh orang lain atau lingkungan sekitarnya. Faktor sosial dapat tercermin dari seberapa besar dukungan yang diberikan oleh keluarga, teman, dan rekan kerja yang mungkin memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang. Venkatesh et al. (2003) menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: *Social Influence* mempengaruhi *Usage Satisfaction* dalam penggunaan website Locket.com

H6: *Social Influence* mempengaruhi *Trust* dalam penggunaan website Loker.com

Pengaruh Facilitating Conditions

◆ *Facilitating Condition* merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung pengguna sistem (Venkatesh et al., 2003). Infrastruktur organisasi dan teknologi pendukung memiliki dampak langsung pada kecenderungan individu untuk menerima dan menggunakan sistem atau teknologi. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H7: *Facilitating Condition* mempengaruhi *Usage Satisfaction* dalam penggunaan website Loker.com

H8: *Facilitating Condition* mempengaruhi *Trust* dalam penggunaan website Loker.com

Pengaruh Usage Satisfaction

Kepuasan (*satisfaction*) mengacu pada evaluasi subjektif individu terhadap pengalaman penggunaan teknologi atau sistem informasi yang melibatkan persepsi mereka tentang kualitas, kinerja, dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan tersebut. (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H9: *Usage Satisfaction* mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam penggunaan

Pengaruh Trust

Trust memiliki definisi sebagai keyakinan individu bahwa pihak terkait, seperti organisasi atau sistem, akan memenuhi komitmennya, berperilaku dengan integritas, dan melindungi kepentingan pengguna. (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H10: *Trust* mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam penggunaan website Loker.com

METODE

Pada penelitian ini metode yang dipakai adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan Teknik pengumpulan data yang didalamnya melibatkan banyak angka mulai dari proses pengumpulan data hingga perhitungan hasil data yang telah dikumpulkan. Metode pengumpulan data adalah proses yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data.

Variabel Penelitian

Penyusunan instrumen pada penelitian ini berdasarkan variabel-variabel yang ada pada model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Variabel-variabel tersebut meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *usage satisfaction*, *trust* dan *behavioral intention*.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kelompok obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti sebagai subjek penelitian dan dijadikan dasar untuk membuat kesimpulan. (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna website Loker.com berdomisili Surabaya dengan jumlah populasi sebanyak 2.971.300 orang pada tahun 2020 (surabaya.bps.go.id, 2022).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016). Menurut Sugiyono

(2016) untuk menghitung ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan tingkat ketelitian yang digunakan adalah 95% dengan error sebesar 5%, sebagai berikut:

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

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Margin error dimana sebesar 5% (0.05)

Maka :

$$n = \frac{N}{(Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = Interval keyakinan / error 5% (0.05)

Maka :

$$n = \frac{2971300}{1 + (2971300 \times 0.0025)}$$

$$n = \frac{2971300}{7429.25}$$

$$n = 399.946 \approx 400 \text{ responden}$$

jadi jumlah minimal repsonden adalah sebesar 399,946 atau jika dibulatkan menjadi 400 responden

Metode Analisis Data

Metode analisis menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Pengujian penelitian menggunakan metode PLS-SEM terbagi menjadi 2 yaitu outer model dan inner model. Outer model bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel laten dapat berhubungan dengan indikatornya pada model pengujian ini terdiri dari 2 tahapn pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Inner model digunakan dengan tujuan menganalisis hubungan antara setiap variabel laten, pada model pengujian ini terdapat 3 tahapan yaitu fornell larcker, cross loading, vif ,r square dan uji hipotesis (bootstrapping)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Data Demografi responden pada penelitian ini mencakup jenis kelamin, usia, lama berlangganan Battle Pass dan jenis battle pass yang dibeli. Data ini digunakan untuk mengetahui latar belakang dari responden penelitian dan sebagai informasi tambahan untuk membuat infografis. Terdapat responden sejumlah 463 orang yang telah mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

Tabel 1 Data Demografi Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki - Laki	232	58%

Umur	Perempuan	168	42%
	10 – 16 tahun	3	0,75%
	17-25 tahun	348	84%
	26-35 tahun	48	12%
	>46 tahun	1	0.25%
Lama Penggunaan	Jarang	88	22%
	Kadang-kadang	169	42.25%
	Cukup sering	99	24.75%
	Sangat sering	1	0.25%

Pengujian Outer Model

Outer model dilakukan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Pada analisa *outer model* digambarkan bagaimana hubungan antara indikator dengan variabel latennya (Hair et al., 2017). Pada tahap ini, akan diperoleh parameter pengukuran seperti validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan juga *cronbach's alpha*.

Tabel 2 Pengujian Outer Model

	loadings	Cronbach alpha	Composite reliability	AVE
Behavaioral Intention		0.902	0.939	0.836
BI1	0.920			
BI2	0.918			
BI3	0.905			
Effort Expectancy		0.938	0.956	0.844
EE1	0.907			
EE2	0.934			
EE3	0.876			
EE4	0.956			
Facilitating Condition		0.911	0.944	0.849
FC1	0.921			
FC2	0.924			
FC3	0.919			
Trust		0.936	0.954	0.838
OT1	0.911			
OT2	0.914			
OT3	0.016			
OT4	0.921			

Usage Satisfaction		0.794	0.864	0.615
OTS1	0.829			
OTS2	0.729			
OTS3	0.742			
OTS4	0.832			
Performance Expectancy		0.887	0.930	0.816
PE1	0.911			
PE2	0.899			
PE3	0.900			
Social Influence		0.936	0.954	0.839
SI1	0.890			
SI2	0.932			
SI3	0.891			
SI4	0.949			

Pengujian Inner Model

Pada analisa inner model, pengujian dilakukan untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten (Hair et al, 2021). Langkah pengujian dimulai dari uji multikolinearitas dan uji pengaruh. Selanjutnya dilakukan pengukuran kemampuan prediksi model yang dapat dievaluasi melalui *R-square*, *effect size* dan uji hipotesis (Sarstedt et al., 2021).

A. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang berhubungan dengan variabel bebas lainnya. untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF harus bernilai kurang dari 5 dan apabila nilai VIF bernilai lebih dari 5 maka mengindikasikan terjadi masalah multikolinearitas (TomassMHultt et al, 2021).

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

	TR	US	BI
EE	4.649	4.649	
FC	4.154	4.154	
PE	4.563	4.563	
SI	4.628	4.628	
TR			1.016
US			1.016

B. F-Square

Effect size menunjukkan apakah konstruk independen memiliki pengaruh substansial pada konstruk dependen (gotz et al, 2010). Menurut Henseler et al. (2009) jika *effect size* memiliki nilai antara 0.020 dan 0.150 menunjukkan konstruk eksogen memiliki pengaruh kecil, nilai antara 0.150 dan 0.350 memiliki pengaruh sedang dan nilai lebih dari 0.350 memiliki pengaruh besar pada konstruk endogen. Jika nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek (Hair et al, 2017). Berikut adalah hasil dari nilai Effect Size (F-Square)

Tabel 4 F-Square

	<i>Trust</i>	Keterangan
<i>Effort expectancy</i>	0.174	Pengaruh Sedang
<i>Facilitating condition</i>	0.144	Pengaruh Kecil
<i>Performance Expectancy</i>	0.195	Pengaruh sedang
<i>Social Influence</i>	0.103	Pengaruh kecil
	<i>Behavioral Intention</i>	Keterangan
<i>Trust</i>	4.039	Pengaruh besar

C. R- Square

R-Square digunakan untuk menjelaskan variasi dalam variabel endogen yang dijelaskan melalui variabel eksogen. Nilai dari R-Square ditampilkan pada tabel berikut

Tabel 5 R-Square

Variable	R Square
<i>Behavioral Intention</i>	0.807
<i>Trust</i>	0.905
<i>Usage Satisfaction</i>	0.028

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan menggunakan proses *bootstrapping* pada aplikasi smartPLS 3, dan berikut merupakan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Gambar dibawah

Tabel 6 Uji Hipotesis (Bootstrapping)

	Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
PE - US	H1	0.225	2.017	0.044	Signifikan
PE - TR	H2	0.29	5.443	0.000	Signifikan
EE - US	H3	-0.174	1.36	0.174	Tidak Signifikan
EE -TR	H4	0.277	6.181	0.000	Signifikan
SI - US	H5	-0.037	0.316	0.752	Tidak Signifikan
SI - TR	H6	0.213	4.973	0.000	Signifikan

FC - US	H7	0.112	0.968	0.334	Tidak Signifikan
FC - TR	H8	0.238	4.423	0.000	Signifikan
US - BI	H9	0.056	2.438	0.015	Signifikan
TR - BI	H10	0.890	60.65	0.000	Signifikan

Hasil dari bootstrapping dapat menjawab hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya melalui nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*) dan nilai p (p values). Nilai path coefficient menggambarkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, kekuatan dan signifikansi *path coefficient* dievaluasi menggunakan nilai p (p values) dan melalui uji *T-statistics* menggunakan two-tailed. P values $< 0,05$ menunjukkan signifikansi yang mengindikasikan bahwa hipotesis diterima. Pada uji *T-statistics*, dipilih signifikansi pada level 5% sehingga nilai *T-statistics* harus lebih besar dari 1,96.

Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Usage Satisfaction*

H₁ : *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Usage Satisfaction* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara PE dan US memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.225 dengan p values sebesar 0,044 dan nilai *T-statistic* $> 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage satisfaction*, maka H₁ diterima.

Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Trust*

H₂ : *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Trust* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara PE dan US memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.225 dengan p values sebesar 0,044 dan nilai *T-statistic* $> 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage satisfaction*, maka H₂ diterima.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Usage Satisfaction*

H₃ : *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Usage Satisfaction* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara EE dan US memiliki *path coefficient* bernilai negatif sebesar -0,174 dengan p values sebesar 0,174 dan nilai *T-statistic* $< 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *trust*, maka H₃ ditolak.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Trust*

H₄: *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Trust* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara EE dan TR memiliki *path coefficient* bernilai positif sebesar 0.277 dengan p values sebesar 0 dan nilai *T-statistic* $> 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, maka H₄ diterima.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Usage Satisfaction*

H₅: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Usage Satisfaction* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara SI dan US memiliki *path coefficient* bernilai negatif sebesar -0,037 dengan p values sebesar 0,752 dan nilai *T-statistic* $< 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh negatif dan tidak signifikan

terhadap *usage satisfaction*, maka H_5 ditolak.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Trust*

H₆: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Trust* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara SI dan TR memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.213 dengan *p values* sebesar 0 dan nilai T-statistic > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, maka H_6 diterima.

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Usage Satisfaction*

H₇: *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Usage Satisfaction* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara FC dan US memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0,112 dengan *p values* sebesar 0,334 dan nilai T-statistic < 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *usage satisfaction*, maka H_7 ditolak.

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Trust*

H₈: *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Trust* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara FC dan TR memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.238 dengan *p values* sebesar 0 dan nilai T-statistic > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, maka H_8 diterima.

Pengaruh *Usage Satisfaction* terhadap *Behavioral Intention*

H₉: *Usage Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara US dan BI memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.056 dengan *p values* sebesar 0,015 dan nilai T-statistic > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *Usage Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka H_9 diterima.

Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention*

H₁₀: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* penggunaan Locket.com

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa hubungan antara TR dan BI memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0.890 dengan *p values* sebesar 0 dan nilai T-statistic > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka H_{10} diterima.

KESIMPULAN

Faktor keberhasilan Locket.com berdasarkan perspektif pengguna terdiri dari performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, usage satisfaction dan trust. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel performance expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (usage satisfaction). Selain itu variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna (trust). Lalu variabel usage satisfaction dan Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel behavioral intention yakni niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi di masa yang mendatang.

REFERENSI

- Amelia, F., & Syaefulloh, S. (2023). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Universitas di Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3853. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2817>
- Anafi, N., & Winarno, W. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Layanan Pendaftaran Nikah Online Pada Simkah Web di Sleman. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 9, 105–114.
- Ananda, D., Fitroh, & Ratnawati, S. (2014). Evaluasi penerimaan pengguna sistem otomasi TULIS pada Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan menggunakan metode UTAUT. *Konferensi Sistem Informasi Indonesia*.
- Aurier, P., & Séré de Lanauze, G. (2012). Impacts of perceived brand relationship orientation on attitudinal loyalty. *European Journal of Marketing*, 46(11/12), 1602–1627. <https://doi.org/10.1108/03090561211260004>
- Bienz, N. (2008). Electronic Ticketing-Electronic Bussiness Course. *Fribourg: Project Paper*.
- Casaló, L., Flavián, C., & Guinalú, M. (2008). The role of perceived usability, reputation, satisfaction and consumer familiarity on the website loyalty formation process. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 325–345. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.01.017>
- Chang, Y.-W., Hsu, P.-Y., & Yang, Q.-M. (2018). Integration of online and offline channels: a view of O2O commerce. *Internet Research*, 28(4), 926–945. <https://doi.org/10.1108/IntR-01-2017-0023>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In *Modern methods for business research*. (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872–1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>
- Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing*, 54(3), 68. <https://doi.org/10.2307/1251817>
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2006). Formative Versus Reflective Indicators in Organizational Measure Development: A Comparison and Empirical Illustration. *British Journal of Management*, 17(4), 263–282. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00500.x>
- Fahyuni, E. F., & Taurusta, C. (2023). *Buku Ajar BK Online (Tampilan Menu Pada Aplikasi Mobile Counseling Online)*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-065-6>
- Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares. In *Multi-Label Dimensionality Reduction* (pp. 43–62). Chapman and Hall/CRC. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS; Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Götz, O., Liehr-Gobbers, K., & Krafft, M. (2010). Evaluation of Structural Equation Models Using the Partial Least Squares (PLS) Approach. In *Handbook of Partial Least Squares* (pp. 691–711). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_30
- Gye-Soo, K. (2016). Partial Least Squares Structural Equation Modeling(PLS-SEM): An

- application in Customer Satisfaction Research. *International Journal of U- and e- Service, Science and Technology*, 9(4), 61–68. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2016.9.4.07>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience - a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 91–97. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing* (pp. 277–319). [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hidayati, N., & Cahyadi, E. R. (2021). EVALUASI ADOPSI TEKNOLOGI MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY MODEL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 7, 123–140.
- Hinton, P., McMurray, I., & Brownlow, C. (2004). *SPSS Explained*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203642597>
- Hussein, A. (2015). Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0. In *Universitas Brawijaya*.
- Indarto, A. J. (2011). Analisis Sistem Pemesanan Tiket Pesawat Secara Online “E-Ticketing.” *STMIK AMIKOM YOGYAKARTA*.
- Izzati, B. M. (2020). Analysis of Customer Behaviourin MobileFood Ordering ApplicationUsing UTAUT Model(Case Study: GoFood Application). *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 4, 23–34.
- Jairak, K., Mai, C., Praneetpolgrang, P., & Mekhabunchakij, K. (2009). *An Acceptance of Mobile Learning for Higher Education Students in Thailand* (Vol. 36, Issue 1). <https://www.researchgate.net/publication/267369030>
- Koufaris, M. (2002). Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior. *Information Systems Research*, 13(2), 205–223. <https://doi.org/10.1287/isre.13.2.205.83>
- Laudon, J. P., & Laudon, K. C. (2004). *Management Information Systems : Managing the Digital Firm*. Pearson Educación.
- Martínez-Costa, C., Viladecans, J. P., Mas-Machuca, M., & Marimon, F. (2018). Behavioral profiles of consumers of online travel agencies. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 703–722. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-10>
- Maskey, R., Fei, J., & Nguyen, H.-O. (2018). Use of exploratory factor analysis in maritime research. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(2), 91–111. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2018.06.006>
- Min, S. R., & Lee, S. M. (2020a). A study on the behavior of the user according to the distribution development of online travel agency. *Journal of Distribution Science*, 18(6), 25–35. <https://doi.org/10.15722/jds.18.6.202006.25>
- Min, S. R., & Lee, S. M. (2020b). A study on the behavior of the user according to the distribution development of online travel agency. *Journal of Distribution Science*, 18(6), 25–35. <https://doi.org/10.15722/jds.18.6.202006.25>