

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Sebelumnya

Beberapa referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat diambil dari berbagai jurnal yang membahas mengenai penggunaan metode UTAUT 2 untuk mengetahui tingkat kesiapan konsumen dalam menerima suatu teknologi, dapat dilihat dalam Tabel 2.1 yaitu :

**Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Sebelumnya**

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
1.	Comparisional Analysis Of The Tam Method And The Utaut 2 Method In Measuring The Success Of Simrs Implementati	Melakukan analisis mengenai mengukur kesuksesan penerapan sistem informasi berdasarkan keinginan	Penelitian ini membahas tentang Perbandingan hasil akhir kedua metode dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kesuksesan	Desain penelitian analisis sistem informasi rekam medis menggunakan metode TAM dan UTAUT 2. Jumlah sampel disesuaikan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesuksesan penerapan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit	Dari hasil penelitian maka metode yang lebih baik digunakan dalam kesuksesan sistem informasi manajemen rumah sakit di Rumah Sakit Wijaya Kusuma DKT Purwokerto yaitu metode UTAUT 2. pada variabel Effort Expectancy(EE) dengan angka statistik mencapai 2,109 lebih

No	Judul	Comparing	Contrasting	Criticize	Synthesize	Summarize
	on At Wijaya Kusuma Hospital DKT Purwokerto	pengguna/konsumenSIMRS pada rumah sakit wijaya kusuma dkt Purwokerto.	penerapan sistem informasi dapat dijelaskan oleh kedua metode dengan melihat perbedaan hasil analisis yang dihasilkan.	dengan kondisi terdapat total 14 koresponden.	(SIMRS) khususnya sistem informasi rekam medis yang diterapkan di Rumah Sakit Wijaya Kusuma DKT Purwokerto.	baik dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain.
2.	Application Of The Utaut2 Model To Explain Behavioral	Melakukan analisis mengenai penerimaan dan	Pada penelitian ini membahas tentang menilai kemungkinan keberhasilan dari	Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 responden	Penelitian ini bertujuan untuk Model dapat memberikan	Hasil pengujian terhadap kedelapan hipotesis dapat disimpulkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, social

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
	Intention And Use Behavior Using Mobile Banking In Malang City	penggunaan mobile banking di Kota Malang dengan menggunakan model UTAUT2.	segi teknologi dan konsumen pada aplikasi mobile banking yang Naufal Alman Shafly, Universitas Brawijaya, naufalalman49@gmail.com membantu untuk memahami penerimaan dengan tujuan untuk mendesain intervensi yang ditargetkan pada	dengan penyebaran kuesioner online. Sampel terdiri dari responden yang menggunakan mobile banking. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan menggunakan program	kontribusi untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap penerimaan dan penggunaan mobile banking di Kota Malang.	influence, hedonic motivation, dan price value memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Facilitating condition, habit dan behavioral intention memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
			pengguna yang mungkin cenderung kurang dalam menerima dan menggunakan aplikasi mobile banking.	SmartPLS 3.0.		
3.	Application Of The Utaut 2 Model To Understand Oasis Using Behavior In High School Bandung Technology	Pada awal penerapan OASIS (Online Academics Information System), ditemukan beberapa	Diharapkan model UTAUT 2 dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna OASIS (Online	Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa. Data diolah dan dianalisis dengan teknik	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel performance expectancy, effort expectancy berpengaruh signifikan sedangkan variabel social influence dan facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit tidak berpengaruh signifikan.

No	Judul	Comparing	Contrasting	Criticize	Synthesize	Summarize
		perbedaan kebiasaan dalam pemanfaatan teknologi informasi.	Academics Information System) di STTB.	regresi linier berganda menggunakan SPSS 25.	OASIS dengan penerapan model UTAUT 2 di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung.	Tingkat hubungan semua variabel dengan perilaku pengguna memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai f hitung 11,840 nilai sig 0,000 dan nilai R Square 0,474 atau 47,4%.
4.	Factor Analysis Of Gopay, Ovo, And Fund E-Wallet Adoption With Utaut2 Model	Melakukan analisis mengenai fintech menawarkan banyak manfaat dan mampu	Membahas tentang memverifikasi model UTAUT2 dan menguji pengaruh faktor-faktor adopsi e-wallet di Jawa	Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data berupa survei dengan menyebarkan kuesioner secara	Penelitian ini bertujuan yaitu untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga hipotesis yang diterima. Hanya variabel Kebiasaan (H7a) yang berpengaruh signifikan positif dengan niat menggunakan, sedangkan variabel lainnya tidak

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
	In West Java Community	menjangkau wilayah yang lebih luas dibandingkan penyedia jasa keuangan lainnya. Namun, adopsi fintech masih terhambat oleh beberapa faktor.	Barat.	online dan manual. Responden penelitian ini merupakan 400 pengguna dari Gopay, OVO, atau DANA, berdomisili di Jawa Barat, dan berusia 18-40 tahun. Penelitian ini akan menggunakan model PLS-SEM.	i adopsi e-wallet yang merupakan produk dari fintech pada masyarakat Jawa Barat menggunakan model UTAUT 2.	berpengaruh signifikan. Kemudian ditemukan bahwa variabel Kondisi Pendukung (H4b) dan Niat Menggunakan (H8) berpengaruh signifikan positif dengan perilaku menggunakan. Kemudian, hanya variabel jenis kelamin yang memoderasi variabel independentt dengan variabel dependent.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		Penelitian ini akan mengkaji adopsi produk fintech yaitu e-wallet Gopay, OVO, dan DANA di Jawa Barat yang merupakan domisili Peneliti.				
<b>5.</b>	Implementati	Penelitian	Membahas	Pengambilan	Tujuan dari	Hasil dari penelitian ini yaitu

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
	on of the UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Model to Analyze the Factors Affecting the Use of the Brimo Application	ini dimaksudkan untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan suatu teknologi, sehingga pada penelitian ini UTAUT diharapkan dapat mengungkap	tentang mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo. Diharapkan dengan diketahuinya faktor - faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo	sampel pada penelitian ini menggunakan metode accidental sampling. Dan pengambilan data menggunakan metode tryoutterpakai (uji coba terpakai). Pada penelitian ini, terdapat 170 sampel, sampel karyawan BRI an	penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo menggunakan variabel-variabel utama dalam model UTAUT (Unified Theory of	Behavioral Intention pengguna aplikasi BRImo secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence. Sedangkan Use Behavior pengguna aplikasi BRImo secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh Facilitating Condition dan Behavioral Intention. Faktor-faktor tersebut berhasil menjelaskan sebesar 78% dari model penelitian tentang penggunaan aplikasi BRImo menggunakan UTAUT dan 22% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel selain variabel pada



No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi BRIImo yang baru dua tahun diluncurkan.	bisa menjadi area pengembangan atau improvement bagi perusahaan untuk menjadikan BRIImo menjadi lebih baik dan menjadi aplikasi yang bisa diterima oleh nasabah Bank BRI.	masih menggunakan layanan BRIImo. Pengujian SEM terdiri dari dua(2) bagian yaitu ujipengukuran atau outer model, dan uji model struktural atau inner model. Model diuji dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS (v.	Acceptance and Use of Technology) yaitu Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Facilitating Conditions.	penelitian ini.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
				3.3.3).		
6.	User Acceptance Measurement On Halodoc Health App Using Unified Theory Of Acceptance And Use Of Model Technology 2	Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa baik dan dapat diterimanya aplikasi tersebut bagi pengguna mereka. Menyajikan pengujian metode	mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna aplikasi kesehatan mobile dengan meninjau penelitian-penelitian sebelumnya.	Metode kuantitatif dengan pendekatan teknik analisis PLS-SEM digunakan ditambah dengan survei melalui kuesioner terhadap 304 pengguna aplikasi Halodoc yang berada di wilayah Jakarta.	Hasil penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi penyedia layanan kesehatan mobile untuk meningkatkan penerimaan pelanggan terhadap aplikasi sehingga	Hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa dari 11 hipotesis yang diuji,terdapat 6 hipotesis yang diterima dan 5 hipotesis ditolak.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) yang terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi kesehatan mobile Halodoc			mereka dapat bersaing dengan pengusaha lain.	

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		dengan menambah variabel Trust.				
7.	How is the community's response to electricity super apps? a model new super apps acceptance	Penelitian ini mengkaji peran model UTAUT dalam adopsi sistem baru PLN mobile dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tinggi	mengatasi beberapa keterbatasan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel moderasi (usia dan jenis kelamin) sehingga penelitian ini dapat	Target populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh masyarakat berdomisili di Denpasar yang sudah menggunakan aplikasi. Melalui purposive sampling,	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran model UTAUT dalam adopsi sistem baru PLN mobile dengan tujuan untuk mengetahui seberapa	bahwa keempat faktor terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen terkait dengan aplikasi PLN Mobile. Selain itu, studi ini membuktikan bahwa gender dan experience tidak menunjukkan peran moderasi yang signifikan terhadap kepuasan. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi literatur terkait perilaku masyarakat terhadap perkembangan

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		kepuasan individu dalam menggunakan aplikasi.	memberikan pemahaman tentang berbagai skenario dan latar belakang dalam adopsi PLN mobile. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan aplikasi Super Appss PLN di	diperoleh sebanyak 294 responden. Data empiris dikumpulkan secara online melalui platform Google form, dan kemudian dianalisis melalui pendekatan SEM dengan SmartPLS 3.2.9.	tinggi kepuasan individu dalam menggunakan aplikasi.	teknologi, serta secara praktis bagi PT. PLN untuk menghadirkan solusi bagi permasalahan di masyarakat.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
			Indonesia			
8.	Application Of The Utaut2 Model To Explain Interest And Behavior Of Using Mobile Banking In The City Of Denpasar	Penelitian ini menganalisis tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penggunaan layanan mobile banking.	Membahas tentang sebagai salah satu hasil studi empiris untuk memberikan pemahaman, gambaran dan wawasan untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di Kota Denpasar dengan	Data penelitian diperoleh melalui metode survei dengan teknik kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan regresi linear berganda.	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking melalui penerapan model Unified Theory of Acceptance and Use of	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan mobile banking, kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan mobile banking.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
			menerapkan model UTAUT2.		Technology 2 (UTAUT2).	
9.	Interest Analysis of Tiket.com OTA Users in Indonesia Using Model Near Modification UTAUT 2	Mengukur serta mengetahui faktor mana saja yang bisa mempengaruhi pengguna dalam menerima dan menggunakan layanan teknologi.	Penelitian ini dilakukan untuk analisis memodifikasi konstruk variabel sesuai kebutuhan agar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan ini dengan menambahkan variabel Website Quality seperti dalam jurnal	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung website Tiket.com dimana pada data terakhir di bulan Juli sampai Desember 2020 terdapat 18,7 juta pengunjung (similarweb Tiket.com	Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap penggunaan layanan website	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada enam faktor dalam model Modifikasi UTAUT 2 yang mempengaruhi minat perilaku (Behavioral Intention) dalam penggunaan layanan website Tiket.com. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan Tiket.com dapat terus mempertahankan minat pengguna dalam menggunakan layanan khususnya website dengan mempertimbangkan

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
			(Mahfuz et al., 2016) dikarenakan dalam penelitian ini sedang meneliti dari sisi website Tiket.com sehingga konstruk Website Quality sangat cocok untuk penelitian ini, serta menghapus variabel moderator experience dalam	Desember 2020 Overview, 2020).data primer melalui Adhi Prasetyo dan Wita Nursandi: Analisis Minat Pengguna OTA Tiket.Com di Indonesia Menggunakan Model Pendekatan Modifikasi UTAUT 2 40 Google Form untuk disebar	Tiket.com dengan menggunakan model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi. Faktor ini terdiri dari Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition,	faktor-faktor yang ada dalam UTAUT 2 agar dapat memberikan pelayanan serta produk yang berkualitas tinggi



No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
			jurnal acuan(Venkatesh et al., 2012).	kepada responden penelitian. Pengujian data dilakukan setelah data terkumpul menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9	Hedonic Motivation, Price Value, Habit dan Website Quality.	
<b>10.</b>	Analysis of Academic Information System Acceptance Using UTAUT 2 (Case Study: Palembang	menganalisis penerimaan sistem informasi akademik di Akademi Keperawatan Pembina	Pada penelitian ini membahas tentang adanya penambahan model di UTAUT 2 dapat mengukur penerimaan sistem informasi	Data penelitian ini menggunakan 135 responden yaitu 113 sampel mahasiswa dan 22 sampel dosen melalui penyebaran	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel model	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel espektasi kinerja berpengaruh sebesar (16.46), espektasi usaha berpengaruh sebesar (16.54), pengaruh sosial berpengaruh sebesar (14.85), motivasi hedonis berpengaruh sebesar (6.18),

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
	Nursing Academy)	Palembang karena belum pernah melakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana penerimaan sistem informasi Akademik Keperawatan Pembinaan Palembang. Serta	akademik.	kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan tool Lisrel versi 8.70.	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 terhadap penerimaan sistem informasi akademik dan seberapa besar tingkat penerimaan sistem informasi akademik	nilai harga berpengaruh sebesar (16.59), kebiasaan berpengaruh sebesar (15.94) terhadap niat perilaku. Variabel kondisi fasilitas berpengaruh sebesar (2.22) terhadap perilaku menggunakan. Variabel UTAUT 2 mampu mempengaruhi penerimaan sistem sebesar 9,4%.

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		mengevaluasi sistem informasi akademik ini sangat perlu dilakukan untuk mengetahui apakah sistem informasi yang diterapkan sudah sesuai dengan yang diharapkan			menggunakan model UTAUT 2. Untuk mengetahui penerimaan sistem informasi peneliti menggunakan semua variabel utama dan variabel moderasi umur, jenis kelamin,	

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		oleh user dan apakah informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akademik sudah sesuai dengan yang dibutuhkan user serta Akademi Keperawatan Pembina Palembang mengetahui			pengalaman.	

No	Judul	Comparing	<i>Contrasting</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
		apakah tujuan dari digunakannya sistem informasi akademik sudah tercapai atau belum.				

Tabel 2.1 merupakan kumpulan jurnal yang telah dicari dari penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian aplikasi *dating* Tinder dengan menggunakan metode UTAUT 2 belum ada yang meneliti, pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Interest Analysis of Tiket.com OTA Users in Indonesia Using” tidak menggunakan salah satu konstruk dari UTAUT 2 yaitu Web Quality pada penelitian ini. Persamaan dengan peneliti sebelumnya sama-sama menggunakan metode UTAUT 2. Pada peneliti sebelumnya yang berjudul “Factor Analysis Of Gopay, Ovo, And Fund E-Wallet Adoption With Utaut2 Model In West Java Community” dalam menganalisis data menggunakan SEM –PLS. Pada judul “Interest Analysis of Tiket.com OTA Users in Indonesia Using Model Near Modification UTAUT 2” sama-sam

menggunakan software SmartPLS. Dari berbagai model mengenai penerimaan user terhadap teknologi yang ada, model *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang paling sering digunakan. Meskipun sudah dilakukan penelitian untuk validasi terhadap kemampuannya memperkirakan penggunaan sistem informasi TAM memiliki keterbatasan seperti yang dirangkum oleh Lee dkk. Menurut Malhotra dan Galletta TAM kurang lengkap karena tidak mempertimbangkan satu faktor penting, yaitu pengaruh sosial dalam pemakaian dan pemanfaatan teknologi baru. TAM juga tidak mempertimbangkan adanya halangan yang mencegah individu untuk menggunakan sistem tertentu yang sebenarnya ingin dipakainya [10].

## **2.2 Dasar Teori**

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

### **2.2.1 Aplikasi *Dating* (Tinder)**

Pada dunia digital, terdapat media baru yang semakin banyak bermunculan. Aplikasi adalah perangkat lunak yang digunakan untuk tujuan tertentu, seperti mengolah dokumen, mengatur Windows &, permainan (*game*), dan sebagainya. Beberapa aplikasi yang digabung bersama menjadi suatu paket kadang disebut sebagai suatu paket atau suite aplikasi (*application suite*). Contohnya adalah Microsoft Office dan OpenOffice.org, Bahasa Pemrograman yang menggabungkan suatu aplikasi pengolah kata, lembar kerja, serta beberapa aplikasi lainnya[11]. Aplikasi atau bisa disebut juga dengan perangkat lunak aplikasi merupakan *software* jadi yang siap untuk digunakan[12]. Aplikasi merupakan program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menjalankan pekerjaan tertentu[12]. Jadi aplikasi adalah adanya penambahan model di UTAUT 2 dapat mengukur penerimaan sistem informasi akademik. alah itu program yang tersedia di dalam *smartphone* untuk memudahkan pekerjaan dan tugas-tugas manusia seperti penggunaan, penambahan data, pemrograman.

Tinder adalah aplikasi layanan pencarian sosial berbasis lokasi menggunakan profil dari Facebook dan layanan fitur GPS di ponsel yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang saling tertarik, yang memungkinkan kecocokkan (*match*) pengguna untuk mengobrol. Aplikasi ini biasanya digunakan sebagai layanan kencan, dan telah bercabang untuk memberikan layanan yang lebih, sehingga lebih umum dikategorikan sebagai aplikasi media sosial[5].

Tinder merupakan aplikasi pertama yang "menggesekkan aplikasi", di mana pengguna menggunakan gesekkan gerakan untuk memilih antara foto-foto dari pengguna lain: menggesekkan kanan bagi yang berpotensi kecocokkan yang baik dan menggesekkan kiri pada foto untuk pindah ke yang berikutnya[5].

Tinder dirilis pada tahun 2012 oleh Sean Rad, Jonathan Badden, dan Justin Mateen[13]. Rad dan Mateen telah mengenal satu sama lain sejak mereka masih empat belas tahun. Mereka kemudian menghadiri USC bersama-sama dan masuk pada internet bidang kewirausahaan. Rad telah menyatakan bahwa dorongan untuk aplikasi adalah pengamatan bahwa "tidak peduli siapa anda, anda merasa lebih nyaman mendekati seseorang jika anda tahu mereka ingin anda untuk mendekati mereka." Ia percaya bahwa "di operasi ganda" sistem bisa dibuat untuk berpotensi mengurangi stres. Rad juga telah menyatakan bahwa Tinder mengisi kesenjangan sosial situs untuk bertemu dengan orang asing, bukan menghubungkan dengan orang-orang pengguna yang sudah tahu. Tinder kemudian unggul di berbagai kampus-kampus, dan diperluas ke kampus-kampus lain. Aplikasi memenangkan Penghargaan TechCrunch's untuk "Teknologi baru terbaik tahun 2013" [13].

Pada Mei 2013, Tinder adalah salah satu dari top 25 aplikasi jejaring sosial yang tersedia di web didasarkan pada frekuensi penggunaan dan jumlah pengguna[13].

Per oktober 2014, aplikasi ini memproses lebih dari satu miliar gesekan per hari, yang memproduksi sekitar dua belas juta kecocokkan per hari. Setelah transisi dari mengklik fungsi Tinder awal yang digunakan, Tinder

menjadi yang pertama "aplikasi menggesek", sekarang istilah untuk menggambarkan berbagai aplikasi yang menggunakan menggesekkan kiri atau kanan untuk mengontrol konten apa yang dilihat pengguna dalam mode pencarian. Fungsi gesek ini sekarang di gunakan oleh beberapa perusahaan lain dan perangkat lunak.

Pada tahun 2015, Tinder memperkenalkan kemampuan untuk kembali ke profil yang ditolak, "memutar" jika pengguna merasa mereka membuat kesalahan sesuatu yang sebelumnya tidak mungkin terjadi pada aplikasi[13]. Untuk menghubungkan pengguna dengan Tinder ialah Facebook, pengguna Tinder menghubungkan profil Facebook untuk memverifikasi akun Tinder mereka dan rincian profil. Mengobrol di Tinder ini hanya tersedia antara dua pengguna yang telah digesek kanan pada salah satu foto. Namun, setelah anda memiliki kecocokkan pada aplikasi, anda dapat mengirim "Momen Tinder" untuk masing-masing pengguna yang cocok sekaligus, yang memungkinkan setiap kecocokkan untuk suka atau tidak suka pada foto. Situs ini juga memiliki profil terverifikasi untuk tokoh masyarakat, sehingga selebriti dan tokoh publik lainnya dapat memverifikasi bahwa mereka adalah pengguna aplikasi.

Pada 1 oktober 2015, Tinder merilis sebuah fitur baru yang disebut *Super Like* secara global[13]. Bukannya menunjukkan anonim anda tertarik pada seseorang dengan menggesekkan kanan, anda sekarang dapat menggunakan *Super Like*, mereka yang memberitahu bahwa anda tertarik pada mereka. Tinder mengatakan bahwa dengan menggunakan *Super Like*, pengguna tiga kali lebih mungkin untuk menemukan sebuah kecocokkan.

Kemudian pada bulan September 2016, Tinder mengumumkan tambahan – fitur premium yang artifisial mempromosikan pengguna lain di dekat profil[13].

Tahun 2017 Tinder semakin memanjakan pelanggan layanan premium, sebab pada tahun ini Tinder meluncurkan layanan Tinder *Gold*[13]. Pada paket Tinder *Gold* yang ditawarkan, pengguna dapat melihat siapa saja lawan jenis yang menyukai profilnya, dapat menyukai profil lawan jenis tanpa batas,



mendapatkan profil-profil unggulan dari Tinder, menghilangkan iklan dapat mengembalikan (*rewind*) profil yang sudah terlewat, dan dapat merubah lokasi sesuai keinginannya.

Rabu 13 April 2022 Tinder kemudian memecahkan rekor dengan melakukan match pada tahun 2019[11]. Saat awal mula pandemi Covid-19 pada 2020 lalu, Tinder justru mendulang popularitas yang lebih besar. Kebijakan *Work From Home* (WFH) disetiap negara menghambat terjadinya interaksi sosial secara langsung. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat beralih menggunakan aplikasi dating Tinder untuk mencari teman baru.

Pada tahun 2021, banyak diantaranya berlangganan fitur-fitur premium[13]. Proses penggunaan aplikasi dating Tinder dilengkapi dengan fitur-fitur seperti gambar 2.1 :

Fitur	tinder	tinder+	tinder gold	tinder platinum
Match, Ngobrol, bertemu	☆	☆	★	★
Suka Tanpa Batas		☆	★	★
Ulangi Tanpa Batas		☆	★	★
Paspor ke Lokasi Mana pun		☆	★	★
Sembunyikan Iklan		☆	★	★
*5 super suka setiap minggu		☆	★	★
*1 Boost Gratis setiap bulan	☆		★	★
Lihat Siapa Yang Menyukai	☆		★	★
Pilihan Teratas Terbaru setiap hari			★	★
Kirim Pesan sebelum Cocok				★
Suka Prioritas				★
Lihat profil yang disukai dalam 7 hari terakhir				★

**Gambar 2. 1** Fitur-Fitur Tinder [13]

### 2.2.2 *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2)*

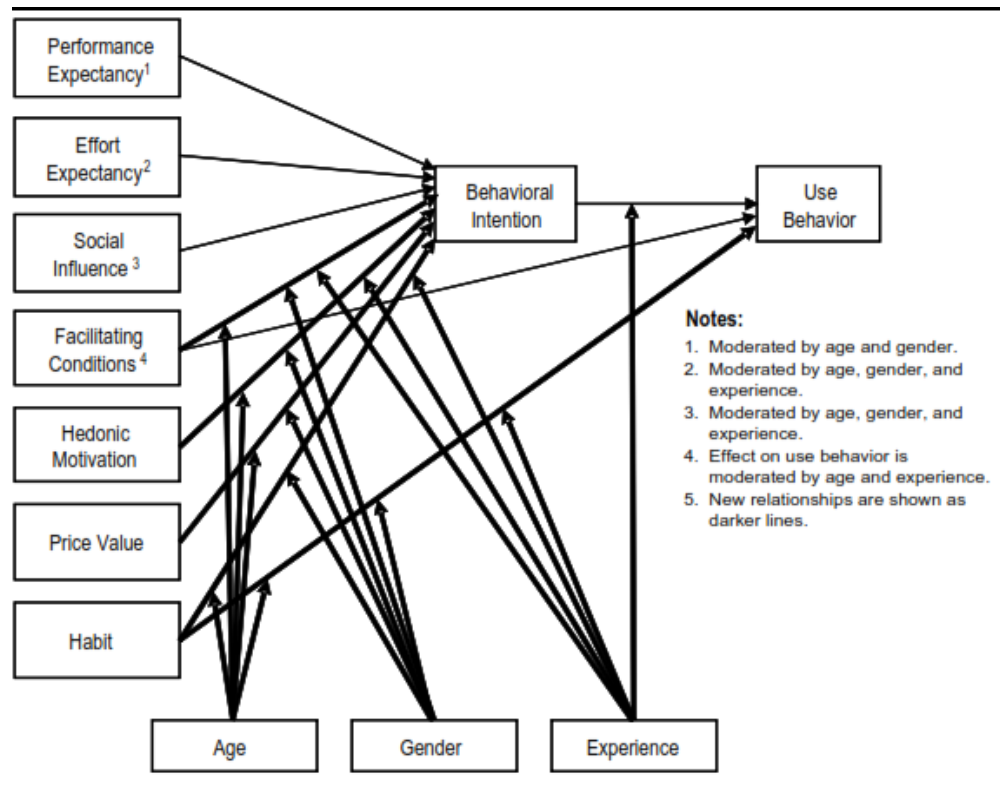
Model pemanfaatan dan penggunaan teknologi informasi telah banyak dikembangkan oleh para peneliti. Venkatesh, et al. (2003) melakukan penelitian mengenai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian dilakukan untuk mereview dan menggabungkan beberapa model penerimaan teknologi informasi dan menghipotesiskan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial mempunyai pengaruh terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi sedangkan minat

pemanfaatan teknologi informasi dan kondisi yang memfasilitasi pemakai berpengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi [14].

Model ini merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang berhasil dalam mengintegrasikan delapan teori adopsi teknologi. Model UTAUT dibentuk dari empat konstruk utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *social influence*. Berdasarkan Venkatesh et al (2003), *performance expectancy* adalah tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu individu untuk memperoleh manfaat kinerja di tempat kerja [14].

UTAUT adalah model penerimaan teknologi yang dikembangkan dengan melakukan berbagai tahapan untuk melacak pengalaman individu dengan teknologi baru [15]. UTAUT menempatkan niat perilaku (*behavioral intention*) dan penerimaan teknologi sebagai variabel dependent sedangkan empat variabel utama dalam UTAUT adalah espektasi kinerja (*performance expectancy*), espektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi fasilitas (*facilitating condition*) sebagai variabel independent.

Banyaknya penelitian yang menerapkan model ini menimbulkan tuntutan adanya perluasan terhadap model tersebut[15]. Penambahan konstruk baru juga diperlukan untuk menyesuaikan konteks penelitian tertentu. Sehingga dilakukan perluasan dari model UTAUT. Sehingga dilakukan perluasan dari model UTAUT. UTAUT 2 dikembangkan untuk memberikan kerangka model yang lebih spesifik untuk melengkapi konstruksi model sebelumnya, yaitu model UTAUT. Model UTAUT 2 ini merupakan teori tentang penerimaan dan penggunaan teknologi yang berfokus pada konsumen, sedangkan model UTAUT terkait dengan penggunaan teknologi dalam konteks organisasi. Pada tahun 2012 mengemukakan pengembangan UTAUT menjadi UTAUT 2 dengan menambahkan tiga variabel utama yaitu motivasi hedonis (*motivation hedonic*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*)[16]. Gambar 2.2 menunjukkan kerangka pemikiran yang diusulkan dalam penelitian ini.



**Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian [16]**

Model UTAUT memiliki 4 konstruk utama adalah Espektasi kinerja (*Performance Expectancy*), Espektasi usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh sosial (*Social Influence*) dan Kondisi fasilitas (*Facilitating Condition*)[15].

**Tabel 2. 2 Definisi Konstruk UTAUT[9]**

No.	Konstruk	Definisi
1.	<i>Performance Expectancy</i>	Sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu seseorang untuk mencapai keuntungan dalam penggunaan sistem informasi.
2.	<i>Effort Expectancy</i>	Tingkat kemudahan mengenai penggunaan sistem informasi.

3.	<i>Social Influence</i>	Sejauh mana konsumen meyakinkan bahwa menggunakan teknologi tertentu ( keluarga atau teman).
4.	<i>Facilitating Condition</i>	Mengacu pada persepsi konsumen terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu kebiasaan.

Dalam UTAUT 2 menambah 3 konstruk utama adalah Motivasi hedonic (*Hedonic Motivation*), Nilai harga (*Price Value*), dan Kebiasaan (*Habit*)[15].

**Tabel 2. 3 Definisi Konstruk UTAUT 2[9]**

No.	Konstruk	Definisi
1.	<i>Hedonic Motivation</i>	Kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, dan memberikan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi.
2.	<i>Price Value</i>	Konsumen harus menanggung biaya mengenai pembelian perangkat atau layanan. Pengaturan Penggunaan teknologi bagi konsumen, menanggung biaya monoter dari penggunaan, sedangkan karyawan ditanggung oleh organisasi. Price value dinilai

No.	Konstruk	Definisi
		positif apabila manfaat menggunakan teknologi lebih besar daripada biaya moneter dan Price value memberikan dampak positif pada niat menggunakan teknologi (Behavioral Intention)
3.	<i>Habit</i>	Diartikan dalam dua konteks yaitu dipandang sebagai perilaku sebelumnya dan diukur sejauh mana seseorang percaya bahwa perilaku itu otomatis.

### 2.2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat dan fasilitas yang dipakai peneliti dalam proses pengumpulan data untuk memudahkan pekerjaan dan hasilnya menjadi lebih baik, cermat, lengkap serta konsisten sehingga penelitian yang dilakukan lebih mudah diolah[17]. Menurut peneliti yang lainnya Instrumen penelitian merupakan Alat-alat yang digunakan untuk mendapatkan atau mengumpulkan data, cara yang dilakukan bisa dengan memakai kuesioner, formulir observasi hingga formulir yang berkaitan dengan pencatatan data. Penelitian ini menuntut data yang valid, sehingga data yang diperoleh tidak boleh sembarangan dan bisa di pertanggung jawabkan[17].

Konstruk/variabel diambil dari UTAUT 2. Semua konstruk dioperasionalkan melalui skala Likert 5 poin dari 1 sampai 5 (sangat tidak setuju untuk 1 sampai tidak sangat setuju untuk 5). Item pengukuran yang digunakan untuk menilai variabel model :

**Tabel 2. 4 Tabel Pernyataan[18]**

Variabel	Indikator Variabel	Item Pernyataan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	Menggunakan Tinder akan berguna bagi saya
	PE2	Menggunakan Tinder akan meningkatkan peluang saya untuk mencapai hal-hal yang penting
	PE3	Menggunakan Tinder akan membantu saya mencapai tujuan untuk mendapat teman baru lebih cepat secara virtual Menggunakan Tinder akan meningkatkan
	PE4	kualitas hidup saya dalam hal mencari teman baru
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	EE1	Akan mudah bagi saya mempelajari cara menggunakan Tinder
	EE2	Bagi saya, cara menggunakan Tinder akan jelas dan dapat dipahami
	EE3	Akan mudah bagi saya untuk menggunakan Tinder
	EE4	Akan mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan Tinder

Variabel	Indikator Variabel	Item Pernyataan
<i>Social Influence (SI)</i>	SI1	Orang-orang yang penting bagi saya akan berpikir bahwa saya harus menggunakan Tinder
	SI2	Orang-orang yang mempengaruhi saya akan berpikir bahwa saya harus menggunakan Tinder
	SI3	Orang-orang yang pendapatnya saya hormati ingin saya menggunakan Tinder
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	FC1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan (yaitu waktu, smartphone, laptop) untuk menggunakan Tinder
	FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Tinder
	FC3	Tinder akan kompatibel dengan aktivitas lain yang mungkin saya lakukan
	FC4	Saya akan mendapatkan bantuan dari Tinder jika mengalami masalah
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	HM1	Menggunakan Tinder akan menyenangkan
	HM2	Menggunakan Tinder akan merasa nyaman
	HM3	Menggunakan Tinder akan menghibur
<i>Price Value (PV)*</i>	PV1	Tinder plus cukup murah
	PV2	Tinder plus mahal
	PV3	Tinder plus sangat mahal
	PV4	Tinder gold cukup murah
	PV5	Tinder gold mahal
	PV6	Tinder gold sangat mahal
	PV7	Tinder platinum cukup murah
	PV8	Tinder platinum mahal

Variabel	Indikator Variabel	Item Pernyataan
	PV9	Tinder platinum sangat mahal
	PV10	Dengan mengeluarkan uang untuk menjadi member Tinder plus memiliki kualitas yang baik
	PV11	Dengan mengeluarkan uang untuk menjadi member Tinder gold memiliki kualitas yang baik
	PV12	Dengan mengeluarkan uang untuk menjadi member Tinder platinum memiliki kualitas
	PV13	yang baik
	PV14	Dengan menjadi member Tinder plus menawarkan fitur-fitur yang baik
	PV15	Dengan menjadi member Tinder gold menawarkan fitur-fitur yang baik Dengan menjadi member Tinder platinum menawarkan fitur-fitur yang baik
<i>Habit (H)</i>	HB1	Saya terbiasa menggunakan Tinder
	HB2	Saya kecanduan menggunakan Tinder
	HB3	Saya pikir saya harus menggunakan Tinder secara terus menerus
	HB4	Menggunakan Tinder adalah hal yang wajar bagi saya
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	BI1	Saya berencana untuk menggunakan Tinder untuk mencari teman baru di masa yang akan datang
	BI2	Saya akan selalu menggunakan Tinder untuk



Variabel	Indikator Variabel	Item Pernyataan
		mencari teman baru
<i>Use Behavior (UB)</i>	UB1	Saya sering mencari teman baru menggunakan Tinder
	UB2	Saya selalu mencari informasi jenis member menggunakan Tinder
<i>Age</i>	A1	17-27 tahun
	A2	28-39 tahun
	A3	49-59 tahun
	A4	>60
<i>Gender</i>	G1	Laki-laki
	G2	Perempuan
<i>Experience</i>	E1	< 4 bulan
	E2	1-6 bulan
	E3	1 tahun
	E4	>1 tahun

\* : indikator *Price Value* diisi sesuai dengan jenis member responden

#### 2.2.4 Stratified Random Sampling

Metode *stratified random sampling* merupakan proses pengambilan sampel melalui proses pembagian populasi kedalam strata[19]. Elemen populasi dibagi menjadi beberapa tingkatan (stratifikasi) berdasar karakter. Dalam *Stratified Random Sampling* populasi dikelompokkan pada kriteria-kriteria tertentu dengan tujuan pengambilan sampel akan merata pada seluruh kriteria dan sampel mewakili karakter seluruh elemen populasi yang heterogen[19].



**Gambar 2. 3 Populasi Pengguna Member Tinder [19]**

Dari keseluruhan metode pengambilan sampel, pada umumnya prosedur yang digunakan dalam survei adalah pengambilan sampel berstrata. Dalam pengambilan sampel berstrata, populasi dari  $N$  unit dibagi menjadi  $k$  bagian populasi yang disebut strata, bagian populasi ke- $i$  mempunyai  $N_i$  unit dimana  $i=1, 2 \dots, k$ . Bagian-bagian populasi tersebut tidak boleh saling tumpang tindih sehingga masing-masing populasi terpisah[19].

#### 2.2.4.1 Kelebihan dan Kelemahan Stratified Random Sampling

##### 1. Kelebihan

- a. Stratifikasi dengan karakteristik alami membantu memperbaiki desain sampel. Sebagai contoh, di area dan daerah survei terdapat banyak perbedaan tipe permasalahan pengambilan sampel di daerah daratan, padang pasir, dan pegunungan yang mempunyai perbedaan jarak tempuh sehingga hal ini akan menjadi lebih mudah jika tiap – tiap area dipisahkan dalam suatu strata.
- b. Stratifikasi memberikan keputusan yang tepat dalam memperkirakan karakteristik suatu populasi.

##### 2. Kekurangannya

- a. Biaya operasional dapat membengkak apabila pembentukan strata bukan mengikuti wilayah geografis melainkan mengikuti sifat atau karakter lain. Misalkan tingkatan atau strata yang kita bentuk berdasarkan tingkatan pendidikan, meskipun dianggap sebagai homogen dalam setiap strata namun populasi bisa tersebar di seluruh wilayah atau area yang menjadi batas populasi katakanlah tersebar di dalam kota.
- b. Harus dibuat kerangka sample terpisah dan berbeda untuk tiap kelompok, sehingga dibutuhkan daftar populasi setiap strata.

## 2.2.5 Populasi dan *Sample*

### 2.2.5.1 Populasi

Populasi yang digunakan adalah pengguna yang menggunakan aplikasi *dating* Tinder yaitu member tidak membayar (*standar*) dan member yang membayar (*premium*) plus, gold dan platinum. Jumlah populasi diambil berdasarkan info.populix.co tahun 2022 didapatkan 35,29% dari 3000 responden yang masih menjadi pengguna aktif hingga saat ini. Jadi populasi nya 1059 [20].

### 2.2.5.2 *Sample*

Peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat signivikan 5%. Dari total populasi 1059 maka didapatkan jumlah sampel minimal 290 *sample*, dimana setiap sampel berasal dari kelompok jenis keanggotan yang berada di aplikasi *dating* Tinder. Berikut perhitungan menggunakan rumus Slovin[21].

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (2.1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = *margin of error/error tolerance* (batas toleransi kesalahan)

### 2.2.6 Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modelling*)

Merupakan generasi kedua teknik analisis *multivariate* yang akan digunakan untuk menguji hubungan antar variabel untuk menggambarkan menyeluruh mengenai keseluruhan model. Komponen-komponen Model SEM variabel laten dengan menggunakan variabel manifest yang dapat diukur menggunakan analisis multivariat secara langsung, model struktural, model pengukuran[21].

#### 2.2.6.1 Variabel Penelitian SEM

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel Laten (*Latent Variable*)

Variabel Laten yaitu konsep abstrak psikologi seperti sikap, intelegence. Variabel laten ini merupakan variabel kunci dalam SEM yang menjadi perhatian[22]. Perilaku variabel laten dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui pengaruhnya terhadap variabel indikator atau variabel manifest. Variabel laten juga disebut dalam model konstruk UTAUT 2 yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, *Facilitating Conditiaon*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*.

2. Variabel eksogen (*independent*) dan variabel endogen (*dependent*)

Variabel eksogen (*variabel independent*) yaitu variabel yang muncul untuk memengaruhi variabel endogen (*variable dependent*). Model jalur, Variabel eksogen (*variable independent* yaitu semua variabel yang memiliki anak panah keluar atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju kearahnya. Variabel endogen (*variable dependent*) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi dalam model jalur, mempunyai anak panah ke dalam. Dalam

konstruk UTAUT 2 yang termasuk variabel eksogen (*variable independent*) adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Sosial influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*. Di dalam diagram UTAUT 2, *Behavioral Intention* adalah variabel endogen (*variable dependent*) terhadap konstruk dan variabel eksogen terhadap *use behavior*.

### 3. Variabel Manifest

Variabel manifest yaitu variabel yang digunakan untuk mengukur atau menjelaskan dari variabel laten. Variabel ini bisa dilihat nilai kuantitatifnya dengan jelas dan dapat dilihat menggunakan angka. Contohnya kuesioner terdapat pengukuran dalam pernyataan, maka nilai yang diberikan responden itu yang dinamakan variabel manifest. Variabel manifest yaitu indikator pertanyaan penelitian dalam bentuk instrumen pengambilan data penelitian yang disajikan pada bab III.

#### 2.2.6.2 *Structural Equation Modelling Partial Least Squares (SEM-PLS)*

SEM-PLS yaitu teknik yang bertujuan untuk memaksimalkan variasi dari variabel endogen (*variable dependent*) yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen (*variable independent*) dengan melakukan pendekatan pemodelan kausal.

PLS merupakan teknik analisis yang *powerfull* karena PLS tidak menggunakan banyak asumsi, bagus untuk ukuran sampel yang kecil maupun besar, dan cocok untuk semua jenis skala data, baik nominal maupun ordinal. Oleh karena itu, kelebihan digunakannya PLS dibandingkan dengan pendekatan SEM adalah asumsi data terdistribusi normal secara multivariat tidak harus terpenuhi. Hal yang membedakan pendekatan PLS dengan *covariance based SEM* adalah tujuannya[23]. Pendekatan PLS

bertujuan untuk melakukan prediksi apakah ada hubungan antara konstruk-konstruk (*variable*) yang digunakan pada penelitian, sedangkan *covariance based SEM* bertujuan untuk mengkonfirmasi suatu teori apakah teori tersebut cocok dengan data hasil observasi yang dilakukan[23].

### 2.2.6.3 Model Spesifikasi Dalam SEM-PLS

Pada analisis jalur untuk Structural Equation Modeling dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS) terdapat tiga model yaitu *inner model*, *outer model* dan *weight relation*. *Inner model* menunjukkan hubungan antarvariabel laten, *outer model* menunjukkan hubungan antara variabel manifest dengan variabel latennya, menunjukkan nilai estimasi variabel laten [23].

#### 1. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model menggambarkan model hubungan antar variabel laten yang dibentuk berdasarkan substansi teori[23]. Model persamaan untuk inner model adalah sebagai berikut:

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\mathcal{E} + \zeta \quad (2.2)$$

Keterangan :

$\eta$  menyatakan vektor variabel laten dependent(endogen)

$\mathcal{E}$  menyatakan vektor variabel laten eksogen(independentt)

$\zeta$  menyatakan vektor residual (unexpected variance)

PLS didesain untuk model rekursif, sehingga terdapat hubungan antar variabel laten yang disebut *causal chain system* dengan bentuk persamaan :

$$\eta_j = \sum \beta_{ji}\eta_i + \sum \gamma_{jb}\xi_b + \zeta_j \quad (2.3)$$

Keterangan :

$i \dots b$  menyatakan indeks range sepanjang  $i$  dan  $b$   $j$

menyatakan jumlah variabel laten endogen

$\beta_{ji}$  menyatakan koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen ( $\varepsilon$ ) dengan endogen ( $\varepsilon$ )

$\gamma_{jb}$  menyatakan koefisien jalur yang menghubungkan variable laten endogen ( $\varepsilon$ ) dengan eksogen ( $\zeta$ )

$\zeta$  menyatakan tingkat kesalahan pengukuran (inner residual variable)

## 2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* untuk menggambarkan hubungan antarvariabel laten dengan indikatornya. Pada *outer model* terdapat dua jenis model yaitu model indikator formatif dan refleksif.

### A. Model Refleksif atau *Principal Factor Model*

Model refleksif terjadi apabila variabel manifest dipengaruhi oleh variabel laten. Pada model refleksif konstruk Inidimensional digambarkan dengan bentuk elips dengan beberapa anak panah dari konstruk ke indikator, model ini menghipotesiskan bahwa perubahan pada konstruk laten akan mempengaruhi perubahan pada indikator.

Model indikator refleksif harus memiliki internal konsistensi oleh karena semua ukuran indikator diasumsikan sebagai valid indikator yang mengukur suatu konstruk, sehingga dua ukuran indikator yang sama reliabilitasnya dapat saling dipertukarkan. Walaupun reliabilitas (*cronbach alpha*) suatu konstruk akan rendah jika hanya ada sedikit indikator, tetapi validitas konstruk tidak akan berubah jika satu indikator dihilangkan[23]. Persamaan untuk model indikator refleksif adalah sebagai berikut:

$$x = \lambda_x \xi + \varepsilon_x \quad (2.4)$$

$$y = \lambda_y \eta + \varepsilon_y$$

Keterangan :

$x$  menyatakan indikator untuk variabel laten eksogen ( $\xi$ )

$y$  menyatakan indikator untuk variabel laten endogen ( $\eta$ )

$\lambda_x, \lambda_y$  menyatakan loading matrix yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya

## B. Model formatif

Model formatif mengasumsikan bahwa variabel manifest mempengaruhi variabel laten. Arah kausalitas mengalir dari variabel manifest menuju variabel laten.

Indikator diasumsikan mempengaruhi konstruk laten maka ada kemungkinan antar indikator saling berkorelasi, tetapi model formatif tidak mengasumsikan perlunya korelasi antar indikator, sehingga tidak memerlukan internal konsistensi reliabilitas (*cronbach alpha*) untuk menguji reliabilitas konstruk formatif[23].

Persamaan untuk model formatif adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \xi &= \prod_x \xi X_i + \delta \xi \\ \eta &= \prod_y \eta Y_i + \varepsilon \eta \quad (2.5) \end{aligned}$$

Keterangan :

$\prod_x, \prod_y$  menyatakan seperti koefisien regresi berganda dari variabel laten terhadap indikator

$\delta \xi, \varepsilon \eta$  menyatakan tingkat kesalahan pengukuran (residual error)



#### 2.2.6.4 Kriteria Penilaian

Dalam evaluasi model pengukuran, dilakukan pengujian validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*), reliabilitas komposit (*composite reliability*), dan *Average Variance Extracted* (AVE) . Sedangkan dalam evaluasi model struktural dilakukan uji *R-squared* ( $R^2$ ) dan uji estimasi koefisien jalur (uji signifikansi).

##### a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen dalam SEM-PLS digunakan sebagai salah satu evaluasi untuk model pengukuran (*outer model*). Validitas konvergen merupakan suatu jenis validitas yang berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur suatu konstruk harus mempunyai korelasi tinggi sehingga digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antara variabel laten dengan variabel manifest pada model pengukuran refleksif. Dalam evaluasi validitas konvergen dapat dinilai berdasarkan korelasi antara nilai komponen (*item score/ component score*) dengan nilai konstruk atau dengan kata lain dapat dinilai berdasarkan *loading factor*. Suatu korelasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading sebesar lebih besar dari 0,5 sampai 0,6[24].

##### b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi, maka validitas diskriminan dari model pengukuran refleksif dapat dihitung berdasarkan nilai *cross loading* dari variabel manifest terhadap masing-masing variabel laten.

Metode lain yang dapat digunakan untuk menilai validitas diskriminan yaitu dengan membandingkan nilai akar

kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Apabila nilai AVE lebih besari dibandingkan nilai korelasi di antara variabel laten, maka validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi. AVE dapat ditentukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$\frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var} \varepsilon_i} \quad (2.6)$$

Keterangan :

$\lambda_i$  menyatakan loading factor (convergent validity)

dan  $\varepsilon(i) = 1 - \lambda_i^2$

c. Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

Uji Reliabilitas pada model SEMPLS digunakan sebagai salah satu evaluasi untuk model pengukuran (*outer model*). Variabel laten dapat dikatakan mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 [25]. *Composite reliability* dapat ditentukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var} \varepsilon(i)} \quad (2.7)$$

Keterangan :

$\lambda_i$  adalah loading factor (convergent validity)

$\sum \text{var} \varepsilon(i) = 1 - \lambda_i^2$

d. Uji *R-squared* ( $R^2$ )

Pengujian *R-squared* ( $R^2$ ) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit* suatu model struktural. Nilai *R-squared* ( $R^2$ ) dipergunakan untuk megukur seberapa besar pengaruh variabel laten independentt

tertentu terhadap variabel laten dependent. Uji *R-squared* ( $R^2$ ) memiliki tiga tingkatan :

- a. *R-squared* ( $R^2$ ) nilai lebih besar dari 0,067 → baik.
  - b. *R-squared* ( $R^2$ ) nilai diantara 0,33-0,67 → moderat
  - c. *R-squared* ( $R^2$ ) nilai 0,03 → lemah
- e. Uji Estimasi Koefisien Jalur (Uji Signifikansi)

Uji signifikansi bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai signifikansi dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Perumusan hipotesis null pada uji signifikansi adalah variabel laten eksogen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laten endogen [25].

- f. *Pengujian Effect Size* ( $f^2$ )

Menurut Cohen (1998) nilai  $f^2$  dikategorikan menjadi tiga [26] :

- 1)  $f^2$  dikatakan lemah = nilai sebesar 0,02
- 2)  $f^2$  dikatakan moderat = nilai sebesar 0,15
- 3)  $f^2$  dikatakan kuat = nilai sebesar 0,35

- g. *Q Square Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

Digunakan untuk menguji *predictive relevance* yaitu kecocokan relevansi model secara struktural.  $Q^2 > 0$  maka model memiliki *predictive relevance* yang baik dan apabila  $Q^2 < 0$  maka model memiliki *predictive relevance* yang kurang [27].

### 2.2.7 Skala Likert

Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei [28]. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu pertanyaan positif untuk mengukur minat positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur minat negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1, sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2,

3, 4, dan 5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju[28]. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti :

**Tabel 2.8 Skala Likert[28]**

<b>Skala Likert</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	<b>1</b>
Tidak Setuju (TS)	<b>2</b>
Netral (N)	<b>3</b>
Setuju (S)	<b>4</b>
Sangat Setuju (SS)	<b>5</b>