



**ANALISIS PENERIMAAN *WEBSITE* HOTEL SAHID
SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*
(UTAUT)**

TUGAS AKHIR

**Program Studi
S1 Sistem Informasi**

**Oleh:
Mohamad Ardan Ginanda
14410100023**

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**



FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

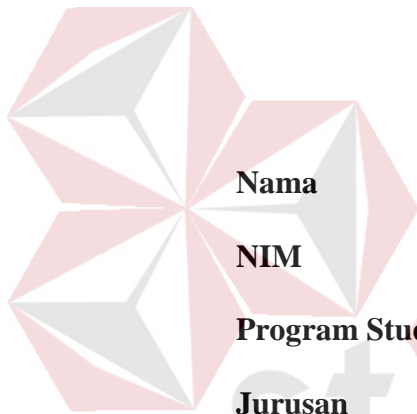
2018

**ANALISIS PENERIMAAN *WEBSITE* HOTEL SAHID
SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*
(UTAUT)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana



Oleh :

Nama : Mohamad Ardan Ginanda

NIM : 14410100023

Program Studi : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2018



Sesudah Kesulitah Pasti ada Kemudahan. (QS. Al-Insyirah:5-6). Berprasangka baiklah kepada Allah dan tetaplah terus berjuang.

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom

SURABAYA



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

*Kupersembahkan kepada kedua orang tua saya, yang telah memberikan
segalanya dan tidak pernah berhenti untuk terus berdoa kepada saya.*

Dan terima kasih kepada teman-teman yang terus memberikan semangat.

stikom
SURABAYA

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENERIMAAN *WEBSITE* HOTEL SAHID SURABAYA
DENGAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Mohamad Ardan Ginanda

NIM : 14410100023

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada : 27 Agustus 2018

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

I. **Sulistiowati, S.Si., M.M**
NIDN. 0719016801

II. **Puspita Kartikasari, M.Si**
NIDN. 0721059102

Pembahas

I. **Tutut Wuriyanto, M.Kom.**
NIDN. 0703056702



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan



untuk memperoleh gelar sarjana

FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA

Dr. Jusak

Dekan Fakultas Teknologi dan Informasi

3/9/18

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Saya:

Nama : Mohamad Ardan Ginanda
NIM : 14410100023
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **ANALISIS PENERIMAAN *WEBSITE***

**HOTEL SAHID SURABAYA DENGAN
MENGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF
TECHNOLOGY (UTAUT)***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non Exclusive Royalti Free Right) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Agustus 2018



Menyatakan

Mohamad Ardan Ginanda

NIM : 14410100023

ABSTRAK

Website Hotel Sahid Surabaya merupakan sebuah web *company profile* yang didalamnya terdapat fungsi untuk mendukung proses *e-commerce* yang sesuai pada Misi Hotel Sahid Surabaya. Proses *e-commerce* akan lebih optimal apabila pengguna memanfaatkan penggunaan *website*. Namun pada kenyataannya dari survey yang dilakukan dengan melibatkan 20 orang untuk mengakses *website*, 17 orang kesulitan untuk memilih tampilan yang akan diakses untuk melakukan reservasi online sehingga responden lebih suka untuk melakukan reservasi langsung karena saat melakukan reservasi *via website* tidak terdapat petunjuk sehingga menyulitkan seorang pengguna dalam melakukan reservasi. Selama penerapannya, *website* Hotel Sahid Surabaya belum pernah dilakukan evaluasi.

Solusi dari masalah tersebut adalah dilakukan analisis variabel yang memengaruhi penerimaan *website* dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model ini memiliki 4 variabel independen, 4 variabel moderasi dan 2 variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan menggunakan *Structural Equation Model, Partial Least Square*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teori Ferdinand dengan jumlah 75 responden.

Berdasarkan hasil analisis pada model (UTAUT), maka dapat diketahui variabel yang berpengaruh dengan ketentuan T-Statistik ≥ 1.96 atau $Pvalue \leq 0.05$ adalah *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* sebesar 40.1% dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 33%. Berdasarkan nilai *mean* pada variabel yang berpengaruh, berada dikelas interval (2.50-3.24) yang artinya responden setuju terhadap pernyataan dan rekomendasi yang dihasilkan yaitu, sebaiknya resepsionis Hotel Sahid Surabaya menawarkan menggunakan *website* untuk reservasi, karena jika seseorang merasa puas menggunakan *website* maka akan memengaruhi pengguna lain untuk menggunakannya. Sedangkan untuk rekomendasi yang kedua semua informasi harus dicantumkan dalam *website*.

Kata Kunci : SEM, SmartPLS, *Unified Theory of Acceptance and*

Use of Technology (UTAUT), *Website Hotel Sahid Surabaya*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T, karena telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian Tugas Akhir ini, serta dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Penerimaan *Website* Hotel Sahid Surabaya Dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).

Dalam penyusunan laporan hasil tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua yang senantiasa memberikan semangat dan doa.
2. Bapak Slamet Sudiharto selaku *General Manager* Hotel Sahid Surabaya
3. Bapak Prof. Dr Budi Jatmiko, M.Pd, selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
4. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Stikom Surabaya.
5. Ibu Sulistiowati, S.Si., M.M sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan semangat, arahan dan informasi yang berguna selama mengerjakan Tugas Akhir.
6. Ibu Puspita Kartikasari, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan dukungan dan kepercayaan penuh kepada saya dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Yanti selaku HRM Hotel Sahid Surabaya.

8. Bapak Rendra selaku staff EDP Hotel Sahid Surabaya, yang telah membantu mengumpulkan data-data yang digunakan dalam penelitian.
9. Seluruh teman-teman di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Surabaya, 27 Agustus 2018

Mohamad Ardan Ginanda



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Model <i>The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT).....	7
2.2 Penelitian Sebelumnya	11
2.3 Populasi dan Sampel.....	12
2.4 Teknik Sampling.....	13
2.5 Skala <i>Likert</i>	13
2.6 Teori <i>Website</i>	14

	Halaman
2.7 Statistika Deskriptif	21
2.8 Uji Validitas.....	22
2.9 Uji Reliabilitas	23
2.10 <i>Cronbach Alpha</i>	24
2.11 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	25
2.12 Dependen dan Independen.....	30
2.13 SPSS	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.1.1 Tahap Pendahuluan	33
3.1.2 Tahap Pengumpulan Data	40
3.1.3 Tahap Analisis Data.....	49
3.1.3 Tahap Akhir	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Tahap Pendahuluan.....	54
4.1.1 Hasil Studi Literatur	54
4.1.2 Hasil Observasi dan Wawancara	54
4.1.3 Hasil Perhitungan Sampel.....	58
4.2 Hasil Tahap Pengumpulan Data.....	59
4.2.1 Variabel Penelitian	59

	Halaman
4.2.2 Pembuatan Kuesioner	59
4.2.3 Penyebaran Kuesioner	62
4.3 Tahap Analisis Data	62
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif	62
4.3.2 Hasil Uji Instrumen	70
4.3.3 Hasil Analisis Data SEM	71
4.4 Tahap Akhir.....	109
4.4.1 Pembahasan.....	109
4.4.2 Rekomendasi	116
BAB V PENUTUP.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
BIODATA.....	124
LAMPIRAN.....	125
Lampiran 1 Kuisisioner	125

DAFTAR GAMBAR

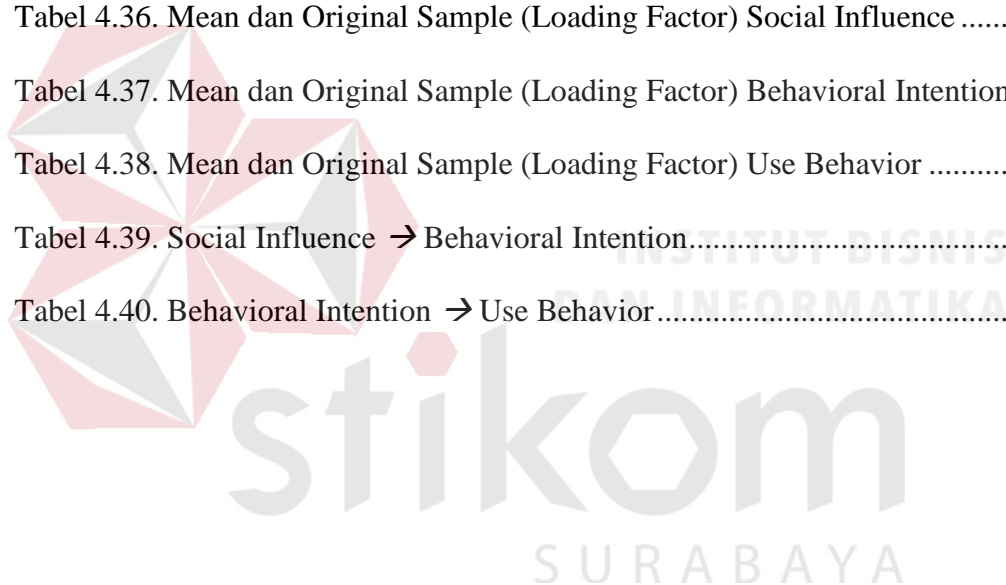
No. Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Model UTAUT menurut teori (Venkatesh, 2003).....	9
Gambar 2.2. Model PLS-SEM.....	25
Gambar 3.1. Tahapan-tahapan dalam Model Penelitian.....	32
Gambar 3.2. Menu Informasi.....	34
Gambar 3.3. Menu Reservasi Kamar.....	34
Gambar 3.4. Form Biodata Tamu.....	35
Gambar 3.5. Menu Pembayaran.....	36
Gambar 3.6. Kode Pembayaran.....	36
Gambar 3.7. Model UTAUT.....	38
Gambar 4.1. Halaman Informasi.....	55
Gambar 4.2. Halaman Reservasi Kamar.....	56
Gambar 4.3. Form Biodata Tamu.....	57
Gambar 4.4. Halaman Pembayaran.....	57
Gambar 4.5. Kode Pembayaran.....	58
Gambar 4.6. Model Lengkap Structural Equation Modeling.....	72
Gambar 4.7. Model AVE Lengkap.....	77
Gambar 4.8. AVE Model Terbaik.....	77
Gambar 4.9. Bootstrapping.....	82
Gambar 4.10. Tingkat Pengaruh Antar Variabel.....	110
Gambar 4.11. Mapping Variabel UTAUT Dengan Kriteria Website.....	117
Gambar 4.12. Desain Tampilan Website.....	119

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
Tabel 2.1. Teori-teori konstruk yang mendasari model UTAUT.....	7
Tabel 2.2. Indikator Variabel UTAUT.....	10
Tabel 2.3. Skala Likert.....	14
Tabel 2.4. Penilaian model pengukuran.....	28
Tabel 2.5. Besar nilai.....	28
Tabel 2.6. Penilaian model pengukuran formatif (outer model).....	29
Tabel 2.7. Pengukuran model struktural (inner model).....	29
Tabel 3.1. Performance expectancy.....	42
Tabel 3.2. Effort expectancy.....	43
Tabel 3.3. Social influence.....	44
Tabel 3.4. Facilitating condition.....	45
Tabel 3.5. Behavioral intention.....	46
Tabel 3.6. Use behavior.....	47
Tabel 3.7. Penilaian model pengukuran.....	51
Tabel 3.8. Besar Nilai.....	51
Tabel 3.9. Model pengukuran formatif (outer model).....	52
Tabel 3.10. Pengukuran model structural (inner model).....	52
Tabel 4.1. Indikator Performance expectancy.....	60
Tabel 4.2. Indikator Effort expectancy.....	60
Tabel 4.3. Indikator Social influence.....	60
Tabel 4.4. Indikator Facilitating condition.....	61
Tabel 4.5. Indikator Behavioral intention.....	61

No. Tabel	Halaman
Tabel 4.6. Indikator Use behavior	62
Tabel 4.7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.8. Responden Berdasarkan Pengalaman	63
Tabel 4.9. Responden Berdasarkan Kesukarelaan	64
Tabel 4.10. Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden pada variabel Performance Expectancy ..	66
Tabel 4.12. Hasil Jawaban Responden pada variabel Effort Expectancy	66
Tabel 4.13. Hasil Jawaban Responden pada variabel Social Influence	67
Tabel 4.14. Hasil Jawaban Responden pada variabel Facilitating Condition	68
Tabel 4.15. Hasil Jawaban Responden pada variabel Behavioral Intention	68
Tabel 4.16. Hasil Jawaban Responden pada variabel Use Behavior	69
Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.19. Penjelasan Variabel Performance Expectancy.....	72
Tabel 4.20. Penjelasan Variabel Facilitating Condition	73
Tabel 4.21. Penjelasan Variabel Effort Expectancy.....	74
Tabel 4.22. Penjelasan Variabel Social Influence.....	74
Tabel 4.23. Penjelasan Variabel Behavioral Intention.....	75
Tabel 4.24. Penjelasan Variabel Use Behavior	75
Tabel 4.25. Nilai Loading Factor	76
Tabel 4.26. Average Variance Extracted	78
Tabel 4.27. Nilai Cross Loading	79
Tabel 4.28. Nilai Composite Reliability	80

No. Tabel	Halaman
Tabel 4.29. Uji Hipotesis (Path Coefisien)	83
Tabel 4.30. Persamaan Mathematics Variabel	94
Tabel 4.31. Nilai Indirect Effect	94
Tabel 4.32. Nilai Total Effect	99
Tabel 4.33. Nilai Goodness of Fit	105
Tabel 4.34. Nilai R Square	105
Tabel 4.35. Nilai F-Square	106
Tabel 4.36. Mean dan Original Sample (Loading Factor) Social Influence	114
Tabel 4.37. Mean dan Original Sample (Loading Factor) Behavioral Intention	115
Tabel 4.38. Mean dan Original Sample (Loading Factor) Use Behavior	115
Tabel 4.39. Social Influence → Behavioral Intention.....	118
Tabel 4.40. Behavioral Intention → Use Behavior.....	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel Sahid Surabaya merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang pelayanan jasa penginapan. Berdasarkan dengan bidang usaha tersebut, maka pelayanan terhadap tamu hotel merupakan faktor sangat penting untuk perkembangan usaha perusahaan perhotelan. Hotel Sahid Surabaya juga memiliki website yang dapat diakses oleh umum, salah satunya calon tamu yang akan menginap. *Website* tersebut berisikan informasi seperti : informasi dari Hotel Sahid Surabaya, harga promo yang diberikan, informasi jenis kamar beserta fasilitasnya, informasi untuk akomodasi dan informasi event yang akan datang.

Website Hotel Sahid Surabaya terdapat fungsi yang sering digunakan yaitu: fungsi informasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai event yang akan diselenggarakan, harga promo serta inovasi menu makanan maupun desert. Selanjutnya fungsi reservasi kamar hotel yang bertujuan untuk para tamu melakukan pemesanan kamar hotel yang diawali dengan memasukkan tanggal check-in sampai dengan tanggal check-out. Selanjutnya fungsi pembayaran yang bertujuan untuk melakukan pembayaran setelah reservasi kamar hotel, metode pembayaran yang tersedia ada dua yaitu dengan transfer bank dan kartu kredit.

Menurut penelitian yang dijadikan referensi berjudul “Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT” yang disusun oleh Muhammad Nasir (Nasir, 2013). Implementasi suatu teknologi selalu berhubungan dengan penerimaan pengguna. Sejah mana pengguna dapat menerima dan memahami teknologi tersebut adalah hal penting untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari implementasi tersebut. Penerimaan pengguna merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan implementasi dari suatu teknologi. User Acceptance dapat didefinisikan sebagai keinginan sebuah grup user dalam memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) yang didesain untuk membantu pekerjaan mereka. Kurangnya User Acceptance akan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan implementasi teknologi informasi. Maka dari itu user acceptance harus dipandang sebagai faktor sentral yang akan menentukan sukses atau tidaknya implementasi dari suatu teknologi informasi.

Berdasarkan dari survey yang dilakukan dengan melibatkan 20 orang untuk mengakses website Hotel Sahid Surabaya, 17 orang kesulitan untuk memilih tampilan yang akan diakses untuk melakukan reservasi online sehingga responden lebih suka untuk melakukan reservasi langsung maupun via email karena saat melakukan reservasi via website tidak terdapat petunjuk sehingga menyulitkan seorang user dalam melakukan reservasi. Berdasarkan dari salah satu Misi Hotel Sahid Surabaya, “Memberikan struktur yang terorganisir untuk pemasaran, e-commerce, program penjualan lokal dan nasional.” dengan keluhan yang melibatkan 20 orang tersebut maka perlu dilakukan evaluasi website untuk menilai dan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya implementasi website yang telah dilakukan karena sebelumnya belum pernah dilakukan evaluasi serta untuk

mendukung misi tersebut dan juga dari pihak hotel menginginkan untuk meningkatkan e-commercenya.

Oleh karena itu, berdasarkan dari permasalahan yang telah dijabarkan maka penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi website Hotel Sahid Surabaya dengan menggunakan model UTAUT karena untuk mengetahui pengaruh terhadap penerimaan teknologi dan niat untuk berperilaku yang dimaksudkan agar seseorang memiliki kesadaran untuk menggunakan suatu teknologi, salah satunya website agar aktivitas *e-commerce* dapat berjalan dengan baik.

Model UTAUT adalah sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Venkatesh, et.al pada tahun 2003. UTAUT dikembangkan melalui pengkajian yang dilakukan terhadap delapan model/teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi sebelumnya. Kedelapan teori yang disatukan di dalam UTAUT adalah Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combination TAM and TPB, Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), Social Cognitive Theory (SCT). Model UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain.

Dengan adanya penelitian ini maka luaran yang dihasilkan dapat memberikan rekomendasi kepada pihak pengelola dan pengembangan website Hotel Sahid Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan permasalahan diatas, diperoleh rumusan permasalahan : Bagaimana Analisis Penerimaan *Website* Hotel Sahid Surabaya Dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) dan bagaimana rekomendasi yang diberikan kepada pihak pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan model pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dilakukan oleh Venkatesh pada tahun 2003.
2. Pengambilan sampel sebanyak 75 sampel berdasarkan teori Ferdinand (Ferdinand, 2000).

1.4 Tujuan

Dengan mengacu pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menghasilkan analisis penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya dengan menggunakan model UTAUT.
2. Menghasilkan rekomendasi kepada pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I ini membahas mengenai latar belakang masalah dari penelitian, menjelaskan permasalahan, batasan masalah, tujuan, manfaat penelitian serta tata tulis atau sistematika penulisan pada buku ini

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab II ini membahas mengenai landasan teori-teori yang terdapat pada penelitian ini yaitu membahas teori model penelitian, teknik perhitungan dan model konseptual penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III membahas tentang metode penelitian, penyusunan variabel, penyusunan indikator, penyusunan pernyataan dan teknik-teknik analisis yang akan digunakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang perhitungan sampel, hasil kuisisioner, hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis yaitu uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS, uji asumsi setiap variabel dan untuk analisis data menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS

BAB V : PENUTUP

Bab V menjelaskan tentang uraian dan kesimpulan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan beserta pemberian saran yang dapat digunakan untuk perbaikan yang dilakukan di masa mendatang.



BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Menurut Vankatesh *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* adalah metode penelitian yang berdasarkan psikologi dan sosiologi. UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan dari model-model sebelumnya yang biasa digunakan untuk melakukan penelitian tentang penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap teknologi informasi. UTAUT mensintesis elemen-elemen pada delapan model penerimaan menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT seperti *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Technology Acceptance Model*, *Motivation Model (MM)*, *Combined TAM dan TPB*, *Model of PC Utilization (MPTU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)* dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Untuk lebih jelasnya dalam kedelapan teori tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.

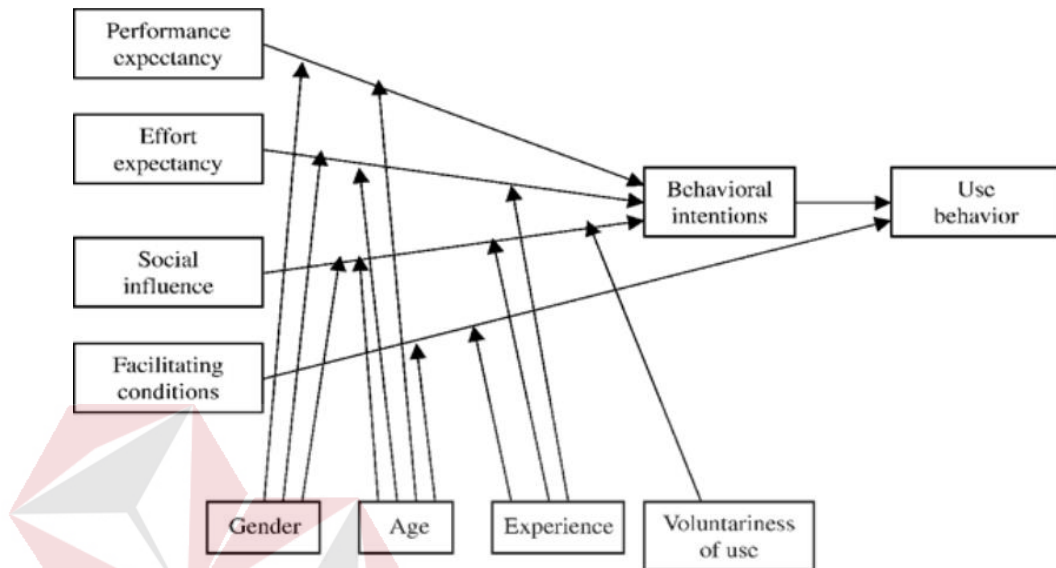
Tabel 2.1. Teori-teori konstruk yang mendasari model UTAUT

No	Nama Teori	Pengertian
1	Theory of Reasoned Action (TRA)	Teori untuk memprediksi perilaku manusia yaitu dengan cara menganalisis hubungan antara berbagai kriteria kinerja dan sikap seseorang, niat, dan norma subyektif
2	Theory of Planned Behavior (TPB)	Teori yang digunakan untuk memenuhi keadaan ketika perilaku seseorang tidak sukarela dengan memasukkan prediktor niat dan perilaku yang mengacu pada keyakinan

No	Nama Teori	Pengertian
		tentang adanya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja suatu perilaku tertentu.
3	Technology Acceptance Model (TAM)	Mengidentifikasi reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu yang menentukan sikap dan perilaku orang tersebut dengan cara membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku dimana tujuan perilaku ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut.
4	Motivational Model (MM)	Teori motivasi yang dikembangkan untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi.
5	Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)	Model hibrida dari TPB dengan TAM yang memberikan penjelasan akurat mengenai penentu penerimaan dan perilaku penggunaan suatu teknologi tertentu.
6	Model of PC Utilization (MPCU)	Menilai pengaruh dari kondisi-kondisi yang memengaruhi dan memfasilitasi, faktor sosial, kompleksitas, kesesuaian tugas dan konsekuensi jangka panjang terhadap pemanfaatan PC.
7	Innovation Diffusion Theory (IDT)	Diadopsi dari penerapan teknologi IDT dapat mengukur persepsi masyarakat dengan menggunakan tujuh atribut kunci.
8	Social Cognitive Theory (SCT)	Mengidentifikasi perilaku manusia sebagai interaksi dari faktor pribadi, perilaku, dan lingkungan yang bertujuan memberikan kerangka untuk memahami, memprediksi, dan mengubah perilaku manusia.

Model kerangka konseptual menggambarkan hubungan antar variabel yang diuji dalam penelitian. Kerangka konseptual menggambarkan hubungan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial terhadap minat pemanfaatan Sistem Informasi, serta hubungan variabel kondisi-kondisi yang memfasilitasi pemakai dan minat pemanfaatan Sistem Informasi terhadap penggunaan Sistem Informasi. Dalam metode UTAUT juga dipegaruhi oleh

variabel moderator. Variabel-variabel tersebut dapat memengaruhi niat dalam pemakaian teknologi baru dan perilaku penggunaan teknologi baru. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Model UTAUT menurut teori (Venkatesh, 2003)

Pada gambar 2.1 menjelaskan dalam model UTAUT menunjukkan niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh persepsi orang-orang terhadap ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang membantu (*facilitating conditions*) yang dimoderatori oleh jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan (*voluntariness*).

Pada masing-masing variabel yang ada dalam metode UTAUT memiliki indikator. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.2. Indikator Variabel UTAUT

No	Variabel	Indikator	Definisi
1	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	Manfaat yang dirasakan	Tingkat dimana orang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan pekerjaannya.
		Motivasi ekstrinsik	Kegiatan untuk mencapai hasil berbeda yang dihargai, seperti peningkatan prestasi kerja, gaji, atau promosi.
		Kesesuaian kinerja	Bagaimana kemampuan dari sistem untuk meningkatkan prestasi kerja bagi individu.
		Keuntungan relatif	Hasil harapan berhubungan dengan konsekuensi perilaku.
2	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	Kemudahan penggunaan aplikasi	Tingkat dimana seorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meminimalkan usaha dalam proses mengerjakan pekerjaan.
		Kenyamanan dalam menggunakan sistem	Tingkat dimana sebuah sistem dianggap sebagai relatif sulit untuk memahami dan menggunakan.
		Mengurangi upaya (waktu dan tenaga)	Sejauh mana menggunakan teknologi baru dianggap sebagai sulit untuk digunakan.
3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	Besarnya dukungan orang sekitar	Persepsi seseorang bahwa harus atau tidak harus untuk menggunakan sebuah sistem baru.
		Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas	Internalisasi individu dari referensi kelompok budaya subjektif, dan interpersonal bahwa individu telah dibuat orang lain untuk menggunakan teknologi baru
		Aturan yang ditetapkan	Sejauh mana penggunaan dianggap meningkatkan citra seseorang atau status dalam satu sosial.

No	Variabel	Indikator	Definisi
4	Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)	Fasilitas yang mendukung pengguna	Mencerminkan persepsi internal dan kendala eksternal pada perilaku yang meliputi memfasilitasi kondisi sumber daya dan memfasilitasi kondisi teknologi.
		Ketersediaan pengetahuan	Faktor-faktor objektif dalam lingkungan pengamat yang setuju membuat tindakan yang mudah dilakukan, termasuk ketentuan dukungan komputer.
		Ketersediaan petunjuk penggunaan	Tingkat dimana sebuah inovasi dirasakan sebagai konsisten dengan nilai-nilai, kebutuhan yang ada dan pengalaman pengadopsi potensial.
5	Niat Untuk Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	Niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus	Seseorang memiliki kesadaran untuk menggunakan suatu teknologi baru
6	Perilaku Menggunakan Teknologi (<i>Use Behavior</i>)	Mendukung kinerja lebih baik	Tingkat kesadaran seseorang jika menggunakan teknologi baru akan memberi keuntungan untuk pekerjaannya

2.2 Penelitian Sebelumnya

1. Penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan Aplikasi Stikom *Institutional Repository* (SIR) Dengan Model Utaut Pada Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya” yang disusun oleh Cyntia Al Annisa (Annisa, 2016). Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh yang nantinya dapat meningkatkan

penerimaan teknologi pada mahasiswa Stikom Surabaya dalam pemanfaatan SIR sebagai bagian dari sistem informasi.

2. Penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi juga berjudul “Analisis Penerapan Sistem Informasi ZISW Dengan Menggunakan Metode UTAUT” yang disusun oleh Nur Ali Farabi (Farabi, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi tingkat penerimaan (*acceptance*) dan penggunaan (*use*) SIZISW, dan apakah ada pengaruh variabel moderasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa penerimaan dan penggunaan SIZISW dipengaruhi oleh variable *Performance Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition*. Sedangkan *Effort Expectancy* tidak berpengaruh, sementara variabel *moderasi* ada pengaruh dalam penelitian ini.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Satu orang pun dapat digunakan sebagai populasi, karena satu orang ini mempunyai karakteristik (Sugiyono, 2012). Berdasarkan definisi tersebut, populasi merupakan objek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Sampel adalah 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, 2012).

2.4 Teknik Sampling

Pedoman yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang akan dipakai untuk estimasi parameter adalah :

- a. Ukuran sampel tergantung pada metode estimasi parameter yang dipakai, bila estimasi parameter menggunakan metode *Maximum Likelihood Estimation (MLE)*, ukuran sampel yang disarankan adalah 100-200.
- b. Ukuran sampel tergantung pada kompleksitas model yang akan diteliti. Semakin kompleks suatu model membutuhkan ukuran sampel yang semakin besar, dalam hal ini terdapat pedoman bahwa ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah parameter yang ada dalam model yang akan diestimasi.
- c. Ukuran sampel tergantung pada distribusi data. Bila distribusi data semakin jauh dari normal, maka ukuran sampel yang dibutuhkan semakin besar dengan pedoman sekitar 15 kali jumlah parameter yang diestimasi.

(Ferdinand, 2000).

2.5 Skala Likert

Skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Anwar, 2011). Berikut jawaban responden yang diberi skor yang ditunjukkan pada tabel 2.3.

Tabel 2.3. Skala Likert

No.	Sikap Responden	Skor
1.	Sangat Setuju	4
2.	Setuju	3
3.	Tidak Setuju	2
4.	Sangat Tidak Setuju	1

2.6 Teori Website

Menurut Spritz *Web Solution* (2015) kriteria website, yaitu:

1. Penampilan

Website harus memiliki tampilan yang menarik agar pengunjung saat mengunjungi *web* tertarik untuk tetap berada dihalaman *website* dan menghasilkan kesan positif. Contohnya:

- a) Menggunakan warna yang sesuai, warna yang sesuai minimal 2 atau 3 warna primer (utama), sesuaikan dengan tema atau instansi terkait.
- b) Teks mudah dibaca, gunakan kombinasi warna teks dan warna latar belakang yang kontrasnya cocok atau dapat terbaca dan hindari teks atau tulisan yang *typo*. Gunakan *font* yang mudah dibaca dengan ukuran minimal 12 pt.
- c) Menggunakan grafik, tambahkan grafik agar pengunjung tidak bosan melihat halaman teks. Contoh grafik rata-rata jumlah tamu pertahun dan jenis kamar yang paling diminati tamu.
- d) Menggunakan kualitas gambar/fotografi yang bagus tetapi dengan ukuran kecil. misalnya gambar dikompres/*resize* tanpa mnegurangi kualitas foto.

- e) Sederhana, tidak membebani *website* dengan desain, animasi, atau efek lain yang berlebihan.

2. Konten

- a) Konten harus singkat, padat, dan jelas dengan menuliskan topik yang jelas.
- b) Konten selalu di *update*, contohnya informasi mengenai harga, fasilitas, dan promosi harus selalu diperbaharui (*update*).
- c) Berinteraksi, gunakan bahasa penulisan sesuai dengan sasaran pasar (tamu/pengunjung) agar mudah dimengerti, adanya forum yang aktif untuk berdiskusi antara pengguna dengan admin *website*. Adanya forum kritik dan saran.

3. Fungsi

Menggunakan bahasa PHP, ASP, Java, atau lainnya untuk menciptakan sebuah *website* yang dinamis dan interaktif. Hindari kesalahan dalam menampilkan halaman dimana fungsinya tidak berjalan atau masih dalam perbaikan.

4. Kegunaan

Sistem agar mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasiannya harus mencakup:

- a) *Website* harus sederhana, menggunakan konten (informasi) yang berkualitas/berharga (hanya konten yang penting untuk ditampilkan), atur desain *web* dengan baik dan menarik, jaga *website* tetap sederhana (gambar, animasi, teks yang tidak berlebihan), dan teratur.

- b) Halaman pemuatan cepat (*Fast-loading pages*)/*Loading time*, untuk mempersingkat waktu *loading website* yaitu dengan cara menghapus *plug-in* yang tidak penting, optimasi seluruh gambar (resolusi gambar disesuaikan), gunakan *hosting* yang cepat, gunakan tema *website* cepat, bagus dan *original*, perbaiki *link* yang rusak.
- c) *Minimal Scroll*, dengan cara membuat *link* dari halaman utama untuk membaca lebih lanjut tentang topik tertentu.
- d) Tata letak yang konsisten, gunakan tata letak yang konsisten atau tidak berubah-ubah agar tidak membingungkan pengunjung.
- e) Navigasi yang menonjol dan logis, dengan cara menempatkan *item* menu dibagian atas *website* atau diatas *flip* dikedua sisinya. Batasi *item* menu sampai kurang dari 10.
- f) *Kompabilitas, browser* yang berbeda sering memiliki aturan yang berbeda untuk menampilkan konten. Minimal harus menguji *website* melalui *browser* dengan berbagai *plug-innya* diversi terbaru.

Teori Website

A. Usability

Menurut Jacob Nielsen (Nielsen, 1994), *usability* melibatkan pertanyaan dapatkah user menemukan cara untuk menggunakan situs web tersebut dengan efektif. Sebagai salah satu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikan dengan mudah dan cepat.

Situ web harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal antara lain :

a) Mudah untuk dipelajari

Letakan isi yang paling penting pada bagian atas halaman agar pengunjung dapat menemukan dengan cepat.

b) Efisien dalam penggunaan

Jangan menggunakan *link* yang terlalu banyak, sediakan seperlunya dan antarkan pengunjung untuk mencapai informasi yang diperlukan dengan cepat dan mudah.

c) Tingkat kesalahan rendah

Hindari *link* yang tidak berfungsi atau halaman masih dalam proses pembuatan (*under construction*). Lebih baik jangan cantumkan *link* itu bilamana halaman yang di *link* belum tersedia.

d) Kepuasan pengguna

User harus dapat menemukan apa yang mereka cari, mengunduh dengan cepat, mengetahui kapan mereka selesai, dan dapat dengan mudah memberitahukan site atau konten yang mereka temukan pada teman mereka.

e) Mudah untuk diingat

Situs web jangan terlalu banyak melakukan perubahan mencolok, khususnya pada navigasi.

B. Sistem Navigasi

Navigasi dapat ditampilkan dalam berbagai media yaitu teks, gambar, ataupun animasi. Navigasi dari gambar dapat menawarkan banyak sekali variasi, misalnya dengan ikon, gambar, penggunaan huruf, dan bentuk yang lebih bebas. Adapun cara membuat navigasi yang baik, yaitu :

- a) Rencanakan dengan benar sebelum membuat

Navigasi atau struktur situs web nantinya akan sulit diubah. Jadi sebelum membuat navigasi sebuah situs, tentukan konsepnya.

- b) Kelompokkan *link* navigasi dan aturlah seperlunya

Buat halaman dengan *mock up* navigasi elemen, jenis konten yang ada di halaman dan prioritasnya.

- c) Buatlah tampilan navigasi berbeda dari tampilan lainnya

Buatlah navigasi yang logika susunannya mudah dipahami. Kata-kata yang menjadi navigasi menerangkan tujuan navigasi. Gunakan kata-kata yang singkat, tepat, dan jelas. Gunakan istilah-istilah yang biasa dipergunakan atau mudah dimengerti pengunjung. Jangan membuat gambar yang berkesan sebagai tombol, padahal bukan tombol atau *link*.

- d) Buat navigasi yang memungkinkan *user feedback* seperti meletakkan *home* atau *back*.

- e) Jangan sampai navigasi tidak berfungsi dan navigasi yang belum ada isinya jangan dicantumkan.

- f) Jaga konsistensi

Posisi daerah navigasi harus tetap dan struktur navigasi harus konsisten dengan struktur isi yang diurutkan berdasarkan logika pengunjung bila perlu letakan pada tempat yang sama di tiap halaman, gunakan warna yang sama dan tempatkan pada tempat yang mudah dilihat.

C. Konten

Konten yang baik akan menarik, relevan, dan pantas untuk target *audience* web tersebut. Gaya penulisan Bahasa yang dipergunakan harus sesuai dengan web dan target *audience*. Hindari kesalahan dalam penulisan termasuk tata bahasa dan tanda baca di tiap halaman *header* dan judul. Cara membuat konten yang baik antara lain :

- a) Kenali *audience*, tulislah dengan gaya mereka dan sesuaikan dengan isinya.
- b) Jaga konten agar tetap *up to date*. Ini akan meningkatkan daya lekat situs web yang membuat *user* sering kembali.
- c) Dahulukan kualitas di atas kuantitas. Usahakan kualitas konten tercapai lebih dahulu dan kemudin jika memungkinkan baru mengejar kuantitas. Hal ini akan mendorong *user* untuk mengunjungi situs web lagi.

D. Loading Time

Kita hanya memiliki waktu 3 detik untuk menyakinkan *user* untuk tidak menutup *window* atau pergi ke situs lain. Jadi letakan sesuatu dilayar dalam waktu 3 detik dan buatlah sesuatu itu menarik.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *Zona Research* (april 1999) menyatakan bahwa 80% pengunjung akan menutup *browser* bila halaman web yang ia buka tidak tampil dalam 7-8 detik. Penelitian Jupiter Media Metrix mengatakan bahwa 40% pengunjung akan kembali mengunjungi situs yang tampil lebih cepat, sebuah situs web yang tampil lebih cepat kemungkinan besar akan kembali dikunjungi, apalagi bila dengan konten dan tampilan yang menarik. Waktu *download* memang tidak hanya dipengaruhi desain tetapi juga koneksi, server, dan lain-lain. Namun demikian desainer web harus memperhitungkan desain yang dibuatnya agar dapat tampil lebih cepat dengan menggunakan ukuran yang sekecil mungkin.

E. *Interactivity*

Buat situs web yang memungkinkan pengunjung berinteraksi dengan situs web, kita sebagai pemilik/pembuat, pengunjung lain dan dengan komputernya. Interaktivitas adalah apa yang melibatkan pengguna situs web sebagai *user experience* dengan situs web itu sendiri. Dasar interaktivitas adalah *hyperlink* dan mekanisme *feedback*. Gunakan *hyperlink* untuk membawa pengunjung ke sumber berita, topik lebih lanjut, topik terkait, atau lainnya. Keuntungannya *user* dapat memberikan kritik/saran agar situs web kita bisa lebih baik.

2.7 Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari :

1. Rata-rata

Rata-rata hitung atau arithmetic mean atau sering disebut dengan istilah mean saja merupakan metode yang paling banyak digunakan untuk menggambarkan ukuran tendensi sentral. Mean dihitung dengan menjumlahkan semua nilai data pengamatan kemudian dibagi dengan banyaknya data. Definisi tersebut dapat di nyatakan dengan persamaan berikut:

Sampel:

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n} \text{ atau } \bar{x} = \frac{\sum r}{n} \quad (1)$$

Keterangan:

Σ = lambang penjumlahan semua gugus data pengamatan

n = banyaknya sampel data

\bar{x} = nilai rata-rata sampel

Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut, maka digunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{n} \quad (2)$$

Keterangan:

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data terbesar – data terkecil

n = Banyak kelas

2. Standar deviasi

Standar deviasi merupakan akar kuadrat dari varian. Standar deviasi juga digunakan untuk mengukur risiko, yaitu besar penyimpangan antara nilai harapan (*mean*) dan nilai aktual. Standar deviasi populasi dan standar deviasi sampel masing-masing dirumuskan sebagai berikut:

$$s = \frac{1}{n-1} \sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2} \quad (3)$$

3. Range

Range merupakan ukuran variabilitas yang paling sederhana dari ukuran variabilitas lainnya. *Range* diberikan dengan rumus sebagai berikut:

$$R = X_{\max} - X_{\min} \quad (4)$$

2.8 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas instrumen menggunakan rumus *product moment* dari Pearson (Arikunto, 2010) sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (5)$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = skor responden untuk tiap item

Y = total skor tiap responden dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = jumlah subyek

Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *coefficient corelation pearson* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2005).

Uji Validitas dilakukan agar mengetahui seberapa baik nilai suatu instrumen pengukuran terhadap konsep yang diinginkan untuk mengetahui apakah yang kita tanyakan dalam kuesioner sudah sesuai dan benar dengan konsepnya. Ketentuan validitas intrumen apabila r hitung lebih besar dengan r tabel. Dasar pengambilan keputusan, r hitung $>$ r table maka variabel valid r hitung $<$ r table maka variabel tidak valid (Ghozali, 2005).

2.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha*, berdasarkan (Arikunto, 2010) yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (6)$$

Keterangan:

r_{11} = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

1 = bilangan konstan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varian total

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Menurut (Nunnally, 1967), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ (Arikunto, 2010). Analisis Korelasi dan Regresi dengan Model *Structural Equation Modeling* (SEM)

2.10 Cronbach Alpha

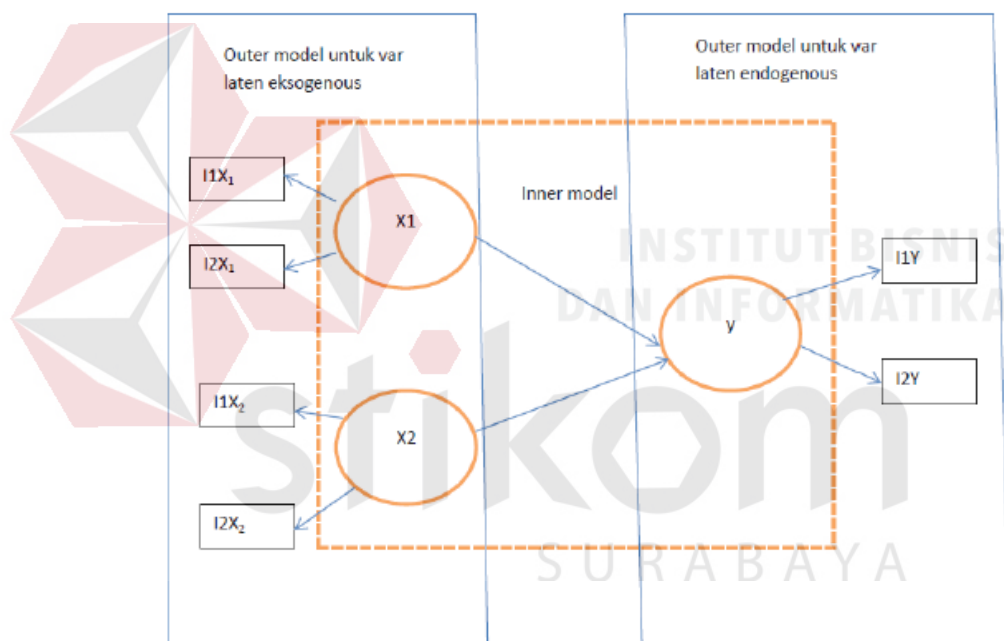
Cronbach alpha adalah Koefisien alpha dikembangkan oleh (Cronbach, 1951) sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi-item.

Teknik Alpha Cronbach akan menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien reliabilitas atau alpha sebesar $\geq 0,6$ dan memiliki dan nilai *composite reliability* > 0.7 (Arikunto, 2010).

2.11 Structural Equation Modeling (SEM)

Beberapa hal penting yang melandai SEM menggunakan PLS menurut (Leisch, 2012) diantaranya:

SEM menggunakan PLS terdiri tiga komponen, yaitu model struktural, model pengukuran dan skema pembobotan. Bagian ketiga ini merupakan ciri khusus SEM dengan PLS dan tidak ada pada SEM yang berbasis kovarian. Jika digambarkan model akan seperti gambar



Gambar 2.2. Model PLS-SEM

SEM menggunakan PLS hanya mengijinkan model hubungan antar variabel yang recursif (sarah) saja. Hal ini sama dengan model analisis jalur (*path analysis*) tidak sama dengan SEM yang berbasis kovarian yang mengijinkan juga terjadinya hubungan non-recursif (timbang-balik).

Data yang digunakan dalam PLS SEM tidak harus memenuhi persyaratan asumsi normalitas data; dengan demikian PLS – SEM memberi kelonggaran pada

data yang tidak berdistribusi normal. Hal ini berbeda dengan SEM yang berbasis kovarian yang selama ini dikenal banyak orang dimana normalitas data menjadi suatu keharusan dalam prosedur tersebut. Dengan demikian PLS SEM menjadi suatu prosedur alternatif selain SEM yang berbasis kovarian, karena dalam praktik/kenyataan kita sering menemukan bahwa data yang akan kita olah tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum kita menggunakan prosedur ini, sebaiknya kita melakukan pengujian terlebih dahulu seperti apa distribusi data kita. Sekalipun demikian data yang berdistribusi normal juga dapat dipergunakan dalam PLS SEM sebagaimana kita menggunakan data tersebut dalam SEM yang berbasis kovarian.

Beberapa asumsi dalam PLS SEM diantaranya :

- a. Asumsi utama dalam penggunaan PLS SEM ialah tidak mengharuskan mengikuti asumsi normalitas karena PLS SEM tidak memperlakukan data sebagaimana dalam SEM yang berbasis kovarian dimana dalam SEM tersebut data diharuskan berdistribusi normal. Kelonggaran ini memungkinkan kita menggunakan data yang tidak berdistribusi normal.
- b. Asumsi berikutnya ialah PLS SEM dapat menggunakan ukuran sampel yang kecil tidak seperti pada SEM yang berbasis kovarian yang mengharuskan peneliti menggunakan ukuran sampel yang besar dikarenakan SEM merupakan suatu prosedur yang dikategorikan kedalam prosedur multivariat dimana hampir semua prosedur multivariat mengharuskan jumlah data yang besar, misalnya setidaknya-tidaknya 400. Sebaliknya PLS SEM tidak mengharuskan peneliti menggunakan jumlah

data yang besar. Dengan demikian prosedur ini memberikan keuntungan bagi pengguna saat kesulitan mencari data dalam jumlah yang besar.

- c. Tidak mengharuskan randomisasi sampel dengan demikian sampel yang dipilih dengan pendekatan non-probabilitas, seperti 'accidental sampling', 'purposive sampling' dan sejenisnya dapat digunakan dalam PLS SEM.
- d. Memberbolehkan indikator formatif dalam mengukur variabel laten selain indikator reflektif. Hal ini tidak diijinkan dalam SEM berbasis kovarian yang menggunakan indikator reflektif saja.
- e. PLS SEM mengijinkan adanya variabel laten dikotomi
- f. PLS SEM memberi kelonggaran terhadap keharusan adanya skala pengukuran interval. Dengan demikian peneliti dapat menggunakan skala pengukuran selain interval.
- g. Distribusi residual dalam PLS SEM tidak diharuskan seperti pada SEM yang berbasis kovarian dimana dalam SEM tersebut distribusi residual harus sekecil mungkin seperti pada regresi linier.
- h. PLS SEM cocok digunakan sebagai prosedur yang digunakan untuk mengembangkan teori pada tahap awal. Hal ini berbeda dengan SEM yang berbasis kovarian yang menggunakan teori untuk dikonfirmasi dengan menggunakan data sampel.
- i. Pendekatan regresi dalam PLS SEM lebih cocok dibandingkan dalam SEM yang berbasis kovarian.
- j. Dalam PLS SEM hanya diperbolehkan model recursive (sebab - akibat) saja dan tidak mengijinkan model non – recursive (timbal balik) sebagaimana dalam SEM yang berbasis kovarian.

- k. PLS SEM memungkinkan model sangat kompleks dengan banyak variabel laten dan indikator.

Penilaian model pengukuran akan seperti di bawah ini :

Tabel 2.4. Penilaian model pengukuran

Penilaian model bagian luar	Penilaian model bagian dalam
Reliabilitas dan Validitas variabel laten reflektif	Penjelasan varian variabel laten endogenous
Validitas variabel laten formatif	Ukuran pengaruh yang dikontribusikan Relevansi dalam prediksi

Sedang besaran nilai yang digunakan sebagai pengukuran dapat diringkas pada tabel 2.5, berikut ini :

Tabel 2.5. Besar nilai

Kriteria	Deskripsi
Reliabilitas komposit (pc)	Pengukuran konsistensi internal dengan nilai $\geq 0,6$
Reliabilitas indikator	Loading baku absolut bagian luar dengan nilai $> 0,7$
AVE	Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $\geq 0,5$ Digunakan sebagai penentu validitas konvergen (Haryono, 2017)
Kriteria Fornell – Larcker	Digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, maka AVE untuk setiap variabel laten harus lebih tinggi dari pada R^2 dengan semua variabel laten lainnya. Dengan demikian, masing – masing variabel laten berbagi varian lebih dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variabel laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda.
Cross – loadings	Digunakan untuk pengecekan validitas diskriminan selain kriteria di atas. Jika suatu indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya daripada dengan variabel latennya sendiri maka kecocokan model harus dipertimbangkan ulang.

Penilaian dengan menggunakan validitas tradisional tidak dapat diaplikasikan untuk indikator – indikator yang digunakan dalam model pengukuran formatif dan konsep reliabilitas (konsistensi internal) dan validitas konstruk (validitas konvergen dan diskriminan) menjadi tidak bermakna saat

diaplikasikan dalam model formatif. Oleh karena itu pengukuran pada model formatif memerlukan dua lapisan. Pertama, pengukuran pada tataran konstruk (variabel laten) dan kedua pengukuran pada tataran indikator (variabel manifest).

Penilaian model pengukuran formatif dapat diringkas pada tabel 2.6 di bawah ini :

Tabel 2.6. Penilaian model pengukuran formatif (outer model)

Kriteria	Deskripsi
<i>Convergent Validity</i>	Untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan variabelnya. Semua indikator dinyatakan memiliki validitas tinggi apabila memiliki nilai <i>loading factor</i> berada diatas 0.5 (Dewi, 2015)
<i>Average Variance Extracted</i>	Untuk menyatakan bahwa keandalan sebuah indikator telah tercapai dengan syarat nilai AVE ≥ 0.5 (Haryono, 2017).
<i>Discriminant Validity</i>	Digunakan untuk memastikan bahwa setiap konep dari masing-masing variabel berbeda dengan variabel lainnya (Haryono, 2017).
<i>Composite Reliability</i>	Untuk mengetahui reliabilitas variabel (Haryono, 2017).

Model struktural adalah model yang menghubungkan antar variabel laten.

Pengukuran model struktural dapat diringkas pada tabel 2.7 di bawah ini :

Tabel 2.7. Pengukuran model struktural (inner model)

Kriteria	Deskripsi
R ² variabel laten endogenous	<p>Nilai R² sebesar 0,67 dikategorikan sebagai substansial</p> <p>Nilai R² sebesar 0,33 dikategorikan sebagai moderate</p> <p>Nilai R² sebesar 0,19 dikategorikan sebagai lemah</p> <p>Nilai R² sebesar > 0,7 dikategorikan sebagai kuat (Haryono, 2017)</p>
Estimasi untuk koefesien jalur	Nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan

Kriteria	Deskripsi
Ukuran pengaruh f^2	<p>Nilai f^2 sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural</p> <p>Nilai f^2 sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural</p> <p>Nilai f^2 sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural (Haryono, 2017)</p>
Relevansi prediksi (Q^2 dan q^2)	<p>Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bukti bahwa nilai – nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedang nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif</p> <p>Nilai q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenous)</p>
Nilai Beta untuk koefisien jalur pada PLS – SEM	Koefisien jalur individual pada model struktural diinterpretasikan sebagai koefisien beta baku dari regresi OLS (<i>ordinary least square</i>).

Untuk melihat signifikansi hubungan antar variabel ditunjukkan oleh nilai T-Statistik atau bisa juga dilihat dari nilai *P-value*. Jika variabel dikatakan valid (dalam artian memiliki hubungan dan berpengaruh) apabila indikator memiliki nilai T-Statistik ≥ 1.96 atau nilai *P-value* ≤ 0.05 (Haryono, 2017).

2.12 Dependen dan Independen

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel, yaitu variabel bebas atau variabel indenpenden dan variabel terikat atau dependen.

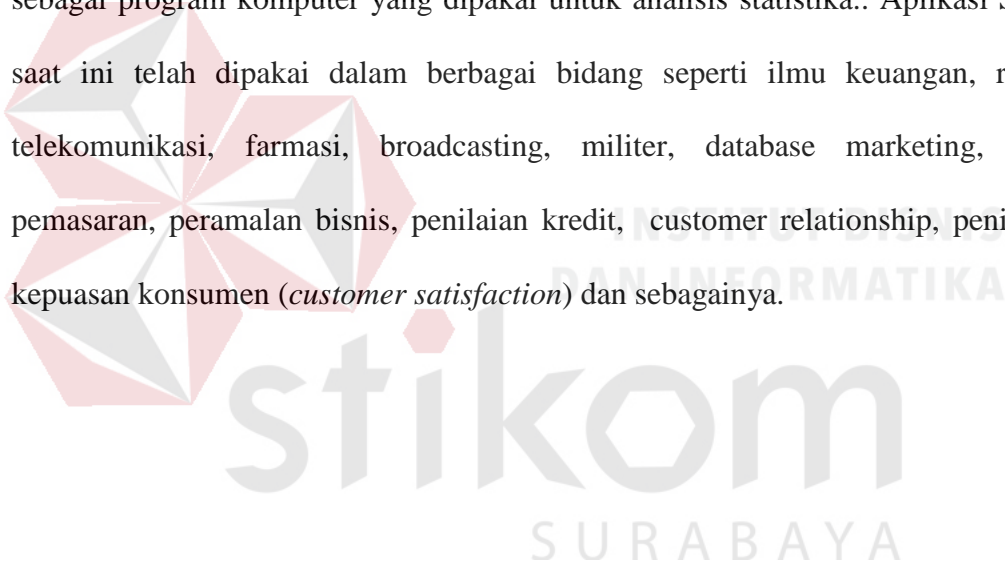
Variabel bebas atau variabel independen. Menurut (Sugiyono, 2011), variabel bebas adalah merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi

sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat pada penelitian ini yaitu: X_1 , X_2 , X_3 .

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel terikat pada penelitian ini yaitu: Y_1 , Y_2 .

2.13 SPSS

SPSS kependekan dari *Statistical Product and Service Solutions* berfungsi sebagai program komputer yang dipakai untuk analisis statistika.. Aplikasi SPSS saat ini telah dipakai dalam berbagai bidang seperti ilmu keuangan, retail, telekomunikasi, farmasi, broadcasting, militer, database marketing, riset pemasaran, peramalan bisnis, penilaian kredit, customer relationship, penilaian kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dan sebagainya.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini yang dilakukan dari awal hingga akhir proses dalam penelitian menurut penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan Aplikasi Stikom *Institutional Repository* (SIR) Dengan Model Utaut Pada Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya” (Annisa, 2016). Tahapan penelitian terdapat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1. Tahapan-tahapan dalam Model Penelitian

3.1.1 Tahap Pendahuluan

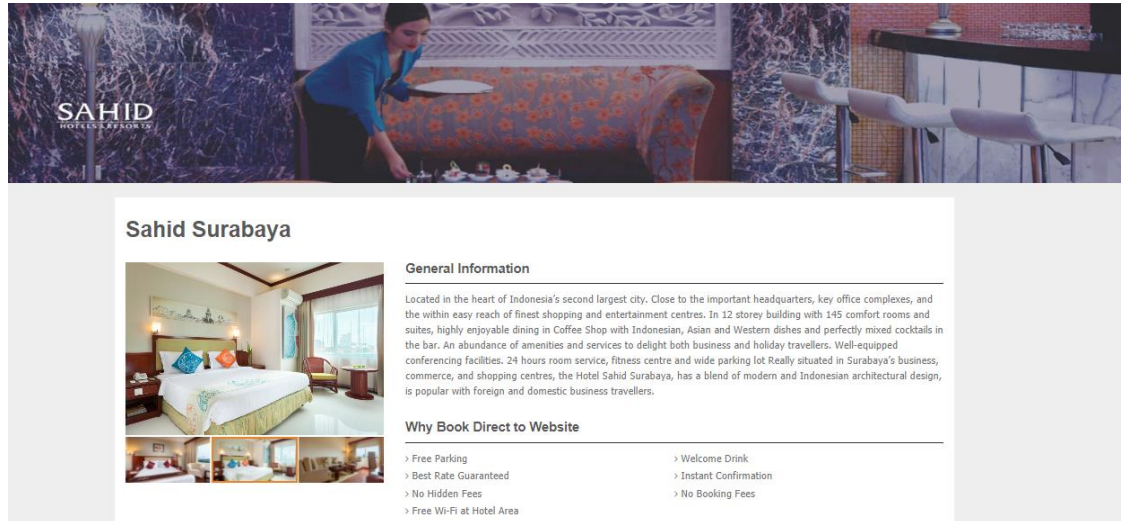
1. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan studi literatur dan penelitian serta jurnal yang terkait. Studi literatur digunakan untuk mendapatkan pemahaman tentang melakukan pengukuran penerimaan teknologi dengan metode UTAUT dan bagaimana menguji hipotesis. Hotel Sahid Surabaya menyediakan *website* sebagai sarana untuk memberikan informasi tentang profil perusahaan serta pengguna dapat melakukan reservasi secara *online* melalui *website*. Tujuan Hotel Sahid Surabaya dalam menyediakan *website* adalah untuk memberikan informasi terkait dengan profil perusahaan dan berbagai macam layanan yang diberikan.

2. Observasi dan Wawancara

Pada tahap ini dilakukan dengan cara survey dan wawancara kepada salah satu staff IT Hotel Sahid Surabaya untuk mengumpulkan informasi mengenai *website* Hotel Sahid Surabaya. Hasil yang didapat pada tahap ini adalah fungsi-fungsi yang ada didalam *website* yang sering digunakan oleh para tamu, seperti :

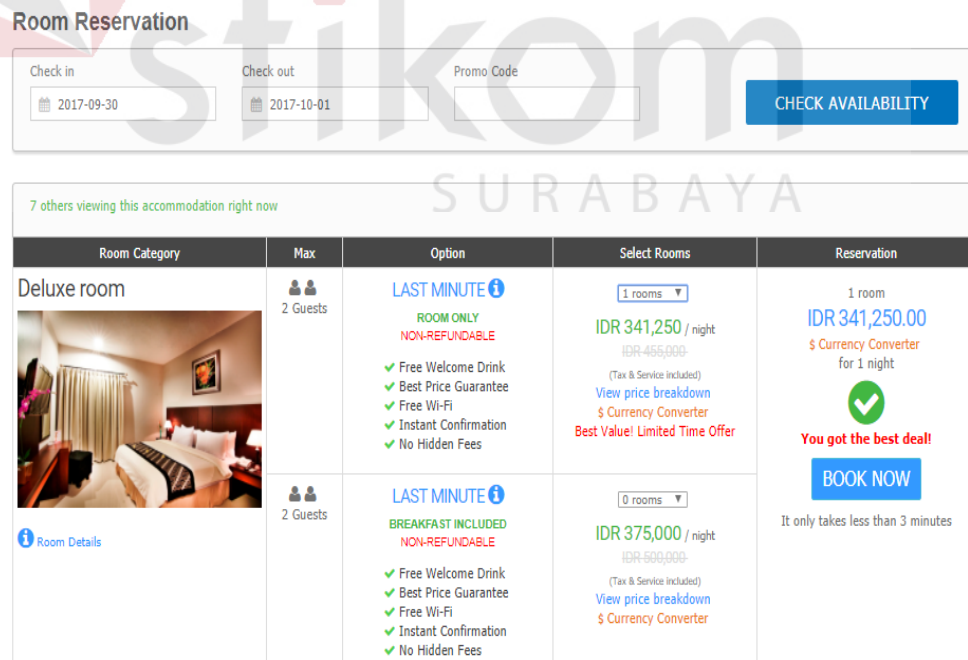
- a. Fungsi Informasi



Gambar 3.2. Menu Informasi

Pada menu informasi ini menyampaikan informasi mengenai fasilitas hotel yang didapatkan untuk tamu yang menginap, informasi lokasi hotel, informasi mengenai akomodasi serta *event* yang akan diselenggarakan.

b. Fungsi Reservasi Kamar



Gambar 3.3. Menu Reservasi Kamar

Pada menu reservasi kamar hotel, tamu yang akan reservasi sebelumnya memasukkan tanggal *check-in* dan tanggal *check-out* setelah itu akan menampilkan jenis kamar yang akan ditawarkan oleh pihak hotel. Selanjutnya klik *book now* yang akan menuju ke halaman pengisian biodata tamu yang akan melakukan reservasi. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.4.

Personal Information

Title
Mr.

First Name *

Last Name *

Phone *

Email *

Special Request

Address Information

Address *

City *

State / Region

Post Code / Zip

Country *

I am accepting the [Terms and Conditions](#) associated with this property.

Proceed Payment

stikom SURABAYA

Gambar 3.4. Form Biodata Tamu

c. Fungsi Pembayaran

Just one more step, abc
Ensure all details below are correct before securing your booking.

Guest Details

Title	Mr.
Name	abc def
Phone	123
Email	abc@gmail.com
Address	Surabaya Surabaya, , Indonesia (ID) -

Room Deluxe room
Rate Plan Last Minute - Room Only x 1
Length of Stay Sat, 30 Sep 2017 - Sun, 1 Oct 2017 (1 night)
Total Payment IDR 341,250.00

Payment Methods

Credit Card

Bank Transfer

Bank

Gambar 3.5. Menu Pembayaran

Pada fungsi pembayaran ini tamu yang akan menginap akan diberikan pilihan metode pembayaran, antara lain : melalui transfer bank dan kartu kredit. Misalkan memilih transfer bank dengan menggunakan bank Mandiri, kemudian klik pay. Selanjutnya akan menampilkan kode reservasi yang nantinya dimasukkan saat transfer, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.6.

RESERVATION SMP20170929YQGLF - AWAITING FOR YOUR PAYMENT

Your reservation has been placed successfully and will be confirmed as soon as we receive your payment.

YOU HAVE SELECTED TO PAY BY MANDIRI VIRTUAL ACCOUNT.

Here are the payment information for your transfer :

Total Payment : IDR 341,250
Receiver Bank : Mandiri
Virtual Account Number : 7001400009617106
Deadline of Payment : Fri, 29 September 2017 - 15:14:50

Gambar 3.6. Kode Pembayaran

3. Perhitungan Sampel

Pada bagian ini menjelaskan tentang tahapan penghitungan sampel yang akan dilakukan terhadap penelitian yang akan diteliti.

a. Populasi Penelitian

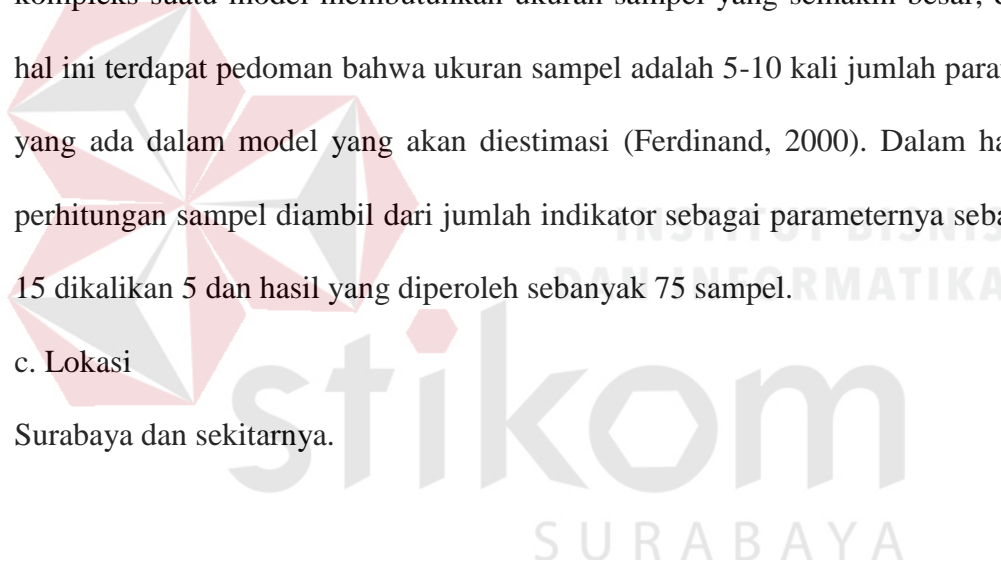
Unit populasi pada penelitian ini adalah pengunjung *website* Hotel Sahid Surabaya dengan total pengunjung yang tidak diketahui.

b. Metode dan teknik pengambilan sampel

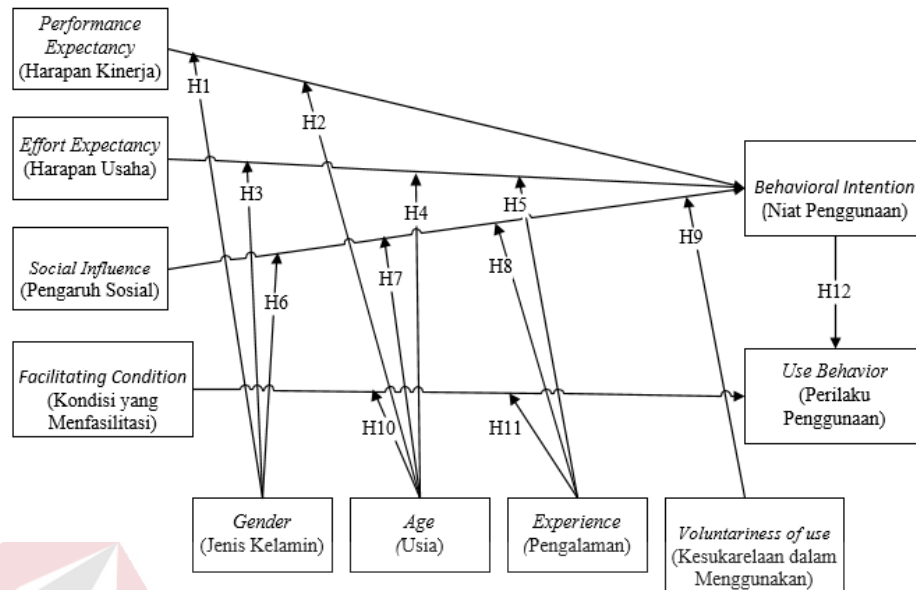
Ukuran sampel tergantung pada kompleksitas model yang akan diteliti. Semakin kompleks suatu model membutuhkan ukuran sampel yang semakin besar, dalam hal ini terdapat pedoman bahwa ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah parameter yang ada dalam model yang akan diestimasi (Ferdinand, 2000). Dalam hal ini, perhitungan sampel diambil dari jumlah indikator sebagai parameternya sebanyak 15 dikalikan 5 dan hasil yang diperoleh sebanyak 75 sampel.

c. Lokasi

Surabaya dan sekitarnya.



4. Model UTAUT



Gambar 3.7. Model UTAUT

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah :

- 1) H_0 : *Performance expectancy* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H_1 : *Performance expectancy* dimoderasi *gender* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 2) H_0 : *Performance expectancy* dimoderasi *age* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H_1 : *Performance expectancy* dimoderasi *age* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 3) H_0 : *Effort expectancy* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Effort expectancy* dimoderasi *gender* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 4) H₀ : *Effort expectancy* dimoderasi *age* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Effort expectancy* dimoderasi *age* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 5) H₀ : *Effort expectancy* dimoderasi *experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Effort expectancy* dimoderasi *experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 6) H₀ : *Social influence* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Social influence* dimoderasi *gender* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 7) H₀ : *Social influence* dimoderasi *age* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Social influence* dimoderasi *age* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

- 8) H₀ : *Social influence* dimoderasi *experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H₁ : *Social influence* dimoderasi *experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

9) H_0 : *Social influence* dimoderasi *Voluntariness of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

H_1 : *Social influence* dimoderasi *Voluntariness of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

10) H_0 : *Facilitating condition* dimoderasi *age* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

H_1 : *Facilitating condition* dimoderasi *age* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

11) H_0 : *Facilitating condition* dimoderasi *experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

H_1 : *Facilitating condition* dimoderasi *experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

12) H_0 : *Behavioral intention* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

H_1 : *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

3.1.2 Tahap Pengumpulan Data

A. Variabel Penelitian

A1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, yaitu perilaku penggunaan (*use behavior*) dan minat pemanfaatan (*behavioral intention*). Sedangkan variabel independen, yaitu ekspektasi kinerja

(*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*). Hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah jika seseorang mempercayai dan merasakan bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaan dan menjadikan kinerjanya meningkat, maka minat pemanfaatan teknologi informasi akan semakin meningkat dan perilaku penggunaan teknologi informasi menjadi lebih baik.

B. Definisi Operasional Variabel

a. Performance expectancy (X₁)

Performance expectancy didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan kinerja di pekerjaannya. Indikator yang digunakan untuk mengukur *performance expectancy* adalah:

- 1) Manfaat yang dirasakan (X_{1.1}) adalah tingkat dimana orang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan pekerjaannya.
- 2) Motivasi ekstrinsik (X_{1.2}) adalah kegiatan untuk mencapai hasil berbeda yang dihargai, seperti peningkatan prestasi kerja, gaji, atau promosi.
- 3) Kesesuaian kinerja (X_{1.3}) adalah bagaimana kemampuan dari sistem untuk meningkatkan prestasi kerja bagi individu.
- 4) Keuntungan relatif (X_{1.4}) adalah hasil harapan berhubungan dengan konsekuensi perilaku.

Hubungan antar indikator dengan item pernyataan dijelaskan pada tabel 3.1

Tabel 3.1. *Performance expectancy*

Indikator	Kode	Item	Sumber
Manfaat yang dirasakan	X _{1.1}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah mengakses informasi	(Venkatesh, 2003)
Motivasi ekstrinsik	X _{1.2}	Menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah dalam pemesanan kamar	
Kesesuaian kinerja	X _{1.3}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada pengguna	
Keuntungan relatif	X _{1.4}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat meningkatkan kinerja pada proses pemesanan kamar	(Venkatesh, 2003)

b. *Effort expectancy* (X₂)

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem. Indikator yang digunakan untuk mengukur *effort expectancy* adalah:

- 1) Kemudahan penggunaan aplikasi (X_{2.1}) adalah tingkat dimana seorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meminimalkan usaha dalam proses mengerjakan pekerjaan.
- 2) Kenyamanan dalam menggunakan sistem (X_{2.2}) adalah tingkat dimana sebuah sistem dianggap sebagai relatif sulit untuk memahami dan menggunakan.

- 3) Mengurangi upaya (waktu dan tenaga) ($X_{2.3}$) adalah sejauh mana menggunakan teknologi baru dianggap sebagai sulit untuk digunakan.

Hubungan antara indikator dengan item pernyataan yang dijelaskan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. *Effort expectancy*.

Indikator	Kode	Item	Sumber
Kemudahan penggunaan aplikasi	$X_{2.1}$	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam hal mengakses informasi dapat digunakan dengan mudah dan jelas	(Venkatesh, 2003)
Kenyamanan dalam menggunakan sistem	$X_{2.2}$	Secara keseluruhan, anda percaya bahwa <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya mudah dioperasikan	
Mengurangi upaya (waktu dan tenaga)	$X_{2.3}$	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam proses pemesanan kamar mudah bagi anda	

c. *Social influence* (X_3)

Social influence didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan memengaruhinya menggunakan sistem baru. Indikator yang digunakan untuk mengukur *social influence* adalah:

- 1) Besarnya dukungan orang sekitar ($X_{3.1}$) adalah persepsi seseorang bahwa harus atau tidak harus untuk menggunakan sebuah sistem baru.

- 2) Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas ($X_{3.2}$) adalah internalisasi individu dari referensi kelompok budaya subjektif, dan interpersonal bahwa individu telah dibuat orang lain untuk menggunakan teknologi baru.
- 3) Aturan yang ditetapkan ($X_{3.3}$) adalah sejauh mana penggunaan dianggap meningkatkan citra seseorang atau status dalam satu social.

Hubungan antara indikator dengan item pernyataan dijelaskan pada tabel

3.3.

Tabel 3.3. *Social influence*

Indikator	Kode	Item	Sumber
Besarnya dukungan orang sekitar	$X_{3.1}$	Resepsionis Hotel Sahid Surabaya menyarankan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat proses pemesanan kamar	(Venkatesh, 2003)
Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas	$X_{3.2}$	Pengguna lainnya memengaruhi dalam menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	
Aturan yang ditetapkan	$X_{3.3}$	Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	

d. *Facilitating condition* (X₄)

Facilitating condition didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung sistem.

Indikator yang digunakan untuk mengukur *facilitating condition* adalah:

- 1) Fasilitas yang mendukung penggunaan *website* Hotel Sahid Surabaya (X_{4.1}) adalah mencerminkan persepsi internal dan kendala eksternal pada perilaku yang meliputi memfasilitasi kondisi sumber daya dan memfasilitasi kondisi teknologi.
- 2) Ketersediaan pengetahuan (X_{4.2}) adalah faktor-faktor objektif dalam lingkungan pengamat yang setuju membuat tindakan yang mudah dilakukan termasuk ketentuan dukungan komputer.
- 3) Ketersediaan petunjuk penggunaan (X_{4.3}) adalah tingkat dimana sebuah inovasi dirasakan sebagai konsisten dengan nilai-nilai, kebutuhan yang ada dan pengalaman pengadopsi potensial.

Hubungan antara indikator dengan item pernyataan dijelaskan pada tabel

3.4.

Tabel 3.4. *Facilitating condition*

Indikator	Kode	Item	Sumber
Fasilitas yang mendukung penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	X _{4.1}	<i>Website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat diakses menggunakan semua jenis <i>browser</i>	(Venkatesh, 2003)
Ketersediaan pengetahuan	X _{4.2}	Tampilan yang ada pada <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sudah didefinisikan secara jelas sehingga tampilan tersebut dapat dipahami dan dimengerti	(Venkatesh, 2003)

Indikator	Kode	Item	Sumber
Ketersediaan petunjuk penggunaan	X _{4.3}	Anda memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	

e. *Behavioral intention* (Y₁)

Behavioral intention didefinisikan sebagai suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Indikator yang digunakan untuk mengukur *behavioral intention* adalah Niat pemakai menggunakan sistem secara terus-menerus (Y_{1.1}) adalah seseorang memiliki kesadaran untuk menggunakan suatu teknologi baru.

Hubungan antara indikator dengan item pernyataan dijelaskan pada tabel 3.5.

Tabel 3.5. *Behavioral intention*

Indikator	Kode	Item	Sumber
Niat pemakai menggunakan sistem secara terus-menerus	Y _{1.1}	1. Saya berniat untuk terus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar	(Venkatesh, 2003)
		2. Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan	
		3. Saya berencana menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sesering yang dibutuhkan	

f. *Use behavior*

Use behavior didefinisikan sebagai penggunaan aktual pengguna terhadap sebuah teknologi. Indikator yang digunakan untuk mengukur *use behavior* adalah

Mendukung kinerja yang lebih baik (Y_{2.1}) adalah tingkat kesadaran seseorang jika menggunakan teknologi baru akan memberi keuntungan untuk pekerjaannya.

Hubungan antara indikator dengan item pertanyaan dijelaskan pada tabel

3.6.

Tabel 3.6. *Use behavior*

Indikator	Kode	Item	Sumber
Mendukung kinerja yang lebih baik	Y _{2.1}	1. Sejauh ini anda lebih memanfaatkan penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat pemesanan kamar dibandingkan dengan datang langsung ke tempat	(Venkatesh, 2003)
		2. Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu	

g. *Gender*

Gender didefinisikan sebagai jenis kelamin dari pengguna *website* Hotel Sahid Surabaya, *gender* dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu : pria dan wanita.

h. *Age*

Age didefinisikan sebagai usia dari pengguna *website* Hotel Sahid Surabaya, *age* dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: usia 13 tahun sampai 16 tahun, usia 16 tahun sampai 25 tahun, dan usia 26 tahun ke atas.

i. *Experience*

Experience didefinisikan sebagai pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi dalam hal ini *website*, *experience* dikelompokkan

menjadi dua bagian yaitu: berpengalaman dalam penggunaan *website* dan tidak pernah atau jarang menggunakan *website*.

j. *Voluntariness of use*

Voluntariness of use didefinisikan sebagai kesukarelaan pengguna dalam mengakses *website* Hotel Sahid Surabaya.

2. Pembuatan Kuesioner

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah menentukan variabel yang digunakan dalam penelitian adalah membuat kuesioner. Langkah-langkah dalam membuat kuesioner, antara lain :

a. Menentukan indikator-indikator pada variabel UTAUT

Setelah menentukan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka langkah selanjutnya adalah menentukan indikator dari masing-masing variabel yang digunakan.

b. Menyusun lembar kerja pernyataan

Lembar kerja ini disusun setelah menentukan indikator apa saja yang digunakan dalam proses penelitian yang berisi pernyataan yang sesuai dengan indikator pada masing-masing variabel.

c. Melakukan seleksi pertanyaan

Pada tahap ini hal yang dilakukan adalah melakukan seleksi pertanyaan yang memiliki arti atau makna yang sama dari setiap indikator.

3. Menyebarkan Kuesioner

Setelah melakukan penyusunan kuesioner langkah selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner tersebut kepada responden. Pada tahap ini hasil yang didapatkan adalah jumlah sampel. Perhitungan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori Ferdinand (Ferdinand, 2000). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 75 responden. Saat menyebarkan kuesioner dilakukan secara manual dengan cara memberikan pengarahan dan penjelasan kepada responden mengenai pernyataan pada kuesioner dan dilakukan saat tamu telah melakukan reservasi secara online melalui *website*.

3.1.3 Tahap Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dideskripsikan tentang kondisi responden dan gambaran tanggapan responden tentang variabel-variabel penelitian secara deskriptif. Dari parameter tersebut akan diolah menjadi beberapa perhitungan data yang terdiri dari mean (rata-rata), minimum dan maksimum. Proses analisis deskriptif ini dilakukan pada masing-masing variabel dan menggunakan aplikasi SPSS.

2. Uji Instrumen

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, diperlukan sebuah instrumen penelitian yang baik pula. Dalam penelitian ini instrumen yang akan digunakan instrumen kuesioner. Dengan kuesioner tersebut akan digunakan untuk mengukur nilai dari variabel. Salah satu kriteria penyusunan kuesioner yang baik adalah memiliki validitas dan reliabilitas kuesioner. Validitas menunjukkan

kinerja kuesioner dalam mengukur apa yang diukur, sedangkan reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Tujuan dari pengujian instrumen penelitian ini adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang telah disusun benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

A. Uji Validitas

Validitas data diukur dengan teknik korelasi *rank spearman's*. Kriteria valid bila korelasi r lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Pengujian ini dapat dilakukan dengan bantuan program komputer, dimana jika terdapat tanda bintang (* atau**) maka indikator yang diteliti tersebut valid.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diperiksa dengan metode *alpha cronbach* yang dilakukan dengan bantuan dengan program komputer (SPSS). Berdasarkan (Arikunto, 2010), jika nilai *alpha cronbach* ≥ 0.6 maka data penelitian dianggap cukup baik dan reliabel untuk digunakan sebagai input dan proses penganalisisan data guna menguji hipotesis penelitian.

3. Analisis Data SEM

Teknik analisis yang akan digunakan adalah *Variance Structural Equation Modeling* atau biasa disebut *Partial Least Square – Path Modeling* (PLS-PM) yang merupakan turunan dari *Structural Equation Modeling* (selanjutnya disebut SEM). Proses analisis akan menggunakan alat bantu *SmartPLS*. Instrumen penelitian yang akan digunakan tentu telah melewati uji validitas dan uji

reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan SPSS 23. SEM menggunakan PLS terdiri tiga komponen, yaitu model struktural, model pengukuran dan skema pembobotan. Bagian ketiga ini merupakan ciri khusus SEM dengan PLS dan tidak ada pada SEM yang berbasis kovarian.

Penilaian model pengukuran akan seperti di bawah ini :

Tabel 3.7. Penilaian model pengukuran

Penilaian model bagian luar	Penilaian model bagian dalam
Reliabilitas dan Validitas variabel laten reflektif	Penjelasan varian variabel laten endogenous
Vailditas variabel laten formatif	Ukuran pengaruh yang dikontribusikan Relevansi dalam prediksi

Sedang besaran nilai yang digunakan sebagai pengukuran dapat diringkas pada tabel 3.8 berikut ini :

Tabel 3.8. Besar Nilai

Kriteria	Deskripsi
Reliabilitas komposit (pc)	Pengukuran konsistensi internal dengan nilai $\geq 0,6$
Reliabilitas indikator	Loading baku absolut bagian luar dengan nilai $> 0,7$
AVE	Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $\geq 0,5$ Digunakan sebagai penentu validitas konvergen (Haryono, 2017)
Kriteria Fornell – Larcker	Digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, maka AVE untuk setiap variabel laten harus lebih tinggi dari pada R^2 dengan semua variabel laten lainnya. Dengan demikian, masing – masing variabel laten berbagi varian lebih dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variabel laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda.
Cross – loadings	Digunakan untuk pengecekan validitas diskriminan selain kriteria di atas. Jika suatu indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya daripada dengan variabel latennya sendiri maka kecocokan model harus dipertimbangkan ulang.

Penilaian model pengukuran formatif dapat diringkas pada tabel 3.9 di bawah ini :

Tabel 3.9. Model pengukuran formatif (outer model)

Kriteria	Deskripsi
<i>Convergent Validity</i>	Untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan variabelnya. Semua indikator dinyatakan memiliki validitas tinggi apabila memiliki nilai <i>loading factor</i> berada diatas 0.5 (Dewi, 2015)
<i>Average Variance Extracted</i>	Untuk menyatakan bahwa keandalan sebuah indikator telah tercapai dengan syarat nilai AVE ≥ 0.5 (Haryono, 2017).
<i>Discriminant Validity</i>	Digunakan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel berbeda dengan variabel lainnya (Haryono, 2017).
<i>Composite Reliability</i>	Untuk mengetahui reliabilitas variabel (Haryono, 2017).

Model struktural adalah model yang menghubungkan antar variabel laten.

Pengukuran model struktural dapat diringkas pada tabel 3.10 di bawah ini :

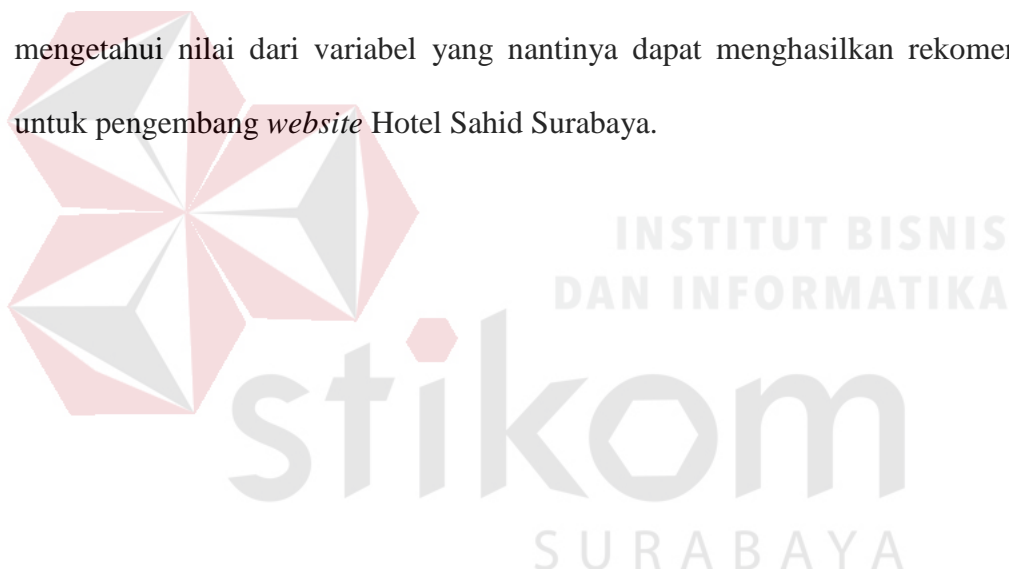
Tabel 3.10. Pengukuran model structural (inner model)

Kriteria	Deskripsi
R ² variabel laten endogenous	Nilai R ² sebesar 0,67 dikategorikan sebagai substansial Nilai R ² sebesar 0,33 dikategorikan sebagai moderate Nilai R ² sebesar 0,19 dikategorikan sebagai lemah Nilai R ² sebesar > 0,7 dikategorikan sebagai kuat (Haryono, 2017)
Estimasi untuk koefesien jalur	Nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan
Ukuran pengaruh f ²	Nilai f ² sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural Nilai f ² sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural Nilai f ² sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural (Haryono, 2017)
Relevansi prediksi (Q ² dan q ²)	Nilai Q ² > 0 menunjukkan bukti bahwa nilai – nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi

	prediktif. Sedang nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif Nilai q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenous)
Nilai Beta untuk koefisien jalur pada PLS – SEM	Koefisien jalur individual pada model struktural diinterpretasikan sebagai koefisien beta baku dari regresi OLS (<i>ordinary least square</i>).

3.1.3 Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini merupakan tahap dari hasil analisis, kesimpulan dan saran dari beberapa hasil perhitungan dari instrumen data evaluasi, sehingga dapat mengetahui nilai dari variabel yang nantinya dapat menghasilkan rekomendasi untuk pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Tahap Pendahuluan

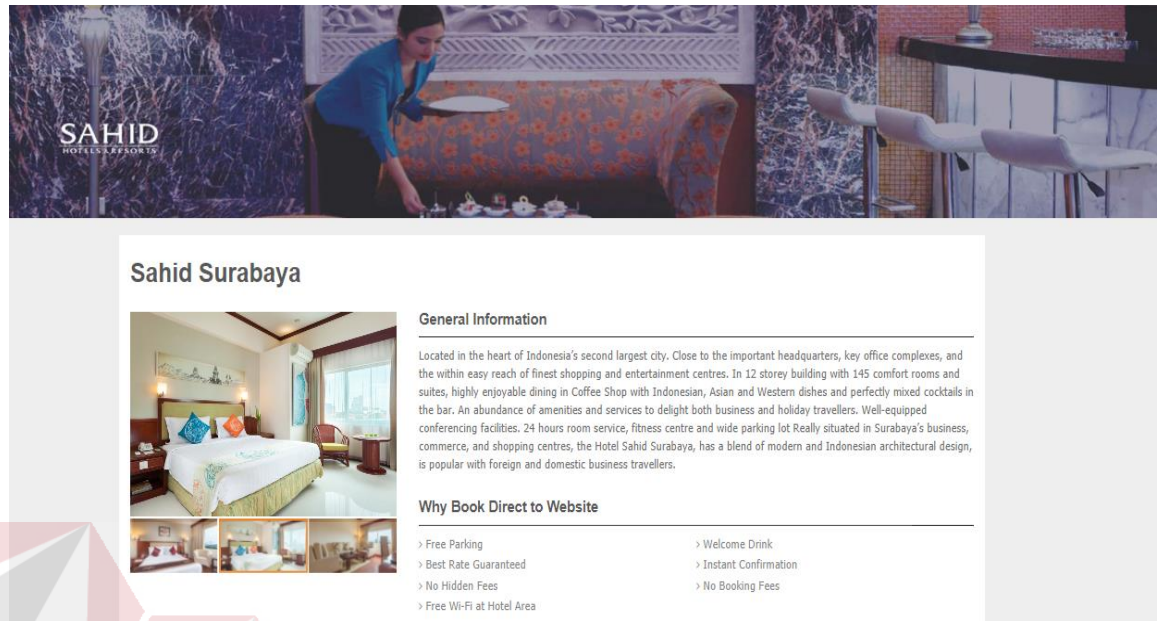
4.1.1 Hasil Studi Literatur

Hasil yang diperoleh dalam pengumpulan studi literatur pada tahap ini yaitu beberapa jurnal penelitian serta buku yang didapat dari perpustakaan maupun dari *e-book*. Berdasarkan dari kedua sumber yang didapatkan diketahui berbagai definisi mengenai populasi dan sampel, teknik sampling, analisis data SEM, penggunaan SmartPLS serta keterkaitan antara model UTAUT terhadap penerimaan teknologi berupa *website*.

4.1.2 Hasil Observasi dan Wawancara

Hasil yang diperoleh pada tahap observasi dan wawancara kepada salah satu staff IT Hotel Sahid Surabaya untuk mengumpulkan informasi mengenai website Hotel Sahid Surabaya. Hasil yang didapat pada tahap ini adalah fungsi-fungsi yang ada didalam website yang sering digunakan oleh para tamu, seperti :

a. Halaman Informasi



Gambar 4.1. Halaman Informasi

Pada menu informasi ini menyampaikan informasi mengenai fasilitas hotel yang didapatkan untuk tamu yang menginap, informasi lokasi hotel, informasi mengenai akomodasi serta *event* yang akan diselenggarakan.



b. Halaman Reservasi Kamar

Room Reservation

Check in: 2017-09-30 Check out: 2017-10-01 Promo Code:

[CHECK AVAILABILITY](#)

7 others viewing this accommodation right now

Room Category	Max	Option	Select Rooms	Reservation
Deluxe room 	2 Guests	LAST MINUTE ROOM ONLY NON-REFUNDABLE <ul style="list-style-type: none"> Free Welcome Drink Best Price Guarantee Free Wi-Fi Instant Confirmation No Hidden Fees 	1 rooms IDR 341,250 / night IDR 455,000 (Tax & Service included) View price breakdown Currency Converter Best Value! Limited Time Offer	1 room IDR 341,250.00 Currency Converter for 1 night  You got the best deal! BOOK NOW It only takes less than 3 minutes
		LAST MINUTE BREAKFAST INCLUDED NON-REFUNDABLE <ul style="list-style-type: none"> Free Welcome Drink Best Price Guarantee Free Wi-Fi Instant Confirmation No Hidden Fees 	0 rooms IDR 375,000 / night IDR 500,000 (Tax & Service included) View price breakdown Currency Converter	

Gambar 4.2. Halaman Reservasi Kamar

Pada halaman reservasi kamar hotel, tamu yang akan reservasi sebelumnya memasukkan tanggal *check-in* dan tanggal *check-out* setelah itu akan menampilkan jenis kamar yang akan ditawarkan oleh pihak hotel. Selanjutnya klik *book now* yang akan menuju ke halaman pengisian biodata tamu yang akan melakukan reservasi. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.3.

Personal Information

Title
Mr.

First Name *

Last Name *

Phone *

Email *

Special Request

Address Information

Address *

City *

State / Region

Post Code / Zip

Country *

I am accepting the [Terms and Conditions](#) associated with this property.

Proceed Payment

Gambar 4.3. Form Biodata Tamu

a. Halaman Pembayaran

Just one more step, abc

Ensure all details below are correct before securing your booking.

Guest Details

Title	Mr.
Name	abc def
Phone	123
Email	abc@gmail.com
Address	Surabaya Surabaya, Indonesia (ID) -

Room and Rate Plan

Room	Deluxe room
Rate Plan	Last Minute - Room Only x 1
Length of Stay	Sat, 30 Sep 2017 - Sun, 1 Oct 2017 (1 night)
Total Payment	IDR 341,250.00

Payment Methods

Credit Card

Bank Transfer

Bank: Mandiri

Pay!

Gambar 4.4. Halaman Pembayaran

Pada halaman pembayaran ini tamu yang akan menginap akan diberikan pilihan metode pembayaran, antara lain : melalui transfer bank dan kartu kredit. Misalkan memilih transfer bank dengan menggunakan bank Mandiri, kemudian klik pay. Selanjutnya akan menampilkan kode reservasi yang nantinya dimasukkan saat transfer, seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.5.



Gambar 4.5. Kode Pembayaran

4.1.3 Hasil Perhitungan Sampel

A. Populasi Penelitian

Unit populasi pada penelitian ini adalah pengunjung *website* Hotel Sahid Surabaya dengan total pengunjung yang tidak diketahui.

B. Metode dan teknik pengambilan sampel

Ukuran sampel tergantung pada kompleksitas model yang akan diteliti. Semakin kompleks suatu model membutuhkan ukuran sampel yang semakin besar, dalam hal ini terdapat pedoman bahwa ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah parameter yang ada dalam model yang akan diestimasi (Ferdinand, 2000). Dalam hal ini, perhitungan sampel diambil dari jumlah indikator sebagai

parameternya sebanyak 15 dikalikan 5 dan hasil yang diperoleh sebanyak 75 sampel.

C. Lokasi

Lokasi yang dituju dalam penelitian ini adalah Surabaya.

4.2 Hasil Tahap Pengumpulan Data

4.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, yaitu perilaku penggunaan (*use behavior*) dan minat pemanfaatan (*behavioral intention*). Sedangkan variabel independen, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*). Hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah jika seseorang mempercayai dan merasakan bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaan dan menjadikan kinerjanya meningkat, maka minat pemanfaatan teknologi informasi akan semakin meningkat dan perilaku penggunaan teknologi informasi menjadi lebih baik.

4.2.2 Pembuatan Kuesioner

Berikut ini merupakan hasil dari pembuatan dan penyusunan kuesioner.

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance expectancy*)

Tabel 4.1. Indikator Performance expectancy

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
X _{1.1}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah mengakses informasi				
X _{1.2}	Menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah dalam pemesanan kamar				
X _{1.3}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada pengguna				
X _{1.4}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat meningkatkan kinerja pada proses pemesanan kamar				

2. Ekspektasi Usaha (*Effort expectancy*)

Tabel 4.2. Indikator Effort expectancy

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
X _{2.1}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam hal mengakses informasi dapat digunakan dengan mudah dan jelas				
X _{2.2}	Secara keseluruhan, anda percaya bahwa <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya mudah dioperasikan				
X _{2.3}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam proses pemesanan kamar mudah bagi anda				

3. Pengaruh Sosial (*Social influence*)

Tabel 4.3. Indikator Social influence

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
X _{3.1}	Resepsionis Hotel Sahid Surabaya menyarankan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat proses pemesanan kamar				
X _{3.2}	Pengguna lainnya memengaruhi dalam				

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
	menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya				
X _{3.3}	Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya				

4. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating condition*)

Tabel 4.4. Indikator *Facilitating condition*

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
X _{4.1}	<i>Website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat diakses menggunakan semua jenis <i>browser</i>				
X _{4.2}	Tampilan yang ada pada <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sudah didefinisikan secara jelas sehingga tampilan tersebut dapat dipahami dan dimengerti				
X _{4.3}	Anda memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya				

5. Niat untuk Berperilaku (*Behavioral intention*)

Tabel 4.5. Indikator *Behavioral intention*

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
Y ₁	1. Saya berniat untuk terus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar				
	2. Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan				
	3. Saya berencana menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sesering yang dibutuhkan				

6. Perilaku Menggunakan Teknologi (*Use behavior*)

Tabel 4.6. Indikator Use behavior

KODE	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
Y ₂	1. Sejauh ini anda lebih memanfaatkan penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat pemesanan kamar dibandingkan dengan datang langsung ke tempat				
	2. Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu				

4.2.3 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuisisioner dilakukan kepada 75 responden secara acak di Surabaya dan sekitarnya. Kuisisioner disebarkan secara *offline* atau manual dengan datang langsung ke Hotel Sahid Surabaya menemui tamu yang telah melakukan reservasi online melalui *website* dengan memberikan pengarahannya dan penjelasan mengenai pernyataan pada kuisisioner, agar responden tidak merasa bingung dalam memberikan jawaban.

4.3 Tahap Analisis Data

4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif

A. Analisis deskriptif untuk karakteristik responden

A1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Responden yang mengisi kuisisioner berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Rata-rata
1.	Laki-laki	47	62.66%
2,	Perempuan	28	37.33%
Jumlah		75	100%

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 47 orang atau sebanyak 62.66% dari total keseluruhan sampling dan jumlah responden perempuan sebanyak 28 orang atau sebanyak 37.33% dari total keseluruhan sampling.

A2. Karakteristik responden berdasarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan *website*.

Responden yang mengisi kuesioner berdasarkan pengalaman dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8. Responden Berdasarkan Pengalaman

No.	Pengalaman	Jumlah	Rata-rata
1.	≤ 3 bulan	27	36%
2,	4 bulan – 1 tahun	25	33.33%
3.	> 1 tahun	23	30.66%
Jumlah		75	100%

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pengalaman ≤ 3 bulan sebanyak 27 orang atau sebanyak 36% dari total keseluruhan sampling, kemudian jumlah responden dengan pengalaman 4 bulan –

1 tahun sebanyak 25 orang atau sebanyak 33.33% dari total keseluruhan sampling dan jumlah responden dengan pengalaman > 1 tahun sebanyak 23 orang atau sebanyak 30.66% dari total keseluruhan sampling.

A3. Karakteristik responden berdasarkan kesukarelaan dalam mengakses *website*

Responden yang mengisi kuesioner berdasarkan kesukarelaan dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9. Responden Berdasarkan Kesukarelaan

No.	Kesukarelaan	Jumlah	Rata-rata
1.	Ya	63	84%
2,	Tidak	12	16%
Jumlah		75	100%

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang sukarela dalam mengakses website sebanyak 63 orang atau sebanyak 84% dari total keseluruhan sampling dan jumlah responden yang tidak sukarela dalam mengakses website sebanyak 12 orang atau sebanyak 16% dari total keseluruhan sampling.

A4. Karakteristik responden berdasarkan usia

Responden yang mengisi kuesioner berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10. Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Rata-rata
1.	13-16 Tahun	0	0%
2,	17-25 Tahun	20	26.66%

No.	Usia	Jumlah	Rata-rata
3.	> 25 Tahun	55	73.33%
Jumlah		75	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki rentang usia sekitar 13-16 tahun sebanyak 0 orang atau sebanyak 0% dari total keseluruhan sampling, kemudian responden yang memiliki rentang usia sekitar 17-25 tahun sebanyak 20 orang atau sebanyak 26.66% dari total keseluruhan sampling dan jumlah responden yang memiliki rentang usia sekitar > 25 tahun sebanyak 55 orang atau sebanyak 73.33% dari total keseluruhan sampling.

B. Analisis deskriptif untuk hasil kuesioner

Karakteristik hasil jawaban responden yang digunakan pada penelitian ini adalah *mean* (nilai rata-rata) dan standar deviasi dari setiap variabel. Range nilai *mean* yakni mean (nilai rata-rata) dan standar deviasi dari setiap variabel. Range nilai mean yakni 1,00-1,74 yang menyatakan tingkat kepercayaan responden (sangat tidak setuju) terhadap pernyataan. Nilai 1,75-2,40 menyatakan (tidak setuju), 2,50-3,24 menyatakan (setuju), 3,25-4,00 menyatakan (sangat setuju) (Pranatha, 2013). Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif dari setiap variabel.

B1. Hasil dari *Performance Expectancy*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Performance Expectancy* pada 4 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden pada variabel Performance Expectancy

Variabel X ₁	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah mengakses informasi (X _{1.1})	20%	30.7%	22.7%	26.7%	2.56	1.093
Menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah dalam pemesanan kamar (X _{1.2})	30.7%	20%	21.3%	28%	2.47	1.201
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada pengguna (X _{1.3})	17.3%	33.3%	30.7%	18.7%	2.51	0.991
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat meningkatkan kinerja pada proses pemesanan kamar (X _{1.4})	24%	26.7%	14.7%	34.7%	2.60	1.197

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

B2. Hasil dari *Effort Expectancy*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Effort Expectancy* pada 3 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12. Hasil Jawaban Responden pada variabel Effort Expectancy

Variabel X ₂	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam hal mengakses informasi dapat digunakan dengan mudah dan jelas (X _{2.1})	25.3%	25.3%	25.3%	24%	2.48	1.119
Secara keseluruhan, anda percaya bahwa <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya mudah dioperasikan (X _{2.2})	21.3%	30.7%	14.7%	33.3%	2.60	1.162

Variabel X_2	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam proses pemesanan kamar mudah bagi anda ($X_{2.3}$)	22.7%	29.3%	21.3%	26.7%	2.52	1.119

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

B3. Hasil dari *Social Influence*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Social Influence* pada 3 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13. Hasil Jawaban Responden pada variabel *Social Influence*

Variabel X_3	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Resepsionis Hotel Sahid Surabaya menyarankan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat proses pemesanan kamar ($X_{3.1}$)	25.3%	25.3%	25.3%	24%	2.50	1.060
Pengguna lainnya memengaruhi dalam menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya ($X_{3.2}$)	21.3%	30.7%	14.7%	33.3%	2.60	1.079
Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya ($X_{3.3}$)	22.7%	29.3%	21.3%	26.7%	2.52	0.989

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

B4. Hasil dari *Facilitating Condition*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Facilitating Condition* pada 3 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14. Hasil Jawaban Responden pada variabel *Facilitating Condition*

Variabel X_4	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
<i>Website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat diakses menggunakan semua jenis <i>browser</i> ($X_{4.1}$)	17.3%	18.7%	12%	52%	2.99	1.191
Tampilan yang ada pada <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sudah didefinisikan secara jelas sehingga tampilan tersebut dapat dipahami dan dimengerti ($X_{4.2}$)	21.3%	14.7%	38.7%	25.3%	2.68	1.080
Anda memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya ($X_{4.3}$)	18.7%	17.3%	25.3%	38.7%	2.84	1.139

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

B5. Hasil dari *Behavioral Intention*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Behavioral Intention* pada 3 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15. Hasil Jawaban Responden pada variabel *Behavioral Intention*

Variabel Y_1	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Saya berniat untuk terus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar ($Y_{1.1}$)	6.7%	14.7%	44%	34.7%	3.07	0.875

Variabel Y ₁	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan (Y _{1.2})	5.3%	16%	34.7%	44%	3.17	0.891
Saya berencana menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sesering yang dibutuhkan (Y _{1.3})	25.3%	8%	32%	34.7%	3.12	0.958

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

B6. Hasil dari *Use Behavior*

Hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel *Use Behavior* pada 2 pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4.16. Hasil Jawaban Responden pada variabel *Use Behavior*

Variabel Y ₂	Persentase				Mean	Standar Deviasi
	1	2	3	4		
Sejauh ini anda lebih memanfaatkan penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat pemesanan kamar dibandingkan dengan datang langsung ke tempat (Y _{2.1})	18.7%	16%	30.7%	34.7%	2.81	1.111
Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu (Y _{2.2})	10.7%	24%	25.3%	40%	2.95	1.038

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa mean pada masing-masing pernyataan berada pada range 2,50-3,24 yang artinya responden setuju dengan

pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya.

4.3.2 Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan agar mengetahui seberapa baik nilai suatu instrumen pengukuran terhadap konsep yang diinginkan untuk mengetahui apakah yang kita tanyakan dalam kuesioner sudah sesuai dan benar dengan konsepnya. Ketentuan validitas intrumen apabila r hitung lebih besar dengan r tabel. Dasar pengambilan keputusan, r hitung $>$ r table maka variabel valid r hitung $<$ r table maka variabel tidak valid (Ghozali, 2005).

Berikut hasil dari uji validitas.

Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas

Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X _{1.1}	0.642	0.2272	Valid
X _{1.2}	0.607	0.2272	Valid
X _{1.3}	0.708	0.2272	Valid
X _{1.4}	0.636	0.2272	Valid
X _{2.1}	0.690	0.2272	Valid
X _{2.2}	0.682	0.2272	Valid
X _{2.3}	0.672	0.2272	Valid
X _{3.1}	0.599	0.2272	Valid
X _{3.2}	0.557	0.2272	Valid
X _{3.3}	0.680	0.2272	Valid
X _{4.1}	0.647	0.2272	Valid
X _{4.2}	0.540	0.2272	Valid
X _{4.3}	0.555	0.2272	Valid
Y _{1.1}	0.574	0.2272	Valid
Y _{1.2}	0.604	0.2272	Valid
Y _{1.3}	0.567	0.2272	Valid
Y _{2.1}	0.513	0.2272	Valid
Y _{2.2}	0.543	0.2272	Valid

b. Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Arikunto, 2010). Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
0.924	0.6	Reliabel

4.3.3 Hasil Analisis Data SEM

Analisis SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS

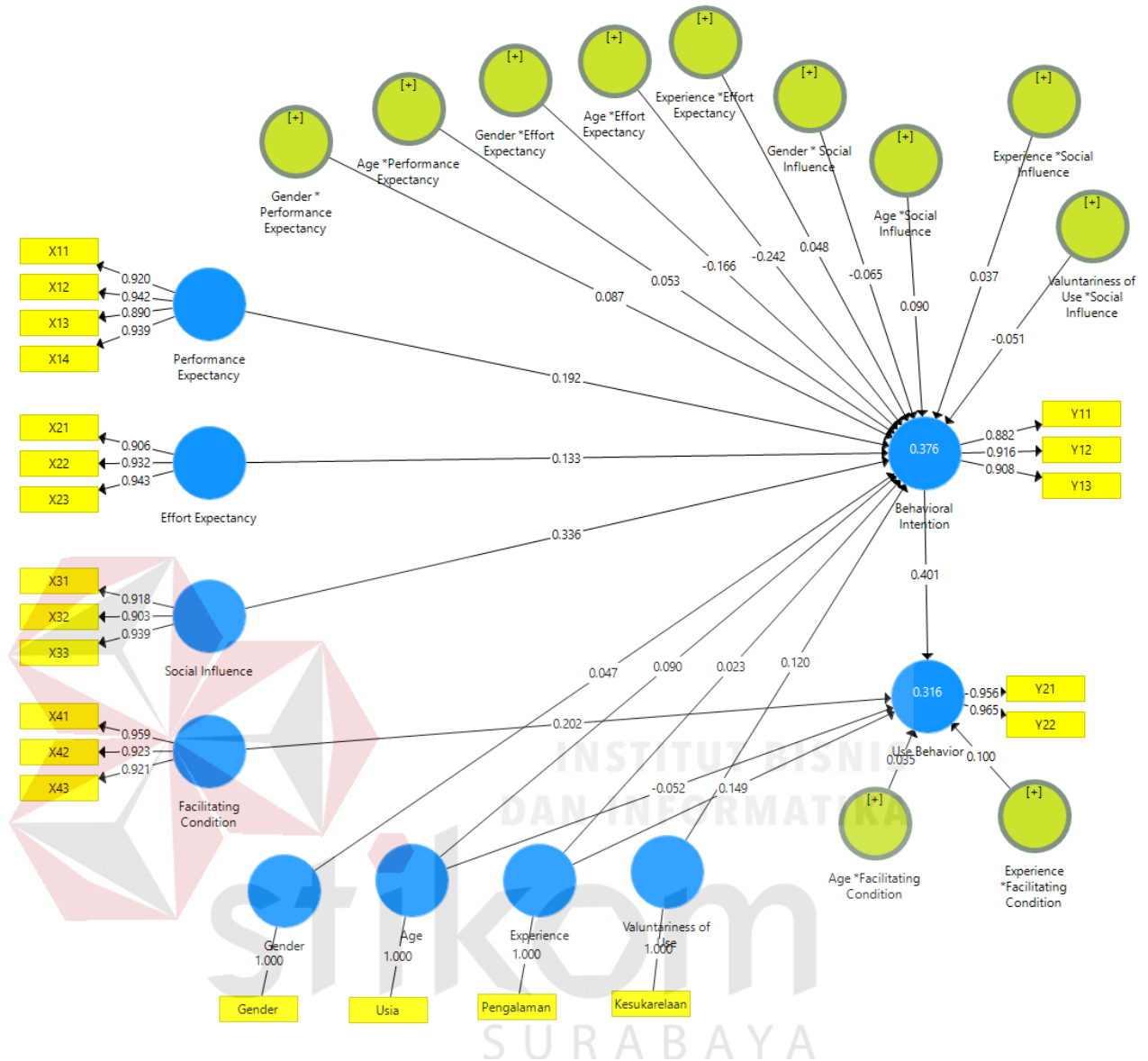
Setelah pengumpulan data maka langkah selajutnya adalah melakukan tahapan analisis *Structure Equation Modeling* untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya. Tahapan untuk menganalisis adalah dengan melakukan pengujian *Outer Model*, *Bootsrapping* dan *Inner Model*.

A. Pengujian *Outer Model*

Analisis *Outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel-variabelnya. Berikut adalah pengujian *outer model* :

A1. *Convergent validity*

Convergent Validity bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabelnya. Gambar berikut adalah gambar hasil kalkulasi dari masing-masing indikator dengan menggunakan SmartPLS. Semua Indikator pada variabel dinyatakan memiliki validitas yang tinggi apabila memiliki nilai *loading factor* berada diatas 0.5 sehingga memenuhi *convergent validity* (Dewi, 2015)



Gambar 4.6. Model Lengkap Structural Equation Modeling

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *performance expectancy* dijelaskan pada tabel 4.19.

Tabel 4.19. Penjelasan Variabel Performance Expectancy

Indikator	Kode	Pernyataan
Manfaat yang dirasakan	X _{1.1}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah mengakses informasi
Motivasi ekstrinsik	X _{1.2}	Menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat mempermudah dalam pemesanan kamar
Kesesuaian	X _{1.3}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada

Indikator	Kode	Pernyataan
kinerja		pengguna
Keuntungan relatif	X _{1.4}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat meningkatkan kinerja pada proses pemesanan kamar

Pada gambar 4.6 dapat diketahui bahwa semua indikator pada variabel *performance expectancy* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* pada setiap indikator tersebut sudah valid.

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *facilitating condition* dijelaskan pada tabel 4.20.

Tabel 4.20. Penjelasan Variabel *Facilitating Condition*

Indikator	Kode	Pernyataan
Fasilitas yang mendukung penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	X _{4.1}	<i>Website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat diakses menggunakan semua jenis <i>browser</i>
Ketersediaan pengetahuan	X _{4.2}	Tampilan yang ada pada <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sudah didefinisikan secara jelas sehingga tampilan tersebut dapat dipahami dan dimengerti
Ketersediaan petunjuk penggunaan	X _{4.3}	Anda memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya

Pada gambar 4.6 dapat diketahui bahwa semua indikator pada variabel *facilitating condition* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* pada setiap indikator tersebut sudah valid.

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *Effort Expectancy* dijelaskan pada tabel 4.21.

Tabel 4.21. Penjelasan Variabel *Effort Expectancy*

Indikator	Kode	Pernyataan
Kemudahan penggunaan aplikasi	X _{2.1}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam hal mengakses informasi dapat digunakan dengan mudah dan jelas
Kenyamanan dalam menggunakan sistem	X _{2.2}	Secara keseluruhan, anda percaya bahwa <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya mudah dioperasikan
Mengurangi upaya (waktu dan tenaga)	X _{2.3}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam proses pemesanan kamar mudah bagi anda

Dari gambar 4.6 diketahui bahwa semua indikator pada variabel *effort expectancy* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat dinyatakan semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya pada variabel *effort expectancy* sudah valid.

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *Social Influence* dijelaskan pada tabel 4.22.

Tabel 4.22. Penjelasan Variabel *Social Influence*

Indikator	Kode	Pernyataan
Besarnya dukungan orang sekitar	X _{3.1}	Resepsionis Hotel Sahid Surabaya menyarankan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat proses pemesanan kamar
Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas	X _{3.2}	Pengguna lainnya memengaruhi dalam menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya
Aturan yang ditetapkan	X _{3.3}	Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya

Dari gambar 4.6 diketahui bahwa semua indikator pada variabel *social influence* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat dinyatakan semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya pada variabel *social influence* sudah valid.

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *Behavioral Intention* dijelaskan pada tabel 4.23

Tabel 4.23. Penjelasan Variabel *Behavioral Intention*

Indikator	Kode	Pernyataan
Niat pemakai menggunakan sistem secara terus-menerus	Y _{1.1}	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar
	Y _{1.2}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan
	Y _{1.3}	Saya berencana menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sesering yang dibutuhkan

Dari gambar 4.6 diketahui bahwa semua indikator pada variabel *behavioral intention* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat dinyatakan semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya pada variabel *behavioral intention* sudah valid.

Pada gambar 4.6, indikator pada variabel *Use Behavior* dijelaskan pada tabel 4.24

Tabel 4.24. Penjelasan Variabel *Use Behavior*

Indikator	Kode	Pernyataan
Mendukung kinerja yang lebih baik	Y _{2.1}	Sejauh ini anda lebih memanfaatkan penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat pemesanan kamar dibandingkan dengan datang langsung ke tempat
	Y _{2.2}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu

Dari gambar 4.6 diketahui bahwa semua indikator pada variabel *use behavior* memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 sehingga dapat dinyatakan semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya pada variabel *use behavior* sudah valid.

Nilai *loading factor* pada masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel 4.25

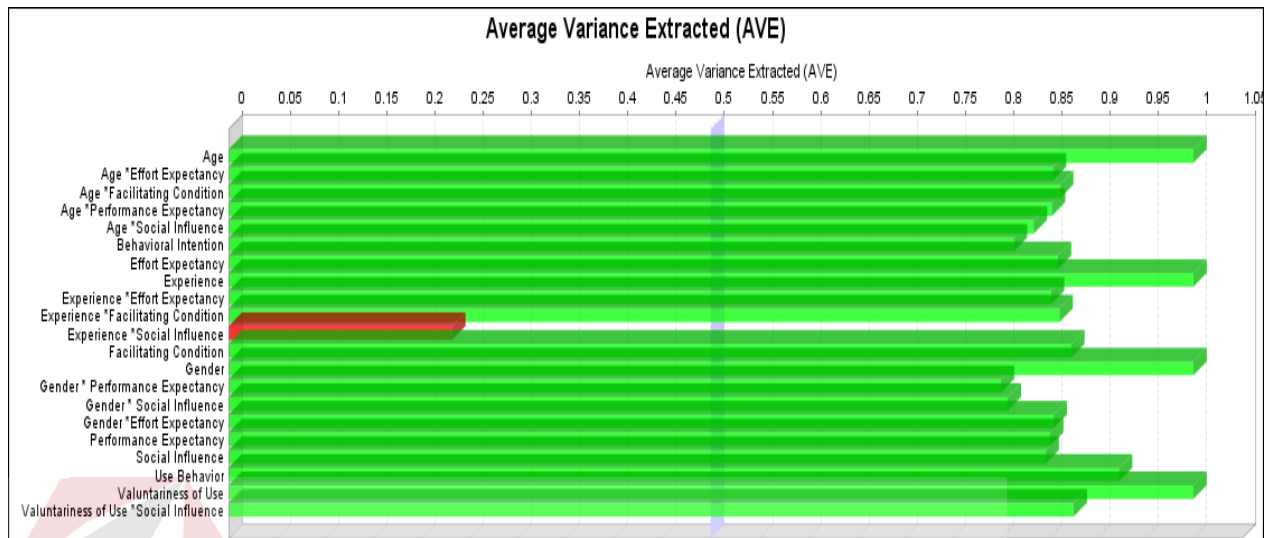
Tabel 4.25. Nilai *Loading Factor*

Indikator	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
X _{1.1}	0.920					
X _{1.2}	0.942					
X _{1.3}	0.890					
X _{1.4}	0.939					
X _{2.1}		0.906				
X _{2.2}		0.932				
X _{2.3}		0.943				
X _{3.1}			0.918			
X _{3.2}			0.903			
X _{3.3}			0.939			
X _{4.1}				0.959		
X _{4.2}				0.923		
X _{4.3}				0.921		
Y _{1.1}					0.882	
Y _{1.2}					0.916	
Y _{1.3}					0.908	
Y _{2.1}						0.956
Y _{2.2}						0.965

A2. Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

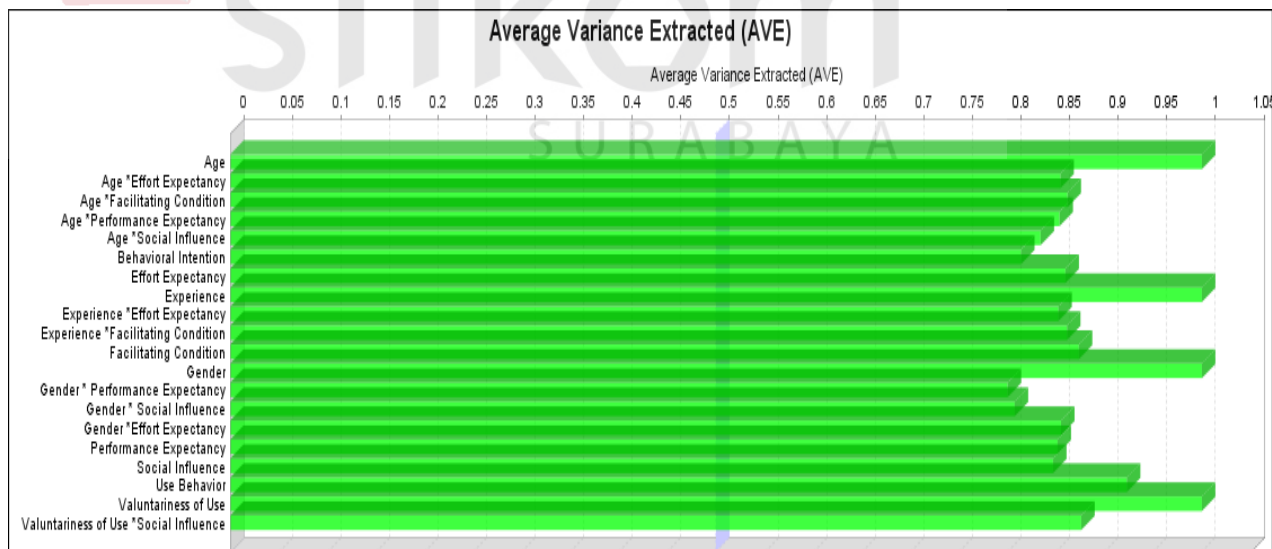
Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menyatakan bahwa keandalan telah tercapai jika nilainya adalah sebesar 0.5. *Convergent validity* dapat dilihat dari nilai AVE. Syarat nilai AVE yaitu $\geq 0,5$ untuk menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik (Haryono, 2017). Pada gambar 4.6 adalah model lengkap SEM sebelum dilakukan penghapusan indikator. Dapat terlihat pada gambar 4.7, bahwa variabel *Age *Effort Expectancy* memiliki AVE dibawah

0,5 sedangkan variabel lain yang memiliki nilai AVE lebih dari 0,5 sudah menunjukkan *convergent validity* yang baik.



Gambar 4.7. Model AVE Lengkap

Setelah dilakukan penghapusan indikator pada variabel *Experience *Social Influence* yang memiliki nilai 0.232, yang dibawah 0,5, maka dilakukan penghapusan indikator.



Gambar 4.8. AVE Model Terbaik

Gambar 4.8 menunjukkan bahwa model AVE terbaik setelah penghapusan variabel *Experience *Social Influence*.

Nilai AVE yang dikeluarkan setiap variabel dapat dilihat pada tabel 4.26.

Tabel 4.26. *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Age</i>	1.000
<i>Age *Effort Expectancy</i>	0.854
<i>Age *Facilitating Condition</i>	0.862
<i>Age *Performance Expectancy</i>	0.853
<i>Age *Social Influence</i>	0.834
<i>Behavioral Intention</i>	0.814
<i>Effort Expectancy</i>	0.860
<i>Experience</i>	1.000
<i>Experience *Effort Expectancy</i>	0.852
<i>Experience *Facilitating Condition</i>	0.861
<i>Facilitating Condition</i>	0.873
<i>Gender</i>	1.000
<i>Gender *Performance Expectancy</i>	0.800
<i>Gender *Social Influence</i>	0.807
<i>Gender *Effort Expectancy</i>	0.855
<i>Performance Expectancy</i>	0.852
<i>Social Influence</i>	0.847
<i>Use Behavior</i>	0.923
<i>Voluntariness of Use</i>	1.000
<i>Voluntariness of Use *Social Influence</i>	0.876

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa AVE pada setiap variabel berada di atas 0.5. AVE tertinggi berada pada nilai 1.000 dan AVE terendah berada pada variabel *Gender *Performance Expectancy* dengan nilai 0.800. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pernyataan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya sudah dapat diandalkan.

A3. *Discriminant Validity.*

Setelah memperoleh hasil dari nilai AVE pada setiap variabel, kemudian melakukan uji *discriminant validity* yang digunakan untuk memastikan bahwa

setiap konsep dari masing-masing konstruk atau variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Selain itu *discriminant validity* digunakan untuk mengetahui apakah indikator yang termuat mempunyai nilai yang lebih tinggi terhadap konstraknya dibandingkan terhadap konstruk lainnya. Sebuah indikator atau model memiliki *discriminant validity* yang baik apabila nilai *loading factor* (korelasi konstruk) dengan variabelnya lebih besar dari pada nilai *loading factor* ke variabel lainnya. Pada *cross loading* akan terlihat bahwa setiap indikator akan berbeda dengan indikator variabel lain. Perbandingan antar korelasi variabel dapat dilihat pada tabel 4.27.

Tabel 4.27. Nilai Cross Loading

Indikator	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
X _{1.1}	0.920	0.439	0.326	0.297	0.418	0.401
X _{1.2}	0.942	0.438	0.240	0.253	0.405	0.377
X _{1.3}	0.890	0.603	0.309	0.462	0.317	0.383
X _{1.4}	0.939	0.431	0.311	0.365	0.331	0.336
X _{2.1}	0.528	0.906	0.548	0.360	0.369	0.332
X _{2.2}	0.418	0.932	0.575	0.482	0.406	0.219
X _{2.3}	0.482	0.943	0.543	0.326	0.437	0.271
X _{3.1}	0.264	0.549	0.918	0.414	0.410	0.250
X _{3.2}	0.299	0.571	0.903	0.302	0.288	0.224
X _{3.3}	0.319	0.544	0.939	0.462	0.500	0.435
X _{4.1}	0.386	0.392	0.441	0.959	0.431	0.414
X _{4.2}	0.323	0.399	0.314	0.923	0.288	0.216
X _{4.3}	0.279	0.390	0.458	0.921	0.280	0.234
Y _{1.1}	0.348	0.381	0.423	0.308	0.882	0.518
Y _{1.2}	0.394	0.419	0.397	0.371	0.915	0.449
Y _{1.3}	0.350	0.384	0.405	0.343	0.908	0.396
Y _{2.1}	0.401	0.278	0.316	0.279	0.483	0.956
Y _{2.2}	0.382	0.285	0.350	0.363	0.488	0.965

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki *loading factor* atau nilai korelasi lebih besar terhadap variabelnya dibandingkan ke variabel

lainnya. Sehingga syarat uji *discriminant validity* terpenuhi atau memiliki model yang baik. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian dinyatakan valid secara *convergent validity* maupun *discriminant validity* yang artinya pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya sudah valid dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian berulang-ulang.

A4. Uji *Composite Reliability*

Uji *reliability* dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* ≥ 0.6 dan nilai *composite reliability* > 0.7 . Untuk mengetahui hasil uji *reliability* menggunakan PLS dapat dilihat pada tabel 4.28

Tabel 4.28. Nilai *Composite Reliability*

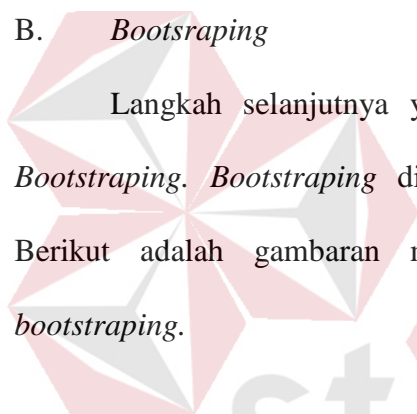
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Age</i>	1.000	1.000
<i>Age *Effort Expectancy</i>	0.916	0.946
<i>Age *Facilitating Condition</i>	0.931	0.949
<i>Age *Performance Expectancy</i>	0.945	0.959
<i>Age *Social Influence</i>	0.931	0.938
<i>Behavioral Intention</i>	0.886	0.929
<i>Effort Expectancy</i>	0.918	0.948
<i>Experience</i>	1.000	1.000
<i>Experience *Effort Expectancy</i>	0.914	0.945
<i>Experience *Facilitating Condition</i>	0.929	0.949
<i>Facilitating Condition</i>	0.931	0.954
<i>Gender</i>	1.000	1.000
<i>Gender *Performance Expectancy</i>	0.944	0.941
<i>Gender *Social Influence</i>	0.920	0.926
<i>Gender *Effort Expectancy</i>	0.920	0.947
<i>Performance Expectancy</i>	0.942	0.958
<i>Social Influence</i>	0.912	0.943
<i>Use Behavior</i>	0.917	0.960

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Valuntariness of Use</i>	1.000	1.000
<i>Valuntariness of Use *Social Influence</i>	0.931	0.955

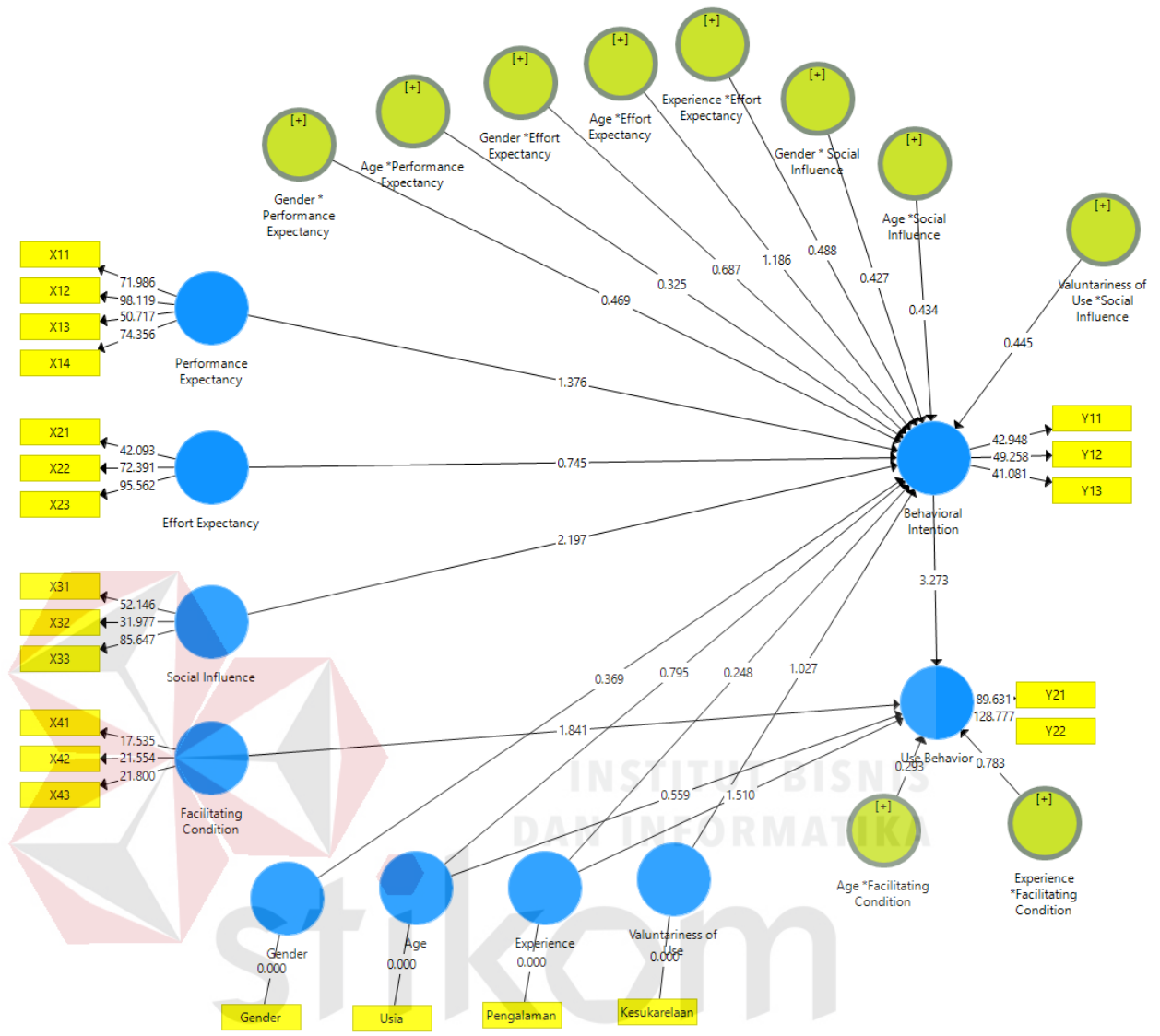
Berdasarkan tabel 4.28 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena tidak memiliki nilai *cronbach's alpha* < 0.6 dan tidak memiliki nilai *composite reliability* < 0.7 yang artinya jawaban responden terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerimaan *website* telah konsisten.

B. *Bootsraping*

Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu pengolahan menggunakan *Bootstraping*. *Bootstraping* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Berikut adalah gambaran mengenai model struktural setelah dilakukan *bootstraping*.



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA



Gambar 4.9. Bootstrapping

Berdasarkan hasil perhitungan bootstrapping diatas, dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar konstruk yang ditunjukkan oleh nilai T Statistics. T Statistics dikatakan valid (dalam artian memiliki hubungan dan berpengaruh) apabila indikator memiliki nilai T Statistics $\geq 1,96$ atau nilai *P-value* $\leq 0,05$ (Haryono, 2017). Nilai T Statistics ditunjukkan pada tabel 4.29.

Tabel 4.29. Uji Hipotesis (*Path Coefisien*)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Age -> Behavioral Intention</i>	0.092	0.111	0.116	0.795	0.427	Tidak Berpengaruh
<i>Age -> Use Behavior</i>	-0.052	-0.056	0.093	0.559	0.557	Tidak Berpengaruh
<i>Age *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	-0.230	-0.213	0.194	1.186	0.236	Tidak Berpengaruh
<i>Age *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.035	0.048	0.118	0.293	0.769	Tidak Berpengaruh
<i>Age *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.047	-0.006	0.145	0.325	0.745	Tidak Berpengaruh
<i>Age *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0.080	0.101	0.185	0.434	0.665	Tidak Berpengaruh
<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>	0.401	0.388	0.122	3.273	0.001	Berpengaruh
<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.140	0.144	0.188	0.745	0.457	Tidak Berpengaruh
<i>Experience -> Behavioral Intention</i>	0.026	0.037	0.106	0.248	0.804	Tidak Berpengaruh
<i>Experience -> Use Behavior</i>	0.149	0.149	0.099	1.510	0.132	Tidak Berpengaruh
<i>Experience *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.056	0.030	0.115	0.488	0.626	Tidak Berpengaruh
<i>Experience *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.100	0.097	0.127	0.783	0.434	Tidak Berpengaruh
<i>Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.202	0.216	0.110	1.841	0.066	Tidak Berpengaruh
<i>Gender -> Behavioral Intention</i>	0.047	0.040	0.128	0.369	0.712	Tidak Berpengaruh
<i>Gender *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.088	0.068	0.187	0.469	0.639	Tidak Berpengaruh
<i>Gender *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.077	-0.034	0.181	0.427	0.669	Tidak Berpengaruh
<i>Gender *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	-0.153	-0.153	0.223	0.687	0.492	Tidak Berpengaruh
<i>Performance Expectancy -></i>	0.200	0.174	0.145	1.376	0.170	Tidak Berpengaruh

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>						
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0.330	0.321	0.150	2.197	0.028	Berpengaruh
<i>Valuntarines of Use -> Behavioral Intention</i>	0.155	0.142	0.112	1.027	0.305	Tidak Berpengaruh
<i>Valuntarines of Use *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.051	-0.082	0.114	0.445	0.656	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan tabel 4.29 maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan antara *Age* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Age* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.795 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.427. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *age* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

2. Hubungan antara *Age* dengan *Use Behavior*

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age* dengan *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Age* dengan *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.577 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.557. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age* terhadap *use behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *age* tidak memengaruhi *use behavior*.

3. Hubungan antara *Age *Effort Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age * Effort Expectancy* terhadap
Behavioral Intention

H_1 : Ada hubungan antara *Age * Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age * Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 1.186 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.236. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age * Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Age * Effort Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

4. Hubungan antara *Age *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Age *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.769 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.769. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Age *Facilitating Condition* tidak memengaruhi *use behavior*.

5. Hubungan antara *Age *Performance Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Age *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.325 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.745. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Age *Performance Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

6. Hubungan antara *Age *Social Influence* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Age *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Age *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Age *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.434 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.665. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Age *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat

dinyatakan bahwa *Age *Social Influence* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

7. Hubungan antara *Behavioral Intention* dengan *Use Behavior*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 3.273 ($\geq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.001. Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Behavioral Intention* memengaruhi *Use behavior*.

8. Hubungan antara *Effort Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.745 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.457. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

9. Hubungan antara *Experience* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Experience* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Experience* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Experience* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.248 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.804. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Experience* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Experience* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

10. Hubungan antara *Experience* dengan *Use Behavior*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Experience* terhadap *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Experience* terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Experience* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 1.510 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.132. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Experience* terhadap *Use Behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Experience* tidak memengaruhi *Use Behavior*.

11. Hubungan antara *Experience *Effort Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Experience *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Experience *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Experience *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.488 (\leq

1,96) atau nilai *P-value* sebesar 0.626. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Experience *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Experience *Effort Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

12. Hubungan antara *Experience *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Experience *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Experience *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Experience *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.783 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.434. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Experience *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Experience *Facilitating Condition* tidak memengaruhi *Use Behavior*.

13. Hubungan antara *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*

H_1 : Ada hubungan antara *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 1.841 ($\leq 1,96$) atau nilai

P-value sebesar 0.066. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Facilitating Condition* tidak memengaruhi *Use Behavior*.

14. Hubungan antara *Gender* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Gender* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Gender* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Gender* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.369 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.712. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Gender* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Gender* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

15. Hubungan antara *Gender *Performance Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Gender *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Gender *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Gender *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.469 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.639. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Gender *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*.

Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Gender *Performance Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

16. Hubungan antara *Gender *Social Influence* dengan *Behavioral Intention*.

H₀ : Tidak ada hubungan antara *Gender *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

H₁ : Ada hubungan antara *Gender *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Gender *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.427 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.669. Dengan demikian hipotesis H₀ diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Gender *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Gender *Social Influence* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

17. Hubungan antara *Gender *Effort Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H₀ : Tidak ada hubungan antara *Gender *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H₁ : Ada hubungan antara *Gender *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Gender *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.687 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.492. Dengan demikian hipotesis H₀ diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Gender *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat

dinyatakan bahwa *Gender *Effort Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*

18. Hubungan antara *Performance Expectancy* dengan *Behavioral Intention*.

H₀ : Tidak ada hubungan antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H₁ : Ada hubungan antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 1.376 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.170. Dengan demikian hipotesis H₀ diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Performance Expectancy* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

19. Hubungan antara *Social Influence* dengan *Behavioral Intention*.

H₀ : Tidak ada hubungan antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

H₁ : Ada hubungan antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 2.197 ($\geq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.028. Dengan demikian hipotesis H₀ diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Social Influence* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

20. Hubungan antara *Valuntariness of Use* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Valuntariness of Use* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Valuntariness of Use* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Valuntariness of Use* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 1.027 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.305. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Valuntariness of Use* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Valuntariness of Use* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

21. Hubungan antara *Valuntariness of Use *Social Influence* dengan *Behavioral Intention*.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *Valuntariness of Use *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : Ada hubungan antara *Valuntariness of Use *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa hubungan *Valuntariness of Use *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai *T Statistics* sebesar 0.445 ($\leq 1,96$) atau nilai *P-value* sebesar 0.656. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Valuntariness of Use *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Valuntariness of Use *Social Influence* tidak memengaruhi *behavioral intention*.

Setelah hubungan pada setiap hipotesis telah diketahui, maka selanjutnya dilakukan penyusunan persamaan *mathematics* variabel. Dapat dilihat pada tabel 4.30.

Tabel 4.30. Persamaan *Mathematics* Variabel

Variabel	Persamaan <i>Mathematics</i>
<i>Behavioral Intention</i>	$BI = 0.111 \text{ Age} + (-0.213) \text{ Age} * \text{Effort Expectancy} + (-0.006) \text{ Age} * \text{Performance Expectancy} + 0.101 \text{ Age} * \text{Social Influence} + 0.144 \text{ Effort Expectancy} + 0.037 \text{ Experience} + 0.030 \text{ Experience} * \text{Effort Expectancy} + 0.040 \text{ Gender} + 0.068 \text{ Gender} * \text{Performance Expectancy} + (-0.034) \text{ Gender} * \text{Social Influence} + (-0.153) \text{ Gender} * \text{Effort Expectancy} + 0.174 \text{ Performance Expectancy} + 0.321 \text{ Social Influence} + 0.142 \text{ Valuntariness of Use} + (-0.082) \text{ Valuntariness of Use} * \text{Social Influence}$
<i>Use Behavior</i>	$UB = -0.056 \text{ Age} + 0.048 \text{ Age} * \text{Facilitating Condition} + 0.388 \text{ Behavioral Intention} + 0.149 \text{ Experience} + 0.097 \text{ Experience} * \text{Facilitating Condition} + 0.216 \text{ Facilitating Condition}$

Setelah dilakukan penyusunan persamaan *mathematics* variabel, maka selanjutnya dilakukan pengecekan terhadap variabel yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung. Dikatakan ada pengaruh langsung (*direct effect*) jika $p\text{-value} < 0.05$ dan dikatakan tidak ada pengaruh langsung (*indirect effect*) jika $p\text{-value} > 0.05$. Hasil pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada tabel *inderect effect*.

Tabel 4.31. Nilai *Inderect Effect*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>Age -> Behavioral Intention</i>					
<i>Age -> Use Behavior</i>	0.037	0.044	0.050	0.739	0.461

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>Age *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Age *Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	-0.092	-0.083	0.081	1.133	0.258
<i>Age *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>					
<i>Age *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Age *Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.019	-0.004	0.059	0.321	0.748
<i>Age *Social Influence -> Behavioral Intention</i>					
<i>Age *Social Influence -> Use Behavior</i>	0.032	0.040	0.074	0.434	0.665
<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>					
<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	0.056	0.052	0.076	0.739	0.460
<i>Experience -> Behavioral Intention</i>					
<i>Experience -> Use Behavior</i>	0.011	0.013	0.042	0.249	0.803
<i>Experience *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Experience *Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	0.023	0.011	0.045	0.497	0.620
<i>Experience *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>					
<i>Experience *Social Influence -> Behavioral Intention</i>					
<i>Facilitating Condition -> Use Behavior</i>					
<i>Gender -> Behavioral Intention</i>					

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>Gender -> Use Behavior</i>	0.019	0.020	0.051	0.371	0.711
<i>Gender *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Gender *Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.035	0.028	0.078	0.451	0.653
<i>Gender *Social Influence -> Behavioral Intention</i>					
<i>Gender *Social Influence -> Use Behavior</i>	-0.031	-0.014	0.075	0.414	0.679
<i>Gender *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Gender * Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	-0.061	-0.065	0.098	0.627	0.531
<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>					
<i>Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.080	0.070	0.067	1.194	0.233
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>					
<i>Social Influence -> Use Behavior</i>	0.132	0.127	0.077	1.721	0.086
<i>Valuntarines of Use -> Behavioral Intention</i>					
<i>Valuntarines of Use -> Use Behavior</i>	0.046	0.056	0.408	0.957	0.339
<i>Valuntarines of Use *Social Influence -> Behavioral Intention</i>					
<i>Valuntarines of Use *Social Influence -> Use Behavior</i>	-0.020	-0.032	0.048	0.425	0.671

Berdasarkan tabel *indirect effect* maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel *Age* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.461 > 0.05$
2. Variabel *Age *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.258 > 0.05$
3. Variabel *Age *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.748 > 0.05$
4. Variabel *Age *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.665 > 0.05$
5. Variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.460 > 0.05$
6. Variabel *Experience* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.803 > 0.05$
7. Variabel *Experience *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.620 > 0.05$
8. Variabel *Gender* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.711 > 0.05$.
9. Variabel *Gender *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.653 > 0.05$.
10. Variabel *Gender *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.679 > 0.05$.

11. Variabel *Gender *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.531 > 0.05$.
12. Variabel *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.233 > 0.05$.
13. Variabel *Gender *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.653 > 0.05$.
14. Variabel *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.086 > 0.05$.
15. Variabel *Valuntarines of Use* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.339 > 0.05$.
16. Variabel *Valuntarines of Use *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap variabel *Use Behavior* secara tidak langsung karena memiliki nilai *p-value* $0.671 > 0.05$.

Setelah mengetahui *path coeficient* dan *inderect effect* maka tahap analisis selanjutnya dilakukan penjumlahan antara *path coeficient* dengan *inderect effect* untuk mengetahui *total effect* pada tiap variabel. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antar variabel dapat dilihat dari nilai *p-value*. Apabila *p-value* kurang dari 0.05 maka variabel berpengaruh signifikan dan sebaliknya jika nilai *p-value* lebih dari 0.05 maka variabel tidak signifikan. Hasil *total effect* dapat dilihat pada tabel 4.32.

Tabel 4.32. Nilai *Total Effect*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>Age -> Behavioral Intention</i>	0.092	0.111	0.116	0.795	0.427
<i>Age -> Use Behavior</i>	-0.015	-0.012	0.107	0.138	0.890
<i>Age *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	-0.230	-0.213	0.194	1.186	0.236
<i>Age *Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	-0.092	-0.083	0.081	1.133	0.258
<i>Age *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.035	0.048	0.118	0.293	0.769
<i>Age *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.047	-0.006	0.145	0.325	0.745
<i>Age *Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.019	-0.004	0.059	0.321	0.748
<i>Age *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0.080	0.101	0.185	0.434	0.665
<i>Age *Social Influence -> Use Behavior</i>	0.032	0.040	0.074	0.434	0.665
<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>	0.401	0.388	0.122	3.273	0.001
<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.140	0.144	0.188	0.745	0.457
<i>Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	0.056	0.052	0.076	0.739	0.460
<i>Experience -> Behavioral Intention</i>	0.026	0.037	0.106	0.248	0.804
<i>Experience -> Use Behavior</i>	0.160	0.163	0.106	1.507	0.132
<i>Experience *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.056	0.030	0.115	0.488	0.626
<i>Experience *Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	0.023	0.011	0.045	0.497	0.620
<i>Experience *Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.100	0.097	0.127	0.783	0.434
<i>Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	0.202	0.216	0.110	1.841	0.066
<i>Gender -> Behavioral Intention</i>	0.047	0.040	0.128	0.369	0.712

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>Intention</i>					
<i>Gender -> Use Behavior</i>	0.019	0.020	0.051	0.371	0.711
<i>Gender *Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.088	0.068	0.187	0.469	0.639
<i>Gender *Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.035	0.028	0.078	0.451	0.653
<i>Gender *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.070	-0.034	0.181	0.427	0.669
<i>Gender *Social Influence -> Use Behavior</i>	-0.031	-0.014	0.075	0.414	0.679
<i>Gender *Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	-0.153	-0.153	0.223	0.687	0.492
<i>Gender * Effort Expectancy -> Use Behavior</i>	-0.061	-0.065	0.098	0.627	0.531
<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.200	0.174	0.145	1.376	0.170
<i>Performance Expectancy -> Use Behavior</i>	0.080	0.070	0.067	1.194	0.233
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0.330	0.321	0.150	2.197	0.028
<i>Social Influence -> Use Behavior</i>	0.132	0.127	0.077	1.721	0.086
<i>Valuntarines of Use -> Behavioral Intention</i>	0.115	0.142	0.112	1.027	0.305
<i>Valuntarines of Use -> Use Behavior</i>	0.046	0.056	0.048	0.957	0.339
<i>Valuntarines of Use *Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.051	-0.082	0.114	0.445	0.656
<i>Valuntarines of Use *Social Influence -> Use Behavior</i>	-0.020	-0.032	0.048	0.425	0.671

Berdasarkan tabel *total effect* dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel *Age* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki *p-value* $0.427 > 0.05$
2. Variabel *Age* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel-> *Use Behavior* karena memiliki *p-value* $0.890 > 0.005$
3. Variabel *Age *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel-> *Behavioral Intention* karena memiliki *p-value* $0.236 > 0.005$
4. Variabel *Age *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel-> *Use Behavior* karena memiliki *p-value* $0.258 > 0.005$
5. Variabel *Age *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki *p-value* $0.769 > 0.05$
6. Variabel *Age *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki *p-value* $0.745 > 0.05$
7. Variabel *Age *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki *p-value* $0.748 > 0.05$
8. Variabel *Age *Social Influence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki *p-value* $0.665 > 0.05$
9. Variabel *Age *Social Influence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki *p-value* $0.665 > 0.05$

10. Variabel *Behavioral Intention* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.001 < 0.05$
11. Variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.457 > 0.05$
12. Variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.460 > 0.05$
13. Variabel *Experience* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.804 > 0.05$
14. Variabel *Experience* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.132 > 0.05$
15. Variabel *Experience *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.626 > 0.05$
16. Variabel *Experience *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.620 > 0.05$
17. Variabel *Experience *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.434 > 0.05$
18. Variabel *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.066 > 0.05$
19. Variabel *Gender* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.712 > 0.05$

20. Variabel *Gender* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.711 > 0.05$
21. Variabel *Gender *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.639 > 0.05$
22. Variabel *Gender *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.653 > 0.05$
23. Variabel *Gender *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.669 > 0.05$
24. Variabel *Gender *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.679 > 0.05$
25. Variabel *Gender *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.492 > 0.05$
26. Variabel *Gender * Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.531 > 0.05$
27. Variabel *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.170 > 0.05$

28. Variabel *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.233 > 0.05$
29. Variabel *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.028 < 0.05$
30. Variabel *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.086 > 0.05$
31. Variabel *Valuntarines of Use* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.305 > 0.05$
32. Variabel *Valuntarines of Use* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.339 > 0.05$
33. Variabel *Valuntarines of Use *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* karena memiliki p-value $0.656 > 0.05$
34. Variabel *Valuntarines of Use *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Use Behavior* karena memiliki p-value $0.671 > 0.05$

C. Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)

Setelah diperoleh nilai AVE dan R^2 maka selanjutnya melakukan perhitungan Goodness of Fit (GoF). Nilai GoF terbentang antara 0 sampai dengan 1 dengan nilai-nilai: diatas 0,1 (buruk/GoF kecil), diatas 0,25 (sedang/GoF moderate), dan diatas 0,36 (baik/GoF besar) (Haryono, 2017). Nilai GoF dapat dilihat pada tabel 4.33.

Tabel 4.33. Nilai *Goodness of Fit*

Variabel	R ²	AVE	GoF = $\sqrt{AVE \times R}$	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0.374	0.814	0.551	Baik
<i>Use Behavior</i>	0.316	0.923	0.540	Baik

Berdasarkan Tabel 4.33 hasil dari perhitungan GoF pada semua variabel memiliki nilai diatas 0.3 sehingga dapat dikatakan nilai yang diobservasi dengan nilai yang diekspektasi dalam model dikatakan baik.

D. Pengujian *Inner Model*

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria *Outer Model* (uji validitas dan reliabilitas) langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan pengujian *Inner Model* (model struktural) yang terdiri atas :

A. Analisis R²

Nilai R² digunakan untuk melakukan pengukuran tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R² maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Klasifikasi nilai R² yaitu $\geq 0,67$ (substansial), 0,33 – 0,66 (moderate/sedang), 0,19 – 0,32 (lemah) (Haryono, 2017). Untuk mengetahui hasil dari nilai R² dapat dilihat pada tabel 4.34.

Tabel 4.34. Nilai *R Square*

Variabel	R ²
<i>Behavioral Intention</i>	0.374
<i>Use Behavior</i>	0.316

Berdasarkan hasil perhitungan R^2 terhadap variabel dependen membuktikan bahwa nilai R^2 pada variabel *Behavioral Intention* sebesar 0,374 yang berarti dapat dikatakan pengaruhnya sedang. Variabel *Use Behavior* memiliki nilai R^2 sebesar 0,316 yang berarti dapat dikatakan pengaruhnya lemah.

B. Analisis F^2

Uji ini digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen (independen) terhadap variabel laten endogen (dependen) memiliki pengaruh yang substantif. *Effect Size* yang disarankan adalah 0,02 – 0,14 (memiliki pengaruh kecil), 0,15 – 0,34 (memiliki pengaruh sedang/moderat), dan $\geq 0,35$ (memiliki pengaruh besar) pada level struktural (Haryono, 2017). Berikut adalah nilai uji *F-Square* dapat dilihat pada tabel 4.35.

Tabel 4.35. Nilai F-Square

Variabel	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>Age</i>	0.011	0.004
<i>Age *Effort Expectancy</i>	0.028	
<i>Age *Facilitating Condition</i>		0.002
<i>Age *Performance Expectancy</i>	0.002	
<i>Age *Social Influence</i>	0.004	
<i>Behavioral Intention</i>		0.184
<i>Effort Expectancy</i>	0.012	
<i>Experience</i>	0.001	0.032
<i>Experience *Effort Expectancy</i>	0.004	
<i>Experience</i>		0.012

Variabel	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>*Facilitating Condition</i>		
<i>Facilitating Condition</i>		0.047
<i>Gender</i>	0.003	
<i>Gender *Performance Expectancy</i>	0.007	
<i>Gender *Social Influence</i>	0.005	
<i>Gender *Effort Expectancy</i>	0.015	
<i>Performance Expectancy</i>	0.040	
<i>Social Influence</i>	0.082	
<i>Use Behavior</i>		
<i>Voluntariness of Use</i>	0.017	
<i>Voluntariness of Use *Social Influence</i>	0.004	

Tabel 4.35 menunjukkan nilai *F-Square* yang dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Pengaruh dari variabel *Age* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,011 (memiliki pengaruh kecil)
2. Pengaruh dari variabel *Age *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,028 (memiliki pengaruh kecil)
3. Pengaruh dari variabel *Age *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,002 (memiliki pengaruh kecil)
4. Pengaruh dari variabel *Age *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,004 (memiliki pengaruh kecil)

5. Pengaruh dari variabel *Experience* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,001 (memiliki pengaruh kecil)
6. Pengaruh dari variabel *Experience *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,004 (memiliki pengaruh kecil)
7. Pengaruh dari variabel *Gender* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,003 (memiliki pengaruh kecil)
8. Pengaruh dari variabel *Gender *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,007 (memiliki pengaruh kecil)
9. Pengaruh dari variabel *Gender *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,005 (memiliki pengaruh kecil)
10. Pengaruh dari variabel *Gender *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,015 (memiliki pengaruh kecil)
11. Pengaruh dari variabel *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,040 (memiliki pengaruh kecil)
12. Pengaruh dari variabel *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,082 (memiliki pengaruh kecil)
13. Pengaruh dari variabel *Valuntariness of Use* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,017 (memiliki pengaruh kecil)
14. Pengaruh dari variabel *Valuntariness of Use *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki nilai F^2 0,004 (memiliki pengaruh kecil)
15. Pengaruh dari variabel *Age* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,004 (memiliki pengaruh kecil)
16. Pengaruh dari variabel *Age *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,002 (memiliki pengaruh kecil)

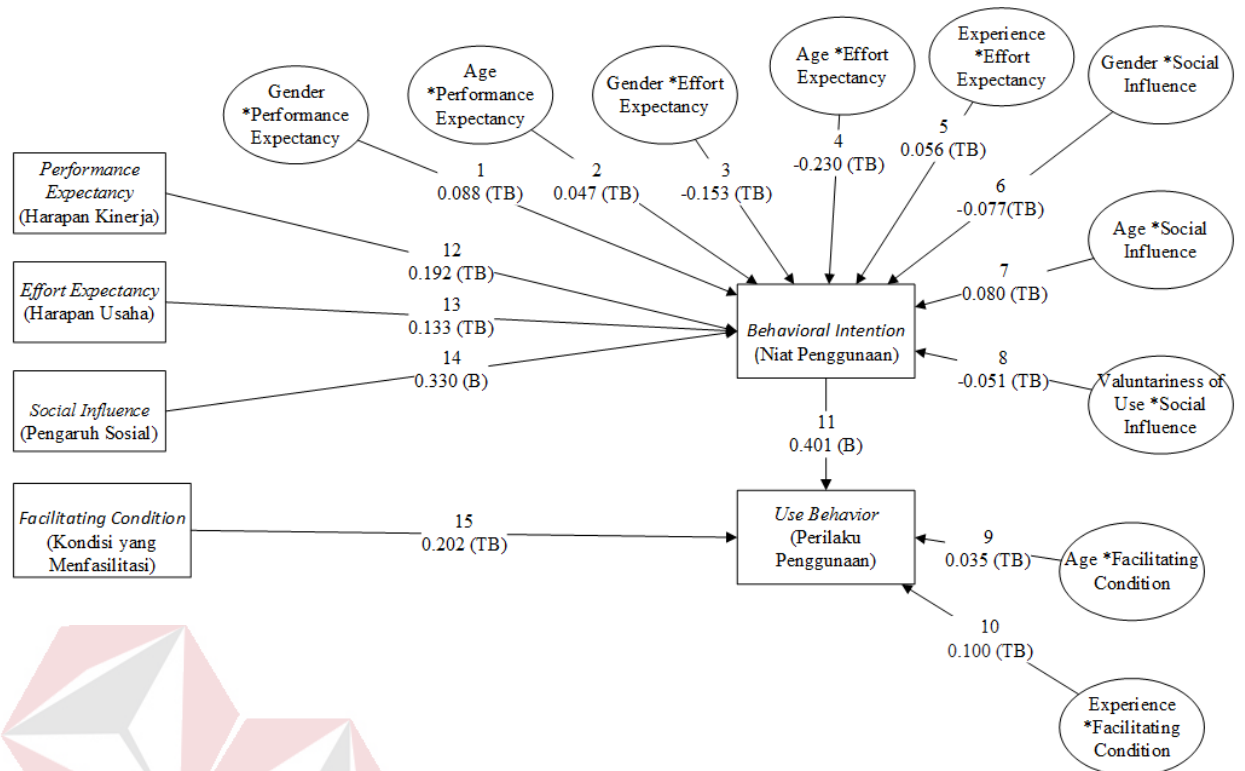
17. Pengaruh dari variabel *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,184 (memiliki pengaruh besar)
18. Pengaruh dari variabel *Experience* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,032 (memiliki pengaruh kecil)
19. Pengaruh dari variabel *Experience *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,012 (memiliki pengaruh kecil)
20. Pengaruh dari variabel *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* memiliki nilai F^2 0,047 (memiliki pengaruh kecil)

4.4 Tahap Akhir

4.4.1 Pembahasan

Hasil atau keluaran dari penelitian ini berupa penerimaan *website* Hotel Sahid Surabaya dengan model UTAUT yang menunjukkan tingkat pengaruh variabel antar variabel.

Berikut adalah model UTAUT yang menunjukkan tingkat pengaruh variabel antar variabel.



Gambar 4.10. Tingkat Pengaruh Antar Variabel

Keterangan gambar :

B : Berpengaruh

TB : Tidak Berpengaruh

1. Variabel *performance expectancy* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *performance expectancy* dimoderasi *gender* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya jenis kelamin laki-laki maupun perempuan tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *performance expectancy* dengan *behavioral intention*.
2. Variabel *performance expectancy* dimoderasi *age* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *performance expectancy* dimoderasi *age* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya rentang usia mulai dari 22-55 tahun

tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *performance expectancy* dengan *behavioral intention*.

3. Variabel *effort expectancy* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *effort expectancy* dimoderasi *gender* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya jenis kelamin laki-laki maupun perempuan tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *effort expectancy* dengan *behavioral intention*.
4. Variabel *effort expectancy* dimoderasi *age* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *effort expectancy* dimoderasi *age* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya rentang usia mulai dari 22-55 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *effort expectancy* dengan *behavioral intention*.
5. Variabel *effort expectancy* dimoderasi *experience* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *effort expectancy* dimoderasi *experience* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya rentang pengalaman mulai dari 3 bulan hingga 5 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *effort expectancy* dengan *behavioral intention*.
6. Variabel *social influence* dimoderasi *gender* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *social influence* dimoderasi *gender* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya jenis kelamin laki-laki maupun perempuan tidak

memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *social influence* dengan *behavioral intention*.

7. Variabel *social influence* dimoderasi *age* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *social influence* dimoderasi *age* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*, artinya rentang usia mulai dari 17-55 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *social influence* dengan *behavioral intention*.
8. Variabel *social influence* dimoderasi *voluntariness of use* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *social influence* dimoderasi *voluntariness of use* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*.
9. Variabel *facilitating condition* dimoderasi *age* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *facilitating condition* dimoderasi *age* tidak akan memengaruhi nilai variabel *use behavior*, artinya rentang usia mulai dari 17-55 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *facilitating condition* dengan *use behavior*.
10. Variabel *facilitating condition* dimoderasi *experience* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *facilitating condition* dimoderasi *experience* tidak akan memengaruhi nilai variabel *use behavior*, artinya rentang pengalaman mulai dari 3 bulan hingga 5 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel *facilitating condition* dengan *use behavior*.

11. Variabel *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* sebesar 40.1%, artinya setiap peningkatan *behavioral intention* akan memengaruhi nilai variabel *use behavior*.
12. Variabel *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *performance expectancy* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*.
13. Variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *effort expectancy* tidak akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*.
14. Variabel *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* sebesar 33%, artinya setiap peningkatan *social influence* akan memengaruhi nilai variabel *behavioral intention*.
15. Variabel *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel *facilitating condition* tidak akan memengaruhi nilai variabel *use behavior*.

Dari penjelasan diatas maka diketahui bahwa variabel *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* dan variabel *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Variabel yang berpengaruh adalah *behavioral intention* terhadap *use behavior* dan variabel *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* menunjukkan apa yang harus dilakukan di masa mendatang. Jika nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* terletak pada indikator yang sama berarti kedepannya indikator dengan angka terbesar lebih diintensifkan. Jika sebaliknya, maka di masa yang akan

datang indikator *original sample (loading factor)* terbesar menjadi tumpuan perubahan kebijakan organisasi. Berikut adalah nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* indikator pada variabel yang berpengaruh.

Tabel 4.36. *Mean dan Original Sample (Loading Factor) Social Influence*

Kode	Pernyataan	Mean	Original sample
X _{3.1}	Resepsionis Hotel Sahid Surabaya menyarankan untuk menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat proses pemesanan kamar	2.50	0.918
X _{3.2}	Pengguna lainnya memengaruhi dalam menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	2.60	0.903
X _{3.3}	Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	2.52	0.939

Berdasarkan tabel 4.36 menunjukkan bahwa terdapat nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* yang dominan atau tinggi pada indikator X_{3.2} dan X_{3.3}. Indikator X_{3.2} berisi pernyataan “Pengguna lainnya memengaruhi dalam menggunakan *website* Hotel Sahid Surabaya” dengan nilai *mean* sebesar 2.60, sedangkan nilai *original sample (loading factor)* pada X_{3.3} berisi pernyataan “Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan *website* Hotel Sahid Surabaya” dengan nilai *original sample (loading factor)* sebesar 0.939. Dengan demikian hal ini berarti pengguna merasa bahwa terdapat pengguna lain yang akan memengaruhinya dalam menggunakan *website* Hotel Sahid Surabaya untuk melakukan reservasi secara online. Kemudian untuk kedepannya pengguna menginginkan agar pengguna lain dapat memengaruhi perilaku dalam berpikir bahwa menggunakan *website* Hotel Sahid Surabaya saat reservasi sangat dibutuhkan dan membantu mereka apabila sedang berada diluar kota.

Tabel 4.37. *Mean dan Original Sample (Loading Factor) Behavioral Intention*

Kode	Pernyataan	Mean	Original sample
Y _{1.1}	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar	3.07	0.882
Y _{1.2}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan	3.17	0.915
Y _{1.3}	Saya berencana menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya sesering yang dibutuhkan	3.12	0.908

Berdasarkan tabel 4.37 menunjukkan bahwa terdapat nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* yang dominan atau tinggi pada indikator Y_{1.1} dan Y_{1.2}. Indikator Y_{1.2} berisi pernyataan “Penggunaan *website* Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan” dengan nilai *mean* sebesar 3.17, sedangkan nilai *original sample (loading factor)* yang memiliki nilai juga terdapat pada Y_{1.2} yaitu sebesar 0.915. Hal ini berarti bahwa pada saat ini dan kedepannya sebaiknya pihak pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya harus lebih menitikberatkan penyediaan informasi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Tabel 4.38. *Mean dan Original Sample (Loading Factor) Use Behavior*

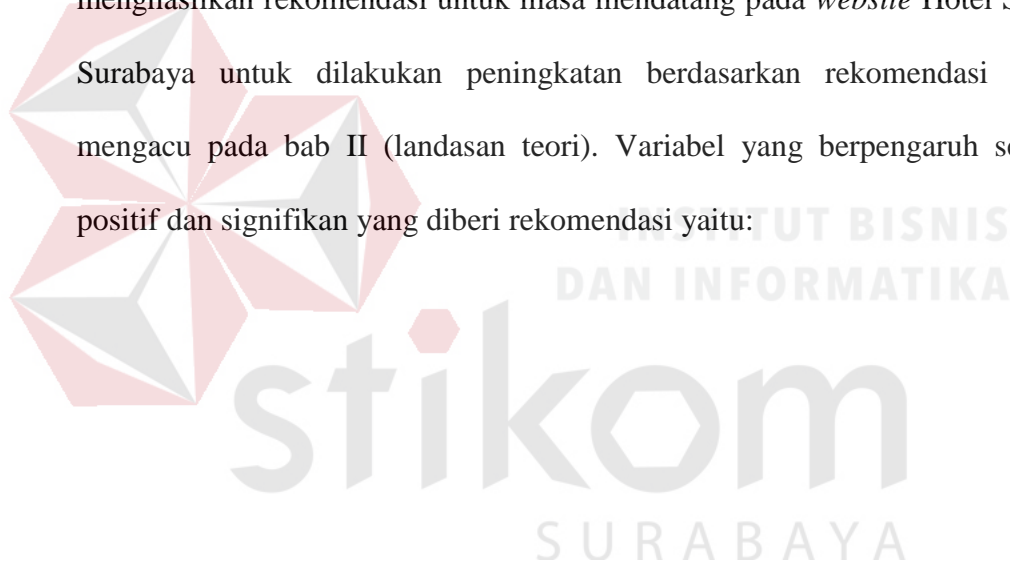
Kode	Pernyataan	Mean	Original sampel
Y _{2.1}	Sejauh ini anda lebih memanfaatkan penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya saat reservasi kamar dibandingkan dengan datang langsung ke tempat	2.81	0.960
Y _{2.2}	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu	2.95	0.962

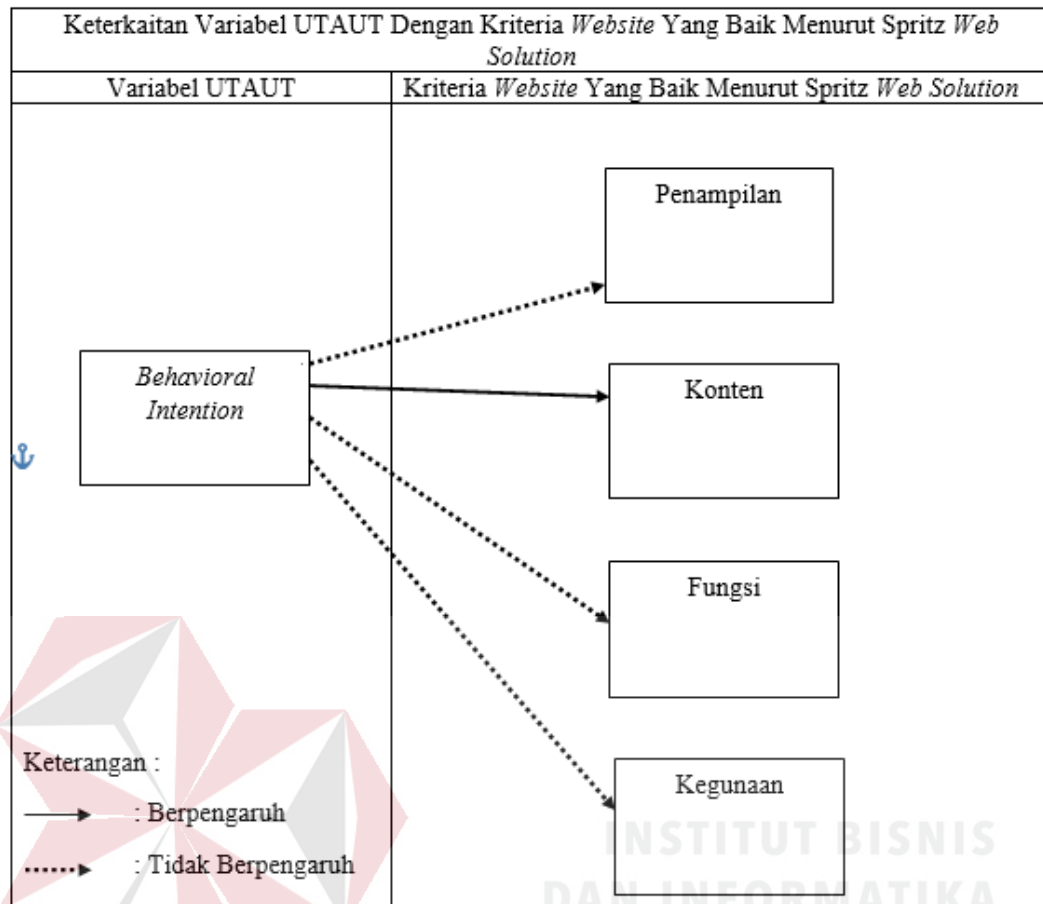
Berdasarkan tabel 4.38 menunjukkan bahwa terdapat nilai *mean* dan *original sample (loading factor)* yang dominan atau tinggi pada indikator Y_{2.2} dan Y_{2.1}. Indikator Y_{2.2} berisi pernyataan “Penggunaan *website* Hotel Sahid Surabaya dalam pemesanan kamar dapat mengurangi biaya dan waktu” dengan nilai *mean*

sebesar 2.95, sedangkan nilai *original sample (loading factor)* yang memiliki nilai tertinggi juga terdapat pada $Y_{2.2}$ yaitu sebesar 0.962. Hal ini menunjukkan bahwa ada saat ini dan kedepannya pihak pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya harus lebih memperhatikan fitur pemesanan kamar melalui *website* agar lebih banyak pengguna memanfaatkan fitur tersebut.

4.4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab IV menghasilkan rekomendasi untuk masa mendatang pada *website* Hotel Sahid Surabaya untuk dilakukan peningkatan berdasarkan rekomendasi yang mengacu pada bab II (landasan teori). Variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan yang diberi rekomendasi yaitu:





Gambar 4.11. Mapping Variabel UTAUT Dengan Kriteria *Website*

Gambar 4.11 menunjukkan mapping antara variabel UTAUT dengan Kriteria yang baik. Variabel UTAUT yang berpengaruh antara lain *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*. Berdasarkan dari mapping tersebut variabel *Behavioral Intention* berhubungan dengan semua komponen kriteria *website* yang baik, namun dari korelasi tersebut konten memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* karena berdasarkan dari hasil nilai *mean* dan *original sample* menghasilkan keinginan pengguna untuk dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan konten *website*, sedangkan untuk variabel *Social Influence* tidak memiliki hubungan dan pengaruh terhadap semua komponen kriteria *website* yang baik.

*Social Influence → Behavioral Intention*Tabel 4.39. *Social Influence → Behavioral Intention*

Variabel	Indikator	Keinginan pengguna (Loading factor)	Persentase
<i>Social Influence (X₃) → Behavioral Intention (Y₁)</i>	Besarnya dukungan orang sekitar	Pengguna lain memengaruhi perilaku anda dalam berpikir bahwa anda harus menggunakan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya	93.9%
	Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas		
	Aturan yang ditetapkan		

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan nilai *mean* yang berada dikelas interval (2.50-3.24) yang artinya responden setuju terhadap pernyataan dan rekomendasi yang dihasilkan yaitu sebaiknya resepsionis Hotel Sahid Surabaya menawarkan untuk menggunakan *website* untuk melakukan reservasi, artinya apabila seseorang merasa puas dalam menggunakan *website* maka akan memengaruhi pengguna lain untuk menggunakannya.

*Behavioral Intention → Use Behavior*Tabel 4.40. *Behavioral Intention → Use Behavior*

Variabel	Indikator	Keinginan pengguna (Loading factor)	Persentase
<i>Behavioral Intention (Y₁) → Use Behavior (Y₂)</i>	Niat pemakai menggunakan sistem secara terus-menerus	Penggunaan <i>website</i> Hotel Sahid Surabaya dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan	94.7%

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan nilai *mean* yang berada dikelas interval (2.50-3.24) yang artinya responden setuju terhadap pernyataan dan rekomendasi yang dihasilkan yaitu dengan menambahkan semua informasi dalam *website* sehingga pengguna dapat mengakses informasi yang dibutuhkan.



Gambar 4.12. Desain Tampilan Website

Gambar 4.12 menunjukkan desain tampilan *website* dengan memberikan informasi yang detail sesuai yang dibutuhkan oleh pengguna.

Rekomendasi di atas bertujuan untuk meningkatkan atau menghasilkan manfaat bagi pengguna *website* Hotel Sahid Surabaya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel yang berpengaruh dengan ketentuan T-Statistik ≥ 1.96 atau *Pvalue* ≤ 0.05 antara lain:

1. *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* sebesar 40.1%. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi niat untuk menggunakan *website* maka semakin tinggi juga penggunaan *website* Hotel Sahid Surabaya dengan persentase pengaruh sebesar 40.1%.
2. *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* sebesar 33%. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pengaruh sosial dari pengguna lain maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *website* dengan persentase pengaruh sebesar 33%.

Kemudian terdapat variabel yang tidak memiliki pengaruh diantaranya *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, sementara variabel *moderasi* juga tidak memiliki pengaruh dalam penelitian ini.

Berdasarkan nilai *mean* pada variabel yang berpengaruh, berada dikelas interval (2.50-3.24) yang artinya responden setuju terhadap pernyataan dan rekomendasi yang dihasilkan yaitu sebaiknya resepsionis Hotel Sahid Surabaya menawarkan menggunakan *website* untuk reservasi, karena apabila seseorang merasa puas menggunakan *website* maka akan memengaruhi pengguna lain untuk menggunakannya. Sedangkan untuk rekomendasi yang kedua semua informasi harus dicantumkan dalam *website*.

Berdasarkan dari hasil persentase dari variabel yang berpengaruh dapat dikatakan hasilnya kurang memenuhi karena persentase masih dibawah 50%, sehingga perlu untuk dilakukan penelitian ulang untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak Pengembang *website* Hotel Sahid Surabaya diharapkan untuk lebih memperhatikan konten dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, dengan mengacu pada landasan teori guna meningkatkan manfaat dari *website*.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk lebih memperhatikan tahap penyebaran kuesioner, agar mendapatkan data kuesioner yang lebih akurat dan tidak sembarangan dalam mengisi kuesioner. Karena hal tersebut dapat memengaruhi hasil dari penelitian pada *website* Hotel Sahid Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, C. A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan Aplikasi Stikom Institutional Repository (SIR) dengan Model UTAUT pada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Anwar, S. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cronbach. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of tests. 297-334.
- Dewi. (2015). Analisis Pengaruh NIM, BOPO, LDR, dan NPL terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Jurnal Akuntansi Program S1*.
- Farabi, N. A. (2016). Analisis Penerapan Sistem informasi ZISW dengan Menggunakan Model UTAUT. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology Vol 1 No 2*.
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Software Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta Timur: Luximo Metro Media.
- Hidayat, R. (2010). *Cara Praktik Membangun Website Gratis : Pengertian Website*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Leisch, A. M. (2012). SEMPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 1-32.
- Nasir, M. (2013). Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*.
- Nielsen, J. (1994). Usability Inspection Method.
- Pranatha, M. D. (2013). Pengaruh Sumber Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akuntansi.

Solution, S. W. (2015, Agustus 21). *Good Website Characteristics*. Retrieved from <http://www.spritzweb.com/resource/good-website-characteristics.html>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Venkatesh, V. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly Vol. 27 No. 3*, 425-478.

