

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI KENYAMANAN, TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI
BERBASIS *ONLINE* PADA GENERASI *MILLENNIAL*.
(studi kasus di Kota Denpasar)**

**Gusi Putu Lestara Permana¹⁾
Kadek Wulandari Laksmi²⁾**

Universitas Pendidikan Nasional, e-mail: lestarapermana@undiknas.ac.id

ABSTRACT

The aim of this research was to examine using of online transportation by millenials in Denpasar, The variables used in this research are based on technology acceptance model (TAM) stated by Davis (1989). The variables in this research was adaptable from this model, there are perceived usefulness, perceived ease of use and also add the new variable from motivational model are perceived enjoyment. The result of this research state perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment positively effect used of online transportation by millenials.

Keyword : technology acceptance model, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, online transportation.

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia berevolusi dari masa-masa, hal ini tidak terlepas dari kehidupan sosial manusia yang tidak bisa hidup sendiri, untuk mempermudah kehidupan manusia dibuatlah alat bantu yang bisa mengurangi beban manusia dalam kesehariannya. Seiring dengan perkembangan jaman alat bantu manusia yang fenomenal yang pernah tercipta adalah teknologi informasi, teknologi informasi adalah gabungan antara perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Pengembangan teknologi hardware cenderung menuju ukuran yang kecil dengan kemampuan serta kapasitas yang tinggi. Namun diupayakan harga yang relatif semakin murah. Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Perkembangan teknologi informasi telah memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada

teknologi, seperti : *e-government*, *e-commerce*, *e-learning*, *e-business* dan lainnya, yang kesemuanya itu berbasiskan teknologi informasi.

Transportasi telah dikenal sejak jaman dulu, awalnya transportasi dilakukan dengan cara berjalan kaki setelah itu berkembang lagi dengan menggunakan tenaga hewan seperti kerbau atau kuda, seiring dengan ditemukannya mesin maka transportasi juga menjadi semakin berkembang dengan ditemukannya moda transportasi seperti sepeda motor, mobil, pesawat terbang dan lain-lain, kecanggihannya membuat jarak yang jauh menjadi lebih sempit

Perkembangan transportasi berdampak pada bidang ekonomi karena secara langsung transportasi membantu perputaran perekonomian disuatu negara maupun suatu daerah, hal ini tercermin dari transportasi sebagai media pendistribusian barang dan jasa, hal ini juga didukung oleh perkembangan alat komunikasi yang semakin canggih. *Smartphone* yang saling terhubung dengan internet semakin memberikan kemudahan pada kehidupan di masyarakat.

Perkembangan teknologi juga berdampak pada sarana transportasi di Indonesia, hal ini ditunjukkan oleh munculnya model transportasi berbasis *online* beberapa tahun terakhir. Munculnya model transportasi ini dipicu oleh gaya hidup masyarakat yang semakin *mobile* dan ingin semuanya serba praktis.

Generasi *millennial* adalah generasi yang lahir pada era 80-90an yang identik dengan istilah *connected/digital generation* atau *gen why*, generasi ini mempunyai ciri berani, inovatif, kreatif, dan modern. Secara merata generasi *millennial* memiliki harapan yang berbeda tentang permasalahan ekonomi, lingkungan, hingga soal social politik, selain itu generasi ini cukup terbiasa dengan teknologi informasi bahkan sebagian besar di generasi ini sangat ahli. Era digital dewasa ini generasi *millennial* aktif dalam berbagai macam media sosial yang sebagai *online interaction* yang digunakan oleh mereka sebagai media eksistensi.

Technology Acceptance Model (TAM) berasal dari teori psikologis, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi, yang berlandaskan pada niat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Tujuan model ini adalah untuk dapat menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Model ini akan menggambarkan bahwa penggunaan teknologi informasi akan dipengaruhi oleh variabel kegunaan (*usefulness*) dan variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*), dimana keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris. TAM dinilai mampu memberikan kontribusi terbaik dalam memprediksi dan menjelaskan penerimaan (*acceptance*) pengguna pada teknologi komputer dalam organisasi (Venkatesh dan Davis, 1989).

Davis mendefinisikan persepsi manfaat (*usefulness*) ini berdasarkan pada kata dasar *useful* yang berarti manfaat, Thompson et al (2011), menyatakan bahwa kebermanfaatan teknologi merupakan manfaat yang diperoleh pengguna ketika menggunakan suatu teknologi. Juniwati (2014) juga mengemukakan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi apabila memperoleh manfaat dari penggunaan teknologi itu. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan :

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*.

Konstruk kedua dalam TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi ini adalah derajat kepercayaan seseorang dimana teknologi dapat mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Arief Wibowo (2006) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan adalah ukuran seseorang dalam percaya dalam sebuah teknologi. Jogiyanto (2007) mengemukakan bahwa seseorang

ketika menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan:

H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*.

Persepsi kesenangan atau persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) didefinisikan oleh Davis (1992) adalah sejauh mana aktivitas seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dianggap menyenangkan bagi dirinya sendiri. Hwang (2010), Chiang (2003), Al-maghrabi et all (2011) menyatakan ketika individu senang dan nyaman dalam menggunakan suatu teknologi maka akan berpengaruh dalam menggunakan kembali suatu teknologi. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan :

H3 : Persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kota Denpasar karena pengguna internet terbesar di Bali ada dikota Denpasar dengan jumlah 291.000 (berdasarkan statistik kementerian komunikasi dan informatika Republik Indonesia tahun 2018), hal ini terkait dengan transportasi online yang hanya mampu berjalan apabila terdapat jaringan internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi *millennial* yang aktif dalam menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- Kelahiran antara tahun 1977 – 1994
- Pengguna aktif internet/menggunakan *smart phone*
- Menggunakan layanan transportasi online minimal 1 kali dalam sebulan

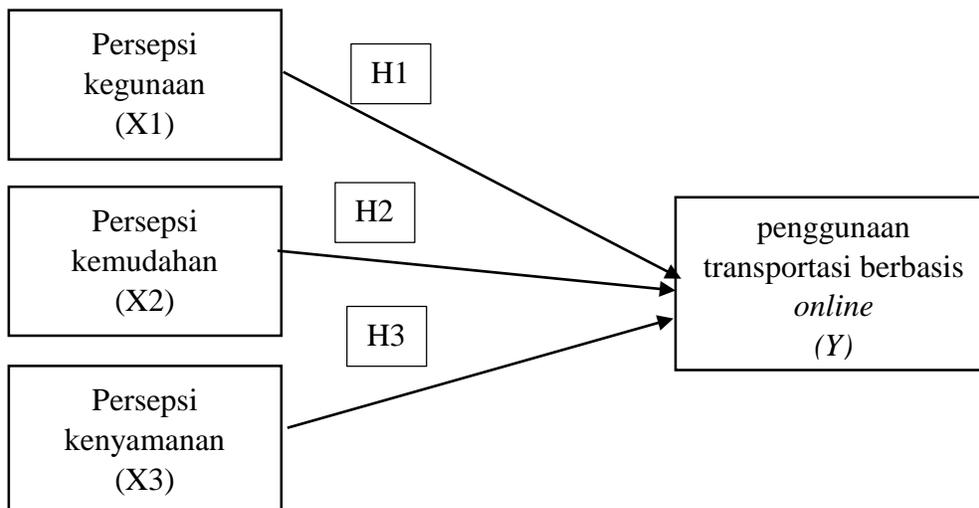
Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair *et al* (1995) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 120. \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 120 orang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Karena data disajikan dengan menggunakan angka. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Analisis data dalam penelitian ini adalah regresi yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 dengan signifikansi 5%



Gambar 1 : Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi responden menyajikan tabel yang berisi data responden penelitian ini mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan frekuensi penggunaan transportasi online. Data-data responden tersebut disajikan pada tabel berikut ini.

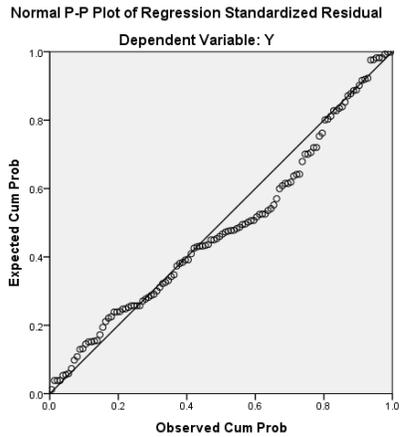
Tabel 1 Demografi Responden

Variabel		Jumlah
Umur	15-20	40
	20-25	70
	35-27	10
	TOTAL	120
Jenis Kelamin	Pria	80
	Wanita	40
	TOTAL	120
Pendidikan Terakhir	SMA	40
	D3	20
	S1	60
	TOTAL	120
Penggunaan Transportasi Online	1-5 Kali	70
	10 - 15 Kali	20
	> 15 Kali	30
	TOTAL	120

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat range data. Data yang baik adalah data yang penyebarannya tidak terlalu luas sehingga mengganggu pengujian regresi.



Gambar 2 Pengujian Normalitas

Berdasarkan uji yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa data telah mendekati normal hal ini ditunjukkan oleh tabel diatas yang mana titik-titik hampir mengikuti garis diagonal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah predictor mempunyai pengaruh yang signifikansi dengan nilai residualnya. Dalam penelitian ini menggunakan scatter plot nilai residual variabel dependen.



Gambar 3 : Pengujian Heterokedastisitas

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, ditemukan bahwa data bebas dari gejala heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan dari grafik scatter plot diatas. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan korelasi linear antara dua atau lebih variabel bebas dari model regresi.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.665	.405		1.640	.104					
	X1	.687	.084	.604	8.175	.000	.628	.605	.573	.899	1.113
	X2	-.230	.096	-.193	-2.389	.019	.014	-.217	-.167	.750	1.334
	X3	.257	.115	.188	2.248	.026	.283	.204	.158	.699	1.431

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4 : Pengujian Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh variable nilai tolerancenya diatas 0.1 (<0.1) dan nilai VIFnya dibawah 10, sehingga data tidak terkena multikolinearitas.

Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang ditunjukkan tabel berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.665	.405		1.640	.104
	X1	.687	.084	.604	8.175	.000
	X2	-.230	.096	-.193	-2.389	.019
	X3	.257	.115	.188	2.248	.026

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5 : Tabel Regresi

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.665 + 0.687X_1 - 0.230X_2 + 0.257X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil dari output dari SPSS adalah sebagai berikut :

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*. Hipotesis ini terdukung dilihat dari nilai Sig. yang jika dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$ dimana nilai Sig nya adalah $0.000 < 0.05$.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan yang dimiliki generasi *millennial* maka semakin tinggi pula penggunaan transportasi online oleh generasi *millennial*. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Thompson et al (2011) dan Juniwati (2014).

H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*. Hipotesis dilihat dari nilai Sig. yang jika dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$ dimana nilai Sig nya adalah $0.019 < 0.05$.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula penggunaan transportasi online oleh generasi *millennial*. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arief Wibowo (2006).

H3 : Persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap terhadap penggunaan transportasi berbasis *online* pada generasi *millennial*. Hipotesis ini terdukung dilihat dari nilai Sig. yang jika dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$ dimana nilai Sig nya adalah $0.026 < 0.05$.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kenyamanan yang dimiliki generasi millennial maka semakin tinggi pula penggunaan transportasi online oleh generasi millennial. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hwang (2010), Chiang (2003), Al-maghrabi et all (2011).

Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan pengaruh secara bersamaan (simultan) variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 didapatkan hasil uji F sebagai berikut :

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.711	3	12.570	29.190	.000 ^b
	Residual	49.955	116	.431		
	Total	87.666	119			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Gambar 6 : Uji ANOVA

Signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,00 < 0,05$ hal ini dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan adalah baik. Dengan tingkat kepercayaan = 0,05. Ini berarti variabel Persepsi kegunaan (X1), Persepsi kemudahan (X2), Persepsi kenyamanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penggunaan transportasi berbasis *online* (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu masing-masing variabel independen yaitu persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi kenyamanan (X3) berpengaruh positif pada penggunaan transportasi online pada generasi millennial.

Saran yang bisa diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah memasukkan variabel mutakhir yang terkait dengan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan transportasi online dan juga menambahkan variabel yang terkait dengan keamanan sistem informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maghribi, Denis, Halliday, BinAli. 2011. "Determinants of Customer Continuance Intention of Online Shopping." *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, Volume 6, Issue 1.
- Chiang Kuan-Pi and Dholakia. 2003. "Factors Driving Consumer Intention to Shop Online: An Empirical Investigation". *Journal Of Consumer Psychology*, 13(1&2), 177–183.
- Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT.Media Global.
- Davis,F.D. 1989, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-40.
- Hwang. 2010. "Social Norms, Enjoyment, and Gender on E-Commerce Adoption". *Proceedings of the Southern Association for Information Systems Conference*, Atlanta, GA, USA March 26th-27.
- Juniwati. 2014. "Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use , Risk on Attitude and Intention to Shop Online." *European Journal of Business and Management* 6 (27): 218–29
- Jogiyanto, H.M. (2003). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Jogiyanto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Pavlou, P.A., and Fygenson, M. 2006. "Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: an Extension of The Theory of Planned Behavior." *MIS quarterly*, 115–143.
- Sun, H., and 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 No. 9, pp. 618-645*.
- Thompson, R., Higgins, C., & Howell, J. 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 124–143.