

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi GO-JEK Sebagai Penyedia Jasa Transportasi di Surabaya

Jonathan Susanto, Universitas Ciputra, UC Town Citraland, Surabaya*

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat, permintaan masyarakat akan kebutuhan jasa transportasi semakin tinggi. Kemajuan internet dan canggihnya telepon genggam zaman sekarang pun menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat. Dari fenomena tersebut lahirlah *mobile application* yang berfungsi sebagai portal layanan penyedia jasa transportasi yaitu Go-Jek. Go-Jek melebarkan sayapnya ke kota Surabaya pada bulan Juni 2015 dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi Go-Jek untuk menjadi salah satu aplikasi yang sangat ramai digunakan di kota Surabaya. Penelitian ini akan menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan populasi dan sampel pengguna aplikasi Go-Jek di kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan adopsi aplikasi Go-Jek sebagai penyedia jasa transportasi di Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data *Purposive (Judgmental) Sampling* dan menggunakan metode online dan offline. Data yang didapat melalui metode online adalah 57 responden dan offline adalah 150 responden. Data diproses menggunakan aplikasi SPSS dan AMOS. Hasil dari penelitian mengatakan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap adopsi aplikasi Go-Jek sebagai penyedia jasa transportasi di Surabaya adalah *Number of User*, *Perceived Complimentary*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* namun faktor *Number of User* adalah faktor yang paling berpengaruh secara signifikan dengan nilai total sebesar 0,608. Saran untuk manajemen Go-Jek adalah untuk lebih menekankan ke kegiatan marketing dan promosi

Kata kunci: jasa transportasi, mobile application, Go-Jek, TAM, Technology Acceptance Model.

1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat, tingkat pertumbuhan masyarakat di dunia terutama Negara Indonesia semakin tinggi. Tingginya tingkat pertumbuhan penduduk diikuti oleh bertambahnya permintaan masyarakat akan kebutuhan jasa transportasi. Kemajuan internet dan canggihnya telepon genggam zaman sekarang pun mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Semua kecanggihan tersebut menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat. Dari fenomena tersebut lahirlah *mobile application* yang berfungsi sebagai portal layanan penyedia jasa transportasi.

Go-Jek adalah salah satu *mobile application* yang saat ini sedang naik daun yang menawarkan jasa ojek untuk memenuhi permintaan masyarakat seperti: mencari angkutan ojek, berbelanja kebutuhan sehari-hari, jasa *delivery* makanan, jasa pengiriman paket dan layanan jasa lainnya.

Pada awal bulan Juni tepatnya 5 Juni 2015 tahun lalu,

Go-Jek secara resmi mulai memperlebar layanannya ke kota Surabaya. Sebagai kota terbesar kedua setelah Jakarta, Surabaya pasti memiliki tingkat populasi masyarakat yang tinggi yang juga menjadi salah satu faktor penyebab padat dan macetnya jalan raya. Go-Jek memiliki keuntungan disini. Selain itu, sering munculnya Go-Jek dalam berita di televisi hingga media sosial yang mengungkit kontroversi. Go-Jek dinilai memiliki potensi besar dalam Indonesia. Kompetitor menganggap Go-Jek adalah sebuah ancaman untuk bisnis mereka. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi GO-JEK sebagai penyedia jasa transportasi di Surabaya.

2. Landasan Teori

2.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah adaptasi dari *Theory of Reason Action (TRA)* yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap system informasi. Menurut

Davis (1989) tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer.

2.1.1. *Perceived Usefulness*

Menurut Davis (1989), *Perceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Mengenai hal tersebut, Smith (2008) menyatakan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi informasi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dari definisi ini, diketahui bahwa *Perceived Usefulness* merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

2.1.2. *Perceived Ease of Use*

Menurut Davis (1989), *Perceived Ease of Use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan. Di sisi lain, Jogianto (2007), mendefinisikan *Perceived Ease of Use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konstruk *Perceived Ease of Use* ini juga merupakan kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Smith (2008), *Perceived Ease of Use* merupakan suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

2.1.3. *Behavioral Intention to Use*

Menurut Davis (1989), *behavioral intention to use* atau niat perilaku untuk menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Menurut Hartono (2007), jika dilihat dari teori motivasi, penerimaan teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua tipe motivasi yaitu ekstrinsik dan intrinsik. Motivasi intrinsik timbul karena adanya ekspektasi yang dirasakan oleh individu itu sendiri dari hasil berinteraksi dengan

sebuah aplikasi sistem teknologi informasi. Sedangkan motivasi ekstrinsik timbul karena adanya ekspektasi atas penggunaan aplikasi sistem teknologi tertentu yang diterimanya dari luar interaksi individu dengan sistem.

2.1.4. *Number of User*

Menurut Lee dan Suh (2013) konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang banyak digunakan orang lain mendapat keuntungan tambahan dari pengetahuan yang mereka miliki, fenomena ini disebut *network externalities*. Menurut Lin dan Lu (2011), jumlah pengguna yang telah mengadopsi sistem, baik individu atau kelompok akan meningkatkan niat seseorang untuk mencoba sistem. Dalam hal ini, tendensi penggunaan sistem akan muncul ketika seseorang mengetahui bahwa orang lain atau kelompok tertentu telah menggunakan sistem yang dimaksud.

2.1.5. *Perceived Complementary*

Menurut Lin dan Lu (2011), *perceived complimentary* adalah persepsi seseorang terhadap pedoman atau petunjuk penggunaan sistem. *Perceived complementary* dapat mendorong seseorang untuk menelusuri lebih lanjut fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh sistem. Berkaitan dengan *perceived usefulness*, *perceived complimentary* juga akan meningkatkan motivasi penggunaannya untuk terus menggunakan sistem tersebut

2.2. *Go-Jek*

Go-Jek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Go-Jek bermitra dengan para pengemudi ojek berpengalaman di Jakarta, Bandung, Bali & Surabaya dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Sukses menggelar layanan transportasi umum alternatifnya di Jabodetabek, perusahaan software lokal, PT. Gojek Indonesia mulai memperluas ekspansinya ke Bandung dan Surabaya.

Sejak berjalan dari tahun 2011 hingga 2015, armada Go-Jek terus bertambah. Data terakhir yakni tahun 2015 perusahaannya telah menggaet lebih dari 3.700 tukang ojek yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Belum lagi yang berada di wilayah Bali yang berjumlah lebih dari 500 armada. Go-Jek berencana untuk memperluas bisnisnya di Bandung dan Surabaya. Untuk progresnya sendiri saat ini Go-Jek sudah memperkerjakan lebih dari 300 pengemudi ojek di Bandung dan akan segera berjalan dalam waktu dekat. Sementara untuk Surabaya masih dalam pencarian.

Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan sewa moda transportasi umum alternatif, Go-Jek memang terbilang sukses. Baru tiga bulan sejak aplikasinya diluncurkan, Gojek sudah mencatat angka unduhan sebanyak 140.000 unduhan di *Google Play Store*. Aplikasi Go-Jek berhasil menempati urutan Top 3 *app chart* di *Google Play Store* dan *Apple App Store*.

2.3 Mobile Commerce (M-Commerce)

Menurut Simarmata (2006) *Mobile Commerce (M-Commerce)* adalah transaksi apapun dengan nilai moneter yang diselenggarakan via jaringan telekomunikasi mobile. *M-Commerce* juga berarti pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui *wireless handheld devices*, seperti: *telephone mobile, personal digital assistants (PDA), MP3 player, kamera digital, handheld gaming devices* dan komputer.

2.4 Variabel

Menurut Sugiyono (2014), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3. Perancangan dan Pengembangan

3.1. Perumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hipotesis Penelitian	Referensi
H ₁	<i>Number of users</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>	Lin dan Lu (2011)
H ₂	<i>Number of users</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>perceived ease of use</i>	Lin dan Lu (2011)
H ₃	<i>Perceived complementary</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>	Lin dan Lu (2011)
H ₄	<i>Perceived complementary</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>perceived ease of use</i>	Lin dan Lu (2011)
H ₅	<i>Perceived ease of use</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i>	Sun dan Zhang (2006)
H ₆	<i>Perceived usefulness</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to use</i>	Sun dan Zhang (2006)
H ₇	<i>Perceived ease of use</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to use</i>	Sun dan Zhang (2006)

3.2. Instrumen Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang secara langsung didapatkan dari sumber melalui pembagian kuesioner kepada responden yang telah menggunakan aplikasi Go-

Jek menjadi konsumen Go-Jek. Metode yang digunakan adalah metode *online* dan *offline*. Pembagian kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi Go-Jek sebagai media penyedia layanan jasa transportasi di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive (Judgmental) Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih subjek berdasarkan pengalaman mereka dalam subjek yang diselidiki (Sekaran & Bougie, 2009). Untuk memudahkan peneliti menentukan jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus sampel multivariat, dimana jumlah anggota sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah indikator yang digunakan pada penelitian (Sugiyono, 2014). Jawaban yang diperoleh dari responden akan diukur menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014).

Uji yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Outlier, Uji Normalitas, Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas. Uji ini akan dilakukan pada program SPSS. Data yang akan diuji berjumlah 207 dari pengguna aplikasi Go-Jek di Surabaya.

3.3. Uji Outlier

Uji outlier adalah uji yang dilakukan untuk mencari data yang berada di luar nilai batas $|Z_{score}| > 3$. Dari hasil perhitungan ditemukan 2 data outlier, sehingga 2 data tersebut dibuang dan yang dipakai adalah sisanya yaitu 205 sampel.

3.4. Uji Normalitas

Ghozali (2012) menyatakan bahwa: uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dengan kata lain uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa jauh terjadi penyimpangan seperti data yang memiliki bentuk kurva miring di salah satu sisi yang biasa disebut skewness dan sangat tajam atau sangat tumpul pada bagian tengah kurva atau sering disebut kurtosis. Adapun nilai yang disarankan pada kemiringan kurva (skewness) adalah tidak melebihi ± 3 , dan pada ketajaman kurva (kurtosis) adalah ± 7 .

3.5. Uji Validitas

Validitas adalah suatu derajat ketetapan alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Langkah dalam menguji validitas butir pertanyaan pada kuesioner yaitu mencari r_{hitung} (angka korelasi Pearson). Koefisien masing-masing item dalam kuesioner kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Nilai toleransi signifikansi koefisien korelasi *Pearson* adalah $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Hasil uji dikatakan baik jika memiliki nilai dibawah batas toleransi, dimana suatu hal akan dinyatakan valid jika

koefisien signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2012).

3.6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban dari responden terhadap kuesioner. Uji reliabilitas adalah hasil *cronbach alpha* > 0.6 . Jika alpha yang dinilai lebih besar dari 0.6, maka item-item yang digunakan dalam kuesioner dapat disebut reliabel (Ghozali, 2012).

3.7. Analisis Korelasi

Analisis Korelasi merupakan suatu analisis untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan linier antara dua variabel. Tingkat hubungan tersebut dapat dibagi menjadi tiga kriteria, yaitu mempunyai hubungan positif, mempunyai hubungan negatif dan tidak mempunyai hubungan. Analisis korelasi digunakan untuk mengukur tinggi redahnya derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Tinggi rendahnya derajat keeratan tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasinya. Koefisien korelasi yang mendekati angka $+ 1$ berarti terjadi hubungan positif yang erat, bila mendekati angka $- 1$ berarti terjadi hubungan negatif yang erat. Sedangkan koefisien korelasi mendekati angka 0 (nol) berarti hubungan kedua variabel adalah lemah atau tidak erat. Dengan demikian nilai koefisien korelasi adalah $- 1 \leq r \leq + 1$. Untuk koefisien korelasi sama dengan $- 1$ atau $+ 1$ berarti hubungan kedua variabel adalah sangat erat atau sangat sempurna (Widardjono, 2015).

3.8. Analisis Jalur

Analisis jalur adalah metode untuk mempelajari efek langsung (*direct effect*) dan efek tidak langsung (*indirect effect*) dari variabel. Oleh karena itu, analisis jalur bukan merupakan metode untuk menentukan hubungan penyebab satu variabel terhadap variabel lain, tetapi hanya menguji hubungan teoritis antarvariabel. Selain itu, semua variabel dalam analisis jalur baik dependen maupun independen merupakan *observable variable*, yaitu variabel yang bisa diukur langsung (Widardjono, 2015). Analisis jalur (*path analysis*) ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Amos.

3.9. Uji Model Fit

Uji Model Fit dilakukan untuk mengevaluasi derajat kecocokan atau Goodness of Fit (GoF) antara data dan model. Langkah yang dilakukan sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah dengan menilai apakah data yang akan di oleh memenuhi asumsi persamaan struktur dengan melakukan penilaian overall model fit melalui berbagai kriteria penilai model fit. Model dikatakan layak jika paling tidak, salah satu metode uji kelayakan model terpenuhi, karena dalam praktiknya sangat sulit bisa memenuhi kriteria model fit. Namun jika uji kelayakan model bisa memenuhi lebih dari satu kriteria kelayakan model, model analisis jalur akan jauh lebih baik dari pada hanya satu yang terpenuhi (Widardjono, 2015).

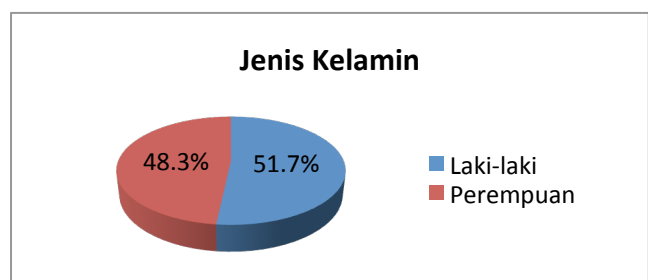
Tabel 2. Tabel Kriteria Model Fit

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi Square	$P \geq 0,05$
	Kecil
CMIN/DF	$< 3,00$
RMR	$< 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$> 0,90$
AGFI	$> 0,90$

4. Penerapan dan Pengujian

Populasi yang diambil oleh peneliti adalah masyarakat Surabaya dengan sampel pengguna layanan Go-Jek. teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive (Judgmental) Sampling*. Untuk memudahkan peneliti menghitung jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus sampel multivariat, dimana jumlah anggota sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah indikator yang digunakan pada penelitian (Sugiyono, 2014). Jumlah indikator yang digunakan adalah sebanyak 20 indikator, sehingga jumlah sampel akan digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 205 orang. Metode penyebaran kuisisioner dalam penelitian kali ini menggunakan survei *online* dan survei *offline* yang dibagikan menggunakan kertas kepada responden. Berikut karakteristik responden yang didapatkan:

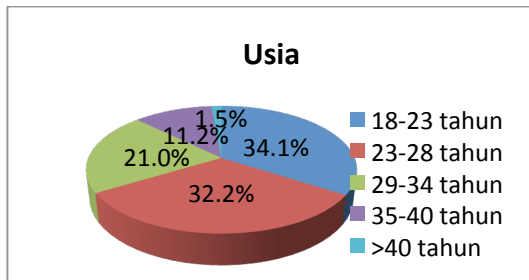
Karakteristik pertama adalah jenis kelamin.



Gambar 1. Karakteristik Jenis Kelamin

Didapatkan data bahwa dari 205 orang yang menjadi responden penelitian ini, 106 orang responden (51,7%) berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan 99 orang responden (48,3%) lainnya berjenis kelamin perempuan.

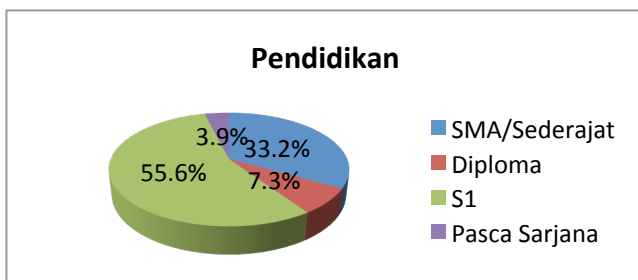
Karakteristik kedua adalah usia.



Gambar 2. Karakteristik Usia

Berdasarkan Gambar 4.2, dapat diketahui bahwa dari 205 orang yang menjadi responden penelitian ini, 70 orang responden (34,1%) berusia 18-23 tahun, 66 orang responden (32,2%) berusia 23-28 tahun, 43 orang responden (21%) berusia 29-34 tahun, 23 orang responden (11,2%) berusia 35-40 tahun, sedangkan 3 orang responden (1,5%) lainnya berusia >40 tahun.

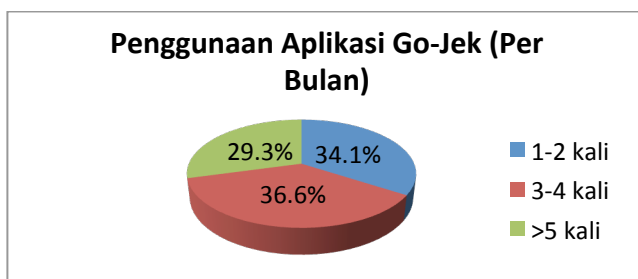
Karakteristik ketiga adalah pendidikan.



Gambar 3. Karakteristik Pendidikan

Berdasarkan Gambar 4.3, dapat diketahui bahwa dari 205 orang yang menjadi responden penelitian ini, 68 orang responden (33,2%) berpendidikan terakhir SMA/Sederajat, 15 orang responden (7,3%) berpendidikan terakhir Diploma, 114 orang responden (55,6%) berpendidikan terakhir S1, sedangkan 8 orang responden (3,9%) lainnya berpendidikan terakhir Pasca Sarjana.

Karakteristik keempat adalah penggunaan aplikasi



Gambar 4. Karakteristik Penggunaan Aplikasi

Berdasarkan Gambar 4.4, dapat diketahui bahwa dari 205 orang yang menjadi responden penelitian ini, 70 orang responden (34,1%) menggunakan aplikasi Go-Jek 1-2 kali sebulan, 75 orang responden (36,6%) menggunakan aplikasi Go-Jek 3-4 kali sebulan, sedangkan 60 orang

responden (29,3%) lainnya menggunakan aplikasi Go-Jek >5 kali sebulan.

4.1. Uji Normalitas, Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas
Berikut adalah tabel rangkuman hasil dari uji normalitas, validitas dan reliabilitas.

Tabel 3. Tabel Rangkuman Hasil Uji Normalitas, Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas.

Indikator	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis	Pearson Correlation	Cronbach Alpha
Number of Users					.779 (Diterima)
NU1	0.938	-0.297	-0.623	0.807**	
NU2	0.906	-0.305	-0.66	0.803**	
NU3	1.006	-0.468	-0.251	0.733**	
NU4	0.854	-0.541	-0.213	0.766**	
Perceived Complementary					.832 (Baik)
PC1	0.993	-0.602	0.123	0.806**	
PC2	0.927	-0.408	-0.631	0.809**	
PC3	0.99	-0.466	-0.278	0.848**	
PC4	0.843	-0.232	-0.595	0.803**	
Perceived Usefulness					.859 (Baik)
PU1	1.047	-0.358	-0.578	0.843**	
PU2	0.963	-0.282	-0.863	0.826**	
PU3	0.953	-0.447	-0.181	0.840**	
PU4	0.915	-0.162	-0.66	0.851**	
Perceived Ease Of Use					.840 (Baik)
PEU1	1.071	-0.485	-0.422	0.819**	
PEU2	0.968	-0.221	-0.771	0.861**	
PEU3	1.006	-0.468	-0.369	0.814**	
PEU4	0.942	-0.333	-0.13	0.800**	
Intention To Use					.856 (Baik)
BI1	0.855	-0.362	-0.423	0.828**	
BI2	0.975	-0.423	-0.769	0.861**	
BI3	1.047	-1.041	0.714	0.827**	
BI4	0.922	-0.187	-0.909	0.834**	

Berdasarkan tabel diatas untuk uji normalitas seluruh indikator memperoleh nilai sesuai dengan standar yang diharapkan yaitu nilai *skewness* tidak melebihi ± 3 dan nilai *kurtosis* tidak melebihi ± 7 . Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa semua data berdistribusi normal.

Untuk uji validitas, dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi pearson yang dihasilkan telah signifikan pada $\alpha < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk menyatakan variabel penelitian telah valid, karena seluruh indikator yang digunakan pada penelitian ini mampu mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Sedangkan untuk uji reliabilitas didapatkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel.

4.1.2. Uji Korelasi

Tabel berikut adalah table dari hasil Uji Pearson antar variable.

Tabel 4. Tabel Uji Pearson Antar Variabel

	Penggunaan Gojek	NU	PC	PU	PEU	BI
Penggunaan Gojek	1					
NU	0.057	1				
PC	0.077	.556**	1			
PU	0.09	.686**	.579**	1		
PEU	0.128	.768**	.487**	.685**	1	
BI	0.133	.720**	.562**	.747**	.700**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2 tailed).

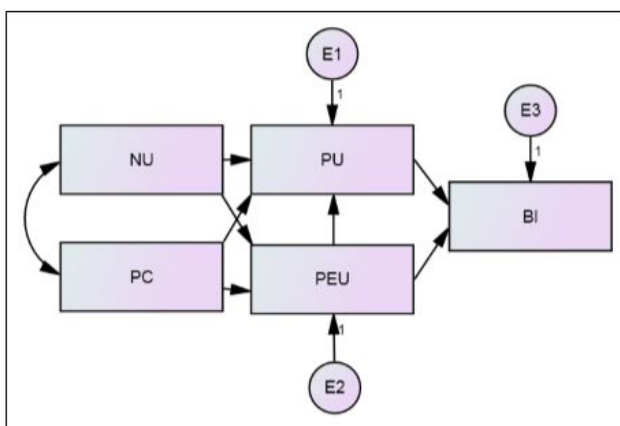
Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa semua hubungan antar variabel terdapat bintang yang berarti bahwa korelasi antar variabel positif signifikan. *Cell* yang berwarna kuning adalah hubungan antar variabel yang termasuk didalam hipotesis. Sedangkan *cell* yang berwarna biru adalah hubungan antar variabel yang tidak dihipotesiskan atau didukung sebagian.

Hasil analisis korelasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Tanda positif pada hubungan antara variabel *number of user* dan *behavioral intention to use* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *number of user* dan *behavioral intention to use*. Dengan demikian, maka semakin banyak jumlah pengguna yang telah mengadopsi aplikasi Go-Jek, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,720 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang baik antara variabel *number of user* dan *behavioral intention to use*.
2. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived complementary* dan *behavioral intention to use* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived complementary* dan *behavioral intention to use*. Dengan demikian, maka semakin lengkap petunjuk penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,562 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived complementary* dan *behavioral intention to use*.
3. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived complementary* dan *number of users* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived complementary* dan *number of use*. Dengan demikian, maka semakin lengkap petunjuk penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan semakin meningkat pula jumlah pengguna aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,556 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived complementary* dan *number of users*.
4. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*. Dengan demikian, maka semakin cepat dukungan aplikasi Go-Jek pada kinerja tranpostasi seseorang, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,747 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang baik antara variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*.
5. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived usefulness* dan *number of user* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived usefulness* dan *number of user*. Dengan demikian, maka semakin cepat dukungan aplikasi Go-Jek pada kinerja tranpostasi seseorang, maka akan semakin meningkat pula jumlah pengguna aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,686 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived usefulness* dan *number of users*.
6. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived complementary* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived complementary*. Dengan demikian, maka semakin cepat dukungan aplikasi Go-Jek pada kinerja tranpostasi seseorang, maka akan ditandai dengan semakin lengkapnya petunjuk penggunaan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,579 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived complementary*.
7. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *behavioral intention to use* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived ease of use* dan *behavioral intention to use*.

Dengan demikian, maka semakin mudah penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,700 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang baik antara variabel *perceived ease of use* dan *behavioral intention to use*.

8. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *number of user* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived ease of use* dan *number of user*. Dengan demikian, maka semakin mudah penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan semakin meningkat pula pengguna aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,768 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang baik antara variabel *perceived ease of use* dan *number of user*.
9. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived complementary* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived complementary*. Dengan demikian, maka semakin mudah penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan ditandai dengan semakin lengkapnya petunjuk penggunaan aplikasi Go-Jek. Nilai korelasi sebesar 0,487 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived complementary*.
10. Tanda positif pada hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Dengan demikian, maka semakin mudah penggunaan aplikasi Go-Jek, maka akan semakin tinggi pula persepsi seseorang bahwa aplikasi Go-Jek akan meningkatkan kinerja transportasi. Nilai korelasi sebesar 0,685 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.



Gambar 5. Model Awal yang Dibuat di AMOS.

4.2. Uji Path Diagram

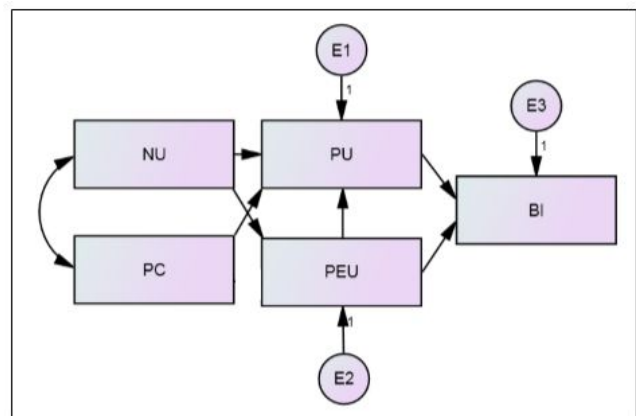
Analisis jalur (*path analysis*) adalah metode untuk

mempelajari efek langsung (*direct effect*) dan efek tidak langsung (*indirect effect*) dari variabel. Oleh karena itu, analisis jalur bukan merupakan metode untuk menentukan hubungan penyebab satu variabel terhadap variabel lain, tetapi hanya menguji hubungan teoritis antarvariabel. Selain itu, semua variabel dalam analisis jalur baik dependen maupun independen merupakan *observable variable*, yaitu variabel yang bisa diukur langsung (Widardjono, 2015).

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PEU <--- NU	.822	.061	13.431	***	
PEU <--- PC	.093	.057	1.620	.105	
PU <--- NU	.313	.085	3.672	***	
PU <--- PC	.272	.059	4.644	***	
PU <--- PEU	.345	.071	4.852	***	
BI <--- PU	.491	.057	8.549	***	
BI <--- PEU	.345	.057	6.051	***	

Gambar 6. Hasil Estimate Model Awal oleh Program AMOS

Dalam uji diagram ini terdapat satu hubungan jalur yang tidak berkorelasi signifikan yaitu variabel PC menuju variabel PEU, nilai P menunjukkan angka 0,105 yang seharusnya $P < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel $PC \rightarrow PEU$ tidak berkorelasi signifikan sehingga hubungan jalur tersebut di drop.



Gambar 7. Model Setelah Hapus Jalur

4.3. Uji Model Fit

Uji fit dilakukan untuk melihat apakah suatu model itu fit atau tidak. Ada 9 aspek syarat yang harus dipenuhi yaitu *Chi-Square* (CMIN), *Normed Chi-Square* (CMIN/DF), *RMR* (*Root Mean Square Residual*), *GFI* (*Goodness of Fit Index*), *AGFI* (*Adjusted GFI*), *NFI* (*Normed Fit Index*), *IFI* (*Incremental Fit Index*), *CFI* (*Comparative Fit Index*), dan *RMSEA* (*Root Mean Square Error of Approximation*).

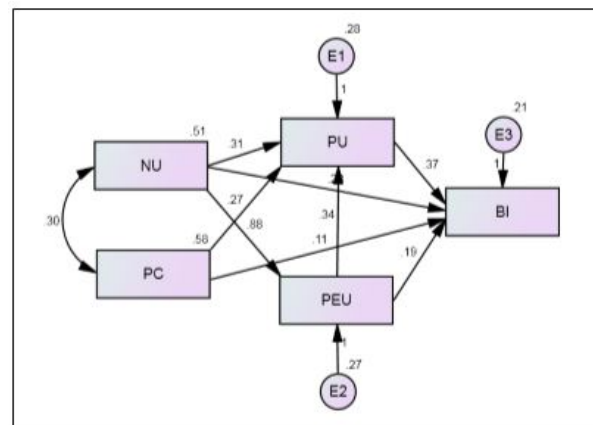
Tabel 5. Tabel Rangkuman Hasil Uji Fit Model Pertama

Model Fit	Nilai yang diharapkan	Nilai yang dicapai	Kesimpulan
Chi Square	Diharapkan angka kecil dengan $p \geq 0.05$	23.136 dan 0,00	Kurang baik
Normed Chi Square	≤ 3	7.712	Kurang baik
RMR (Root mean Square Residual)	Mendekati nol	0,028	Kurang baik
GFI (goodness of Fit index)	≥ 0.90	0.960	Baik
AGFI (adjusted GFI)	≥ 0.90	0,800	Kurang baik
NFI (Normal Fit Index)	≥ 0.90	0,965	Baik
IFI (Incremental Fit Index)	≥ 0.90	0,969	Baik
CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.90	0,969	Baik
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	≤ 0.08	0,181	Kurang Baik

Dapat dilihat bahwa masih ada beberapa nilai yang belum memenuhi syarat. Aplikasi AMOS memberikan saran untuk melakukan modifikasi model baik itu menghapus maupun menambahkan hubungan antar variabel. Penambahan yang disarankan oleh AMOS adalah:

Tabel 6. Tabel Saran Modifikasi Model oleh AMOS

Modifikasi model	Efek yang ditambahkan	Dasar modifikasi
Penambahan pengaruh langsung	NU → BI	Lin dan Lu (2011)
	PC → BI	



Gambar 8. Model Setelah Modifikasi

Tabel 7. Tabel Rangkuman Hasil Uji Fit Model Setelah Modifikasi

Model Fit	Nilai yang diharapkan	Nilai yang dicapai	Kesimpulan
Chi Square	Diharapkan angka kecil dengan $p \geq 0.05$	2.608 dan 0.106	Baik
Normed Chi Square	≤ 3	2.608	Baik
RMR (Root mean Square Residual)	Mendekati nol	0,012	Baik
GFI (goodness of Fit index)	≥ 0.90	0,995	Baik
AGFI (adjusted GFI)	≥ 0.90	0,924	Baik
NFI (Normal Fit Index)	≥ 0.90	0,996	Baik
IFI (Incremental Fit Index)	≥ 0.90	0,998	Baik
CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.90	0,998	Baik
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	≤ 0.08	0,089	Baik

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa semua aspek sudah terpenuhi sehingga model tersebut sudah fit dan boleh digunakan.

4.4. Analisa Model Akhir

Hubungan antar variabel dalam model jalur dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu efek langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*) dan efek total (*total effect*). Efek langsung antara dua variabel laten terjadi ketika terdapat anak panah satu yang menghubungkan keduanya. Besarnya efek langsung diukur dengan koefisien struktur (*structure coefficient*). Besarnya efek tidak langsung bisa dihitung dengan perkalian koefisien variabel laten yang terlibat dalam hubungan tidak langsung. Akhirnya sebuah efek langsung dan efek tidak langsung didapatkan, selanjutnya dapat dihitung efek total. Efek total dari dua variabel laten adalah jumlah baik efek langsung dan efek tidak langsung yang menghubungkan kedua variabel laten tersebut (Widardjono, 2012).

Tabel 8. Tabel Analisa Hasil Efek Antar Variabel

Variabel		Pengaruh	Endogen		
			PU	PEU	BI
Eksogen	NU	Langsung	0,278	0,768	0,250
		Tidak Langsung	0,268	0	0,359
		Total	0,546	0,768	0,609
			68	88	88
	PC	Langsung	0,258	0	0,109
		Tidak Langsung	0	0	0,097
		Total	0,258	0	0,206
			88	0	77
Interveni	PU	Langsung	0	0	0,37

ng	ng			7
	Tidak			
	Langsung	0	0	0
	Total	0	0	0,377
PEU	Langsung	0,349	0	0,199
	Tidak			
	Langsung	0	0	0,132
	Total	0,349	0	0,330

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* atau keinginan user untuk mengadopsi aplikasi Go-Jek sebagai media penyedia layanan jasa transportasi di Surabaya adalah *Number of User*, *Perceived Complementary*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*.
2. Dari 7 hipotesis hubungan yang berpengaruh signifikan adalah H1 yaitu *Number of User* terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,546, H2 yaitu *Number of User* terhadap *Perceived Ease of Use* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,768, H3 yaitu *Perceived Complementary* terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,258, H5 yaitu *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,349, H6 yaitu *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,377, dan H7 yaitu *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan nilai total pengaruh sebesar 0,330.
3. Hipotesis yang tidak berpengaruh signifikan adalah H4 yaitu *Perceived Complementary* terhadap *Perceived Ease of Use* karena setelah dianalisa hasil P yang didapat adalah 0,105 melebihi nilai standard yang dianjurkan.

4. Faktor *Number of User* atau jumlah pengguna adalah faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keinginan user untuk mengadopsi aplikasi Go-Jek sebagai media penyedia layanan jasa transportasi di Surabaya. Sehingga disarankan kepada pihak manajemen Go-Jek untuk lebih menekankan kegiatan promosinya seperti sponsorship pada event-event yang sesuai dengan target pasar Go-Jek.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya menargetkan sampel atau responden yang lebih spesifik sehingga penelitian menjadi lebih akurat.
2. Melakukan penelitian terhadap aplikasi populer yang lainnya.

Acknowledgements

Terima kasih kepada Nehemia Sugianto yang telah menjadi mentor dalam penelitian *Technology Acceptance Model* ini.

DAFTAR PUSTAKA

Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, Vol. 13 (3), 319-340.

Ghozali, I. & Fuad. (2008). *Teori dan Konsep dengan Program LISREL 8.80*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartono. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Jogiyanto, H. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Lee, J. & Suh, E. (2013). *An Empirical Study of the Factors Influencing Use Of Social Network Service*. *PACIS Journal of Science*, No. 181, 1-10.

Lin, K.Y. & Lu, H.P. (2011). *Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory*. *Computers in Human Behavior*, Vol.27 (1), 1152–1161.

Sekaran, U. & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach*. UK: John Wiley & Sons Ltd.

Smith, J. T. (2008). *Senior Citizens and E-commerce Websites: The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Web Site Usability*. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, Volume 11, 59-83.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sun, H. & Zhang, P. (2006). *Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach*. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 7 (9), 618-645.

Widardjono. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.