

## **BAB V**

### **HASIL ANALISIS**

#### **5.1 PROFIL RESPONDEN**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online* dari google formulir yang disebarakan pada tanggal 4 Januari 2022 sampai tanggal 14 Januari 2022. Teknik penyebaran kuesioner menggunakan media social Whatsapp. Butir pernyataan yang diberikan pada kuesioner adalah 14 pernyataan yang diajukan. Kuesioner kemudian disebarakan kepada pengguna Grab di Kota Jambi. Sebanyak 109 responden yang telah memberikan respon kepada kuesioner yang telah disebarakan.

Sistem pada kuesioner yang disebarakan menggunakan logika *if*, dimana pada pertanyaan pertama jika responden menjawab pernah, maka akan melanjutkan mengisi profil responden dan jika responden menjawab tidak pernah, maka tidak akan melanjutkan ke pengisian profil responden, melainkan langsung menuju ke bagian terimakasih. Dikarenakan ada beberapa responden yang menjawab belum pernah, maka respon dari responden tersebut akan dieliminasi. Ada 5 responden yang mengisi jawaban belum pernah pada pertanyaan pertama, maka 5 jawaban responden tersebut akan dieliminasi dan hanya 100 respon dari responden yang datanya akan dilanjutkan pada uji berikutnya.

### 5.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan telah mengeliminasi beberapa responden, bahwa jenis kelamin responden menunjukkan :

**Tabel 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-Laki     | 49     | 49%        |
| Perempuan     | 51     | 51%        |
| Jumlah        | 100    | 100%       |

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden lebih banyak perempuan ketimbang responden berjenis kelamin laki-laki.

### 5.1.2 Umur

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan telah mengeliminasi beberapa responden, bahwa rentang umur responden menunjukkan :

**Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Umur**

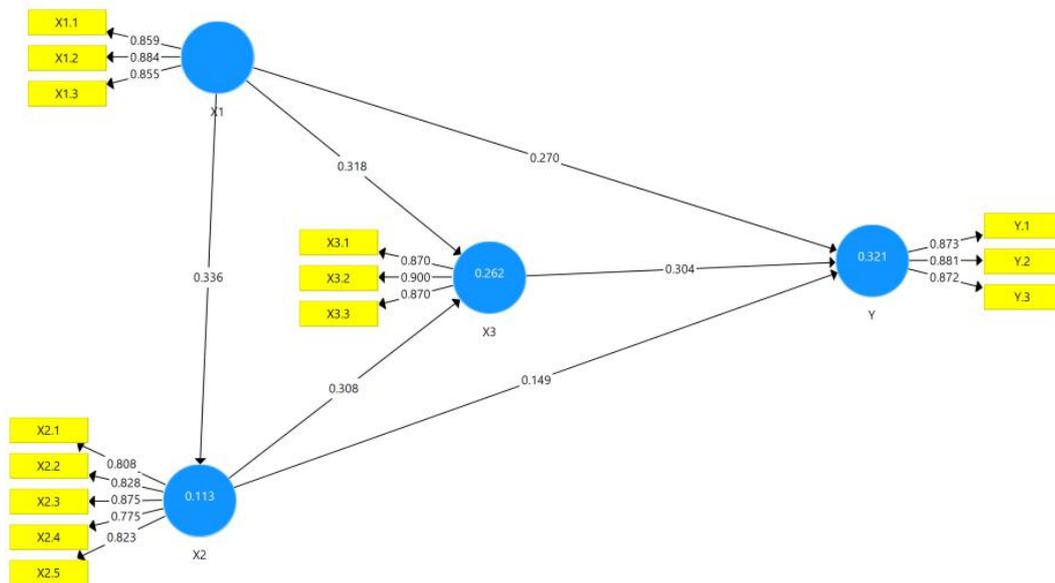
| Rentang Usia  | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| < 20 Tahun    | 12               | 12%        |
| 20 – 25 Tahun | 86               | 86%        |
| 26 – 30 Tahun | 1                | 17%        |
| > 30 Tahun    | 1                | 1%         |
| Jumlah        | 100              | 100%       |

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa rentang umur yang mendominasi adalah 20 -25 tahun.

## 5.2 HASIL ANALISIS

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) merupakan salah satu alternative dari *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis variance. Program yang digunakan adalah smartPLS 3.0.

Tahapan-tahapan pengujian yang dilakukan dalam pengolahan data dan model dengan menggunakan PLS ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 5. 1 Model PLS**

### 5.2.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Tujuan dari uji model pengukuran (*outer models*) ini adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas dari suatu instrumen penelitian. Pengujian yang dilakukan dalam *outer model* ini meliputi dua uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas

#### 5.2.1.1 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa apakah item kuesioner dalam penelitian ini valid atau tidak valid. Penelitian ini menggunakan 14 item kuesioner. Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai dari Loading Faktor dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai yang disyaratkan untuk lulus uji validitas konvergen adalah nilai loading factor harus lebih besar dari 0,5 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) di atas 0,5. Adapun kalkulasi dengan menggunakan metode PLS mendapatkan nilai loading factor dengan hasil terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.3 Outer Loadings**

| <b>Variabel</b>              | <b>Kode Item</b> | <b>Loading Factor</b> |
|------------------------------|------------------|-----------------------|
| <i>Perceived Ease Of Use</i> | X1.1             | 0,859                 |
|                              | X1.2             | 0,884                 |
|                              | X1.3             | 0,855                 |
| <i>Perceived Usefulness</i>  | X2.1             | 0,808                 |
|                              | X2.2             | 0,828                 |
|                              | X2.3             | 0,875                 |
|                              | X2.4             | 0,775                 |
|                              | X2.5             | 0,823                 |
| <i>Attitude Toward using</i> | X3.1             | 0,870                 |
|                              | X3.2             | 0,900                 |
|                              | X3.3             | 0,870                 |
| <i>Behavioral Intention</i>  | Y.1              | 0,873                 |
|                              | Y.2              | 0,881                 |
|                              | Y.3              | 0,872                 |

Berdasarkan Tabel 5.3 yang menunjukkan hasil pengujian data menggunakan SmartPLS, dapat diketahui bahwa semua angka *loading factor* di atas 0,7, sedangkan di atas 0,05 dan 0,06 dianggap cukup [28] . Jadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item cocok dengan masing-masing faktor dan memiliki nilai *loading factor* > 0,5. . Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dari seluruh variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi uji validitas konvergen yang

merupakan salah satu metode dalam pengujian validitas.

**Tabel 5.4 Nilai AVE**

| <b>Variabel</b>                   | <b>AVE</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------------------|------------|-------------------|
| <i>Perceived Ease Of Use (X1)</i> | 0,750      | Valid             |
| <i>Perceived Usefulness (X2)</i>  | 0,677      | Valid             |
| <i>Attitude Toward using (X3)</i> | 0,775      | Valid             |
| <i>Behavioral Intention (Y)</i>   | 0,766      | Valid             |

Berdasarkan Tabel 5.4 dapat diketahui bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas nilai yang disyaratkan yaitu 0,5, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi persyaratan untuk lulus pada uji validitas konvergen.

#### **5.2.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Nilai uji reliabilitas untuk *cronbachs alpha* dan *composite reliability* yang disyaratkan adalah 0,60, sehingga konstruk dikatakan reliable dan memenuhi uji reliabilitas jika nilai *cronbachs alpha* dan *composite reliability* di atas 0,60 [29]. Berikut ini adalah nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 5.5 Uji Reliabilitas**

| <b>Konstruk</b>                   | <b>Composite Reliability</b> | <b>Cronbach Alpha</b> | <b>Kriteria</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------|-------------------|
| <i>Perceived Ease Of Use (X1)</i> | 0,900                        | 0,834                 | 0,60            | Reliabel          |
| <i>Perceived Usefulness (X2)</i>  | 0,913                        | 0,880                 | 0,60            | Reliabel          |
| <i>Attitude Toward using (X3)</i> | 0,912                        | 0,854                 | 0,60            | Reliabel          |
| <i>Behavioral Intention (Y)</i>   | 0,908                        | 0,848                 | 0,60            | Reliabel          |

Berdasarkan sajian data pada Tabel 5.5, diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian seluruhnya memiliki nilai  $> 0,60$ . Dengan demikian hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* sesuai dengan nilai yang disyaratkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

### **5.3 HASIL UJI MODEL STRUKTURAL (*INNER MODEL*)**

Uji model struktural (*inner model*) dilakukan setelah model yang diterima memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Uji model struktural dapat diketahui dengan melihat nilai R-square (*goodness-fit model*), kemudian mengetahui signifikansi pengaruh antar konstruk penelitian dengan melihat nilai pada *path coefficient*.

### 5.3.1 *Godness-fit Model*

**Tabel 5.6 R-Square**

| <b>Konstruk</b>                   | <b>R-Square</b> |
|-----------------------------------|-----------------|
| <i>Perceived Usefulness (X2)</i>  | 0,113           |
| <i>Attitude Toward using (X3)</i> | 0,262           |
| <i>Behavioral Intention (Y)</i>   | 0,321           |

Berdasarkan Tabel 5.6 dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* pada variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,113, variabel sikap penggunaan sebesar 0,262, dan variabel minat penggunaan sebesar 0,321. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap persepsi kemudahan penggunaan sebesar 11,2%. Sedangkan sisanya sebesar 88,8% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini.

Selanjutnya variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel persepsi manfaat dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel sikap penggunaan sebesar 26,2%. Sedangkan sisanya sebesar 73,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen pada penelitian ini yaitu niat penggunaan sebesar 32,1%. Sedangkan sisanya sebesar 67,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

### 5.3.2 **Pengujian Hipotesis dan Pembahasan**

Pengujian hipotesis berdasarkan olah data yang telah dilakukan dapat digunakan untuk menguji pengaruh hubungan antar variabel. Uji hipotesis pada penelitian dilakukan dengan melihat nilai t-statistik dan nilai *p-value*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistik > t-tabel dan nilai *p-value* < 0,05. Hasil pengolahan data dapat pada tabel berikut :

**Tabel 5.7 Hasil Path Coefficients**

| Hipotesis | Path  | Original Sampel (O) | T Statistic ((O/STDEV)) | P Values | Keterangan |
|-----------|-------|---------------------|-------------------------|----------|------------|
| H1        | X1→X2 | 0,336               | 2,947                   | 0,003    | Diterima   |
| H2        | X1→X3 | 0,318               | 2,860                   | 0,002    | Diterima   |
| H3        | X2→X3 | 0,308               | 2,619                   | 0,006    | Diterima   |
| H4        | X3→Y  | 0,304               | 2,607                   | 0,009    | Diterima   |
| H5        | X1→Y  | 0,270               | 2,550                   | 0,020    | Diterima   |
| H6        | X2→Y  | 0,149               | 1,276                   | 0,202    | Ditolak    |

**H1** : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai original sample sebesar 0,336, nilai t-statistik sebesar 2,947, dan nilai *p-value* sebesar 0,003. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *p-value* bernilai lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya dilakukan penghitungan *statistic two tail* untuk  $N = 100$  dan didapatkan hasil t-tabel  $df (N-k = 96) = 1,6608$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa t-statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,947 > 1,6608$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sehingga hipotesis 1 yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*) (diterima).

**H2** : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*). Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dengan sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) memiliki nilai *original sample* sebesar 0,318, nilai t-statistik sebesar 2,860, dan nilai p-value sebesar 0,002. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *p-value* bernilai lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya dilakukan penghitungan *statistic two tail* untuk  $N = 100$  dan didapatkan hasil t-tabel  $df (N-k = 96) = 1,6608$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa t-statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,860 > 1,6608$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*), sehingga hipotesis 2 yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) (diterima).

**H3** : Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*).

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*). Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dengan sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) memiliki nilai *original sample* sebesar 0,308, nilai t-statistik sebesar 2,619, dan nilai *p-value* sebesar 0,006. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui

bahwa *p-value* bernilai lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya dilakukan penghitungan *statistic two tail* untuk  $N = 100$  dan didapatkan hasil t-tabel  $df (N-k = 96) = 1.6608$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa t-statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,619 > 1.6608$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*), sehingga hipotesis 3 yang menyatakan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) (diterima).

**H4 :** Sikap perilaku penggunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*). Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel sikap perilaku penggunaan dengan niat perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* sebesar 0,304, nilai t-statistik sebesar 2,607, dan nilai *p-value* sebesar 0,009. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *p-value* bernilai lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya dilakukan penghitungan *statistic two tail* untuk  $N = 100$  dan didapatkan hasil t-tabel  $df (N-k = 96) = 1.6608$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa t-statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,607 > 1.6608$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap perilaku penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan, sehingga hipotesis 4 yang menyatakan sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) (diterima).

**H5** : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*). Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan niat perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* sebesar 0,270, nilai t-statistik sebesar 2,550, dan nilai *p-value* sebesar 0,020. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *p-value* bernilai lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya dilakukan penghitungan *statistic two tail* untuk  $N = 100$  dan didapatkan hasil t-tabel  $df (N-k = 96) = 1.6608$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa t-statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,550 > 1.6608$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan, sehingga hipotesis 5 yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) (diterima).

**H6** : Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*). Hasil pengujian yang dirangkum pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat dengan niat perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* sebesar 0,149, nilai t-statistik sebesar 1,276, dan nilai *p-value* sebesar 0,202. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *p-value* bernilai lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan, sehingga hipotesis 6 yang menyatakan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) (Ditolak).